

CIENCIA & COMUNICACION



REVISTA CIENTÍFICA - CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Nº 4, Vol 4, 2023
AGOSTO - DICIEMBRE
Depósito Legal: 1-3-86-2023
ISSN 2960-348X
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS,
POLÍTICAS Y SOCIALES



STAFF

RECTOR

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI "JOSÉ BALLIVIÁN"

Jesús Egúez Rivero Ph.D.

VICERRECTOR DE PREGRADO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI "JOSÉ BALLIVIÁN"

M.Sc. Brian Hilman Gil

VICERRECTOR DE POSGRADO

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI "JOSÉ BALLIVIÁN"

Ph.D. Jesús Alfredo Ibáñez Vaca

DECANO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS POLÍTICAS Y SOCIALES

M.Sc. Herlin Paz Avaroma

DIRECTORA

CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Lic. Nathaly Francis Luna Pozo

INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO DE LA FCJPS - UABJB

Lic. Marisol Magdalena Abán Candia

ADMINISTRADORA DE LA REVISTA

Lic. Carla Fanny Vásquez Flores

COMITÉ EDITORIAL

Ph.D. JOSÉ EDSSON BARRERO TICONA

Docente investigador en el área de metodologías de investigación científica en pregrado y posgrado/ coordinador del Doctorado en Derecho Constitucional y Derechos Humanos.

BIÓLOGO ALVARO J. AGUILAR KIRIGIN

Investigador del Centro de Investigación de Recursos Acuáticos, CIRA de la Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián"

LIC. MARIANA LORETO PÉREZ CALLEJAS

Docente de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián"

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Diseñador: Daniel Farrell Santa Cruz

IMPRESIÓN:

Instituto de Investigación y Posgrado de la FCJPS – UABJB

MARZO 2024

Trinidad - Beni - Bolivia



REVISTA CIENTÍFICA - CARRERA CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL
SCIENTIFIC MAGAZINE - SOCIAL COMMUNICATION SCIENCES CAREER

Ciencia y Comunicación es una publicación científica de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social perteneciente a la Facultad de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales. Es editada semestralmente (dos veces al año): Julio y diciembre. La revista acepta y promueve intercambios institucionales con otras revistas de carácter científico.

Dir. Campus Universitario "René Ibáñez Carranza" - Trinidad-Beni-Bolivia
www.uabjb.edu.bo

CONTENIDO

Página

PREFERENCIA POR MODALIDADES DE GRADUACIÓN EN LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Lic. Fabiola Heredia Hurtado.....

6

ESTRATEGIAS EN EL APRENDIZAJE DEL IDIOMA INGLÉS CON COMPETENCIAS DE PRODUCCIÓN Y COMPRENSIÓN ORAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI “JOSÉ BALLIVIÁN”

Lic. Marbely Haibara Aguilera
Univ. Yeixon Cholima Rossell.....

13

ROL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES EN LA PREVENCIÓN SOBRE LA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL Y RECUPERACIÓN DEL ARROYO SAN JUAN (CIUDAD DE TRINIDAD)

Univ. Jenny Mercier Soliz
Univ. Luz Clarita Bustamante López
Univ. Valeria Diez Nuñez
Lic. Carla Fanny Vásquez Flores.....

21

LA POLÍTICA Y LAS REDES SOCIALES EN BOLIVIA

Lic. Alex Mauricio Rivero Egüez.....

29

NUEVOS PARADIGMAS PARA UNA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL

M.Sc. Carlos Romero Castillo.....

34

PRESENTACIÓN

Hablar de investigación en comunicación es sumergirse a un campo académico multidisciplinario que se enfoca en el estudio sistemático de los procesos de comunicación humana en todas sus formas y contextos. Esta área de estudio examina cómo se crean, transmiten, reciben e interpretan los mensajes, así como el impacto que tienen en las personas, las sociedades y las culturas. La cuarta edición de la revista científica Ciencia y Comunicación, refleja la publicación de cinco artículos científicos que consolidan un espacio fundamental para la difusión del conocimiento y el intercambio académico en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación Social.

El primer artículo, "Preferencia Académica por Modalidades de Graduación en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social 2012-2023" nos ofrece una perspectiva retrospectiva sobre las elecciones académicas de nuestros egresados, arrojando luz sobre las preferencias y motivaciones que guían su camino hacia la obtención del título universitario.

El segundo artículo, "Estrategias en el cómo Fomentar el Aprendizaje del Idioma Inglés con Competencias de Producción y Comprensión Oral en los Estudiantes de la UABJB para Fortalecer su Formación Académica. Gestión 1.2024", nos ofrece un enfoque práctico y orientado a resultados para mejorar la competencia lingüística de nuestros estudiantes, reconociendo su importancia en un mundo globalizado e interconectado.

El tercer artículo, "Rol de los Medios de Comunicación Digitales en la Prevención sobre la Contaminación Ambiental y Recuperación del Arroyo San Juan (Ciudad de Trinidad)" nos sumerge en una profunda reflexión sobre el potencial de los medios digitales como agentes de cambio en la concientización ambiental y la promoción de prácticas sostenibles.

El cuarto artículo, "La Política y las Redes Sociales en Bolivia", nos invita a reflexionar sobre el complejo entrelazamiento entre la esfera política y el universo digital, examinando las estrategias de comunicación política y el impacto de las redes sociales en la configuración del discurso político en nuestro país.

Por último, el artículo de los Nuevos paradigmas para una metodología de la investigación en Comunicación Social, refleja las características de una investigación científica y social, donde consideramos relieves el aporte del funcionalismo: Educar, informar y entretener; lo que nos conduce a encontrar y sostener un objeto de investigación donde se insiste en el problema de investigación y sobre la que interviene el investigador, donde precisamos los elementos inevitables, los requisitos y el interés por la tarea investigativa; con ello, describimos el paradigma de investigación, para luego trabajo de campo, mencionar los paradigmas de comunicación social. En conjunto, estos artículos representan un valioso aporte al acervo académico de las Ciencias de la Comunicación, ofreciendo análisis rigurosos, perspectivas innovadoras y propuestas aplicadas que contribuyen al avance de nuestro campo disciplinario.

Los desafíos y oportunidades en el ámbito de la comunicación están en constante evolución, y es fundamental para nosotros como institución académica estar a la vanguardia de estos cambios. A través de esta revista, buscamos fomentar el diálogo, la reflexión crítica y el intercambio de ideas entre nuestra comunidad académica y la sociedad en general.

Esperamos que disfruten de la lectura de esta edición tanto como nosotros disfrutamos al elaborarla. ¡Que esta revista inspire nuevas ideas, promueva el debate académico y contribuya al avance de nuestro campo!

Lic. Nathaly Francis Luna Pozo
Directora de la Carrera Ciencias de la Comunicación Social
Facultad Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales
Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián"

PREFERENCIA POR MODALIDADES DE GRADUACIÓN EN LA CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Lic. Fabiola Heredia Hurtado

*Licenciada en Contaduría Pública. Docente de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián" (Avenida 27 de Mayo s/n). Trinidad, Beni, Bolivia.
E-mail: fherediah@uabjb.edu.bo, heredia_hurtadofabiola@hotmail.com*

RESUMEN:

La preferencia académica de los graduados en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social respecto a las modalidades de graduación vigentes de la Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián", expone que durante el período comprendido entre la gestión 2012 y 2023 la modalidad de Examen de grado fue la preferida por los estudiantes para realizar sus defensas. Esta modalidad fue seguida de cerca por la modalidad de Titulación vía diplomado, que también registró defensas en varias gestiones. Las defensas en la modalidad de Tesis de grado fueron las más comunes, ya que se llevaron a cabo en 11 de las 12 gestiones, pero su máxima preferencia se dio en la gestión 2014. Además, se menciona que las mujeres defendieron en mayor número que los hombres, lo que indica un aumento

en la equidad de género en el ámbito académico. Es importante destacar que este estudio utiliza datos específicos de la Universidad Autónoma del Beni y la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, por lo que no necesariamente se extienden a otras instituciones educativas ni a otros programas de estudio. Sin embargo, el enfoque cuantitativo empleado permite analizar y comparar datos numéricos sobre las preferencias académicas de los estudiantes en esta carrera.

Palabras clave:

Preferencia, universidad, modalidad de graduación, Comunicación Social.

ABSTRACT:

The academic preference of the graduates in the Social Communication Sciences career concerning the graduation modalities in force at the Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián" shows that during the period between the 2012 and 2023, the degree exam modality was the most preferred one by the students to carry out their defenses. This modality was closely followed by the Diploma Degree modality, which also registered defenses for several years. Thesis defenses were the most common since they were carried out in 11 of the 12 years, but their maximum preference was in the 2014. In addition, it is mentioned that women defended in greater numbers than men, which indicates an increase in gender equality in the academic field. It is important to note that this study uses specific data from the

Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián" and the Social Communication Sciences career, so it does not necessarily extend to other educational institutions or other study programs. However, the quantitative approach used allows analyze and compare numerical data on the academic preferences of students in this career.

Keywords:

Preference, university, graduation modality, Social Communication career.

I. INTRODUCCIÓN

El Reglamento General de Tipos y Modalidades de Graduación en Bolivia establece los requisitos y procedimientos para la elaboración del trabajo de cada una de las modalidades de graduación. Este reglamento contempla aspectos relacionados con la solución de problemas sociales reales y demandas actuales y futuras de la sociedad, de acuerdo a las características de cada carrera y programa. Además, las modalidades de graduación deben integrar los conocimientos adquiridos por el estudiante a lo largo de su formación académica, demostrando así la suficiente capacidad de desempeño profesional. Cada institución educativa, de acuerdo con este reglamento, debe incorporar los tipos y modalidades de graduación en sus planes de estudios, y los estudiantes deben elegir una de estas modalidades según el programa y nivel de grado académico.

Existen diversas modalidades de graduación, como la Tesis, Examen de grado, Excelencia académica, Trabajo dirigido y Proyecto de grado, entre otras, dependiendo de la carrera y nivel de estudios. Cada institución educativa tiene su propio reglamento de modalidades de graduación, que establece los requisitos y procedimientos para la elaboración del trabajo de cada una de las modalidades.

El 17 de agosto del 2004, el Honorable Consejo Universitario (HCU) emite la Resolución N°137/2004 firmada por el entonces Rector Ing. Fabián Antonio Rodal Coelho, y Jean Pierre Farah Cabral como Secretario General, creando de manera itinerante el Programa de Comunicación Social, bajo la tuición de la Facultad de Ciencias Jurídicas Políticas y Sociales de la UTB; en concordancia con la Resolución N° 105 del HCU del 6/6/2004.

El 18 de agosto de 2004, el Honorable Consejo Facultativo de Ciencias Jurídicas Políticas y Sociales de la UTB con Resolución N°19/2004, crea el Programa de Ciencias de la Comunicación Social y designa al Abog. Ronald Suárez Vaca como coordinador." (Vásquez - Hurtado, 2021:8)

El 10 de febrero de 2011, el Honorable Consejo de la Facultad de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales mediante la Resolución N° 07/2011 efectuó la solicitud de consolidación del Programa en carrera formal y apertura del primer semestre para el periodo académico 01/2011, por lo que el 24 de febrero de 2011 mediante Resolución Rectoral N° 127/2011, el entonces Rector Ing. Luis Carlos Zambrana Aguirre apertura de manera permanente el primer semestre de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social

en la UABJB." (Heredia, 2022:7)

Con la creación de la Carrera de Comunicación Social se implantaron las modalidades de graduación contenidas en el reglamento del sistema de graduación para la Facultad de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián", en el que de acuerdo a su Artículo 3 se especifican las siguientes modalidades de titulación:

- Graduación por excelencia académica: modalidad de graduación que consiste en eximir al estudiante sobresaliente de someterse a las modalidades de titulación contempladas en el presente reglamento. Esta modalidad de graduación es de carácter voluntario, por lo tanto, el estudiante que opte por esta titulación debe cumplir con los requisitos exigidos en el reglamento.
- Tesis de licenciatura: investigación original entendida como la expresión y síntesis de los estudios de la carrera. Refleja los conocimientos teóricos y las destrezas metodológicas puestas en prácticas en las actividades de investigación adquiridas en el pregrado.
- Examen de grado: valoración de la formación académica global del estudiante a través de pruebas de exploración oral del conocimiento que adquirió en la Carrera de Derecho y Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián", de conformidad con el Reglamento del Régimen Estudiantil del décimo Congreso de Universidades.
- Trabajo dirigido" (Reglamento del Sistema de Graduación F.C.J.P.S U.A.B.J.B., 2005): modalidades de graduación, es un trabajo sistemático y metódico que consiste en detectar una situación problema en una institución pública o privada, con el propósito de dar respuesta a la necesidad real a través de propuestas concretas.

La Carrera Ciencias de la Comunicación Social, registra dos diseños curriculares, uno desde su creación hasta el año 2019 y el nuevo diseño desde el 2019 a la fecha, tiene como características sobresalientes una estructuración de nueve semestres de formación, una carga horaria de 5.680, que corresponden a 4.260 horas reloj, distribuidas en 50 asignaturas. Las Modalidades de Graduación son: Tesis de grado, Trabajo Dirigido, Excelencia Académica, Examen de Grado, Titulación Vía Diplomado y Programa de Titulación para Egresados Antiguos, (PTEA)." (Vásquez - Hurtado, 2021:9).

Por lo que, conforme a lo mencionado en el párrafo precedente, podemos notar que aparte de lo establecido por el Reglamento Facultativo, también se cuenta con otras dos modalidades de Graduación habilitadas y por las cuales pueden optar los estudiantes del último curso de ambos diseños curriculares existentes en la Carrera, siendo una de ellas la Modalidad de Titulación vía diplomado, la cual cuenta con una Reglamentación específica ejecutada a través del Vicerrectorado de Posgrado, así como con el Programa de titulación para antiguos egresados (PTAE), la misma que también posee un Reglamento propio, siendo responsable de su implementación la Dirección de Planificación Académica.

Desde la gestión 2019, la comisión de elaboración de los reglamentos de las modalidades de graduación ha trabajado en una Reglamentación específica para la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, la misma que establece como formas de graduación a las siguientes: Tesis de grado, Trabajo dirigido, Excelencia académica, Examen de grado, Proyecto de grado, Titulación vía diplomado y Programa de titulación por excepción para antiguos egresados, (PTEAE), aunque actualmente la misma todavía se encuentra en instancias de aprobación ante el Consejo Universitario de la Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián”.

El análisis numérico de la preferencia académica de los graduados en la carrera de Ciencias de la Comunicación Social en el periodo comprendido entre el 2012 a 2023 estuvo sujeto a elección diferencial, por lo que se proporcionan las motivaciones de elección frente a las diferentes modalidades de graduación que oferta la carrera de Ciencias de la Comunicación Social.

Con el objetivo de describir numéricamente la preferencia académica de los graduados en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social respecto a las modalidades de graduación vigentes, se pretende comprender la razón por la que los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social variaron en su elección de las modalidades de graduación en el periodo del 2012 a 2023, por lo que podremos establecer una promoción pertinente de los nuevos reglamentos de las Modalidades de Graduación entre los estudiantes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social.

II. METODOLOGÍA

La investigación comprende un estudio con un enfoque retrospectivo de tipo descriptivo, en el que se analizan los datos de las defensas de estudiantes registrados tanto en la asignatura de Modalidad de Graduación (Plan Antiguo) y Taller de Modalidad de

Graduación II (Plan Nuevo) desde el año 2012 al 2023 de acuerdo a las Modalidades de Graduación vigentes en el Reglamento Facultativo y la Universidad Autónoma del Beni, por lo que para su desarrollo se han empleado los métodos teóricos y empíricos que a continuación se describen:

2.1 Métodos Teóricos. - Se utilizaron los siguientes métodos teóricos:

Método histórico - lógico. - El método histórico lógico se ha usado para recopilar datos históricos, identificar las causas y consecuencias de los cambios, establecer relaciones lógicas y verificar la hipótesis planteada respecto a la elección de las modalidades de graduación por parte de los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social.

Inductivo - deductivo. - Dado que consiste en el razonamiento por medio del cual se obtiene información o instrumentos tomando en cuenta hechos particulares de la investigación, este método se ha utilizado para puntualizar el sustento teórico de acuerdo a la bibliografía consultada.

Método estadístico. - Este método se ha utilizado para organizar los datos en tablas y gráficos que han facilitado el análisis de la información contenida en los registros académicos revisados, de manera que se puedan interpretar los resultados que responden a la pregunta de investigación, así como elaborar las conclusiones.

2.2 Método empírico. - En el desarrollo de la presente investigación se ha utilizado el que se detalla a continuación:

Investigación documental. - Las fuentes de información utilizadas fueron las actas de defensa y aprobación de cada uno de los postulantes, así como la base de datos en los programas Word y Excel de Microsoft Office manejadas tanto por la docente de las asignaturas de Modalidad de Graduación y Taller de Modalidad de Graduación II, así como por el Jefe de Estudios de la Carrera.

Se enlistan 225 defensas de postulantes matriculados en las asignaturas de Modalidad de Graduación y Taller de Modalidad de Graduación II en el periodo correspondiente a las gestiones 2012-2023, conforme al siguiente detalle: 180 defensas de postulantes de la ciudad de Trinidad, 12 defensas de postulantes del Programa a distancia de Riberalta y Guayaramerín, 33 defensas de postulantes del Programa a distancia de San Borja, información brindada por las instituciones correspondientes.

III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El Cuadro N° 1, contiene a nivel general los resultados de la presente investigación el cual se muestra a continuación.

Cuadro No.1.- Número de defensas de estudiantes de acuerdo a las modalidades de graduación vigentes por gestión, semestre y sexo desde la gestión 2012 a la 2023

Gestión	Tesis de Grado						Titulación Vía Diplomado						Examen de Grado						Programa de Titulación por Excepción para Antiguos Egresados						Excelencia Académica						Trabajo Dirigido						Total por Gestión
	Hombres		Mujeres		Total		Hombres		Mujeres		Total		Hombres		Mujeres		Total		Hombres		Mujeres		Total		Hombres		Mujeres		Total								
	1er Sem.	2do Sem.	1er Sem.	2do Sem.	Total	1er Sem.	2do Sem.	Total	1er Sem.	2do Sem.	Total	1er Sem.	2do Sem.	Total	1er Sem.	2do Sem.	Total	1er Sem.	2do Sem.	Total	1er Sem.	2do Sem.	Total	1er Sem.	2do Sem.	Total	1er Sem.	2do Sem.	Total								
2012	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2							
2013	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0							
2014	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1							
2015	0	0	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2							
2016	0	0	0	2	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2							
2017	1	4	3	3	5	8	13	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	33							
2018	2	5	7	1	5	6	19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	19							
2019	2	1	3	0	2	2	5	3	12	15	18	16	31	1	3	4	3	4	7	15	0	0	0	0	0	0	0	0	0	47							
2020	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	5							
2021	1	2	3	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	23							
2022	2	1	3	0	1	4	19	19	46	1	0	1	47	0	1	1	10	7	17	19	0	0	0	0	0	0	0	0	0	79							
2023	0	0	0	1	2	2	0	1	1	1	1	2	3	12	15	3	14	29	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	38							
Totales	0	13	21	0	19	27	40	16	35	62	10	11	21	93	7	22	29	25	56	95	0	0	0	0	0	0	0	0	1	235							

Fuente: Elaboración propia conforme a datos proporcionados por Jefatura de Estudios

- * Treinta y tres (33) defensas de la Modalidad Vía Diplomado de la gestión 2022 corresponden al Programa a Distancia de San Borja (13 mujeres y 20 hombres)
- * Doce (12) defensas de la Modalidad Vía Diplomado en la gestión 2019 incluyen a las del Programa a distancia de Riberalta-Guayaramerín (6 mujeres y 6 hombres)
- * Pico más alto de defensas

De acuerdo a los datos (Cuadro No.1), las defensas de cada una de las Modalidades de Graduación dieron inicio en el primer periodo del año 2012, con dos defensas correspondientes a la modalidad de tesis de grado, es así que también nos muestra que las modalidades de graduación por las cuales han optado los postulantes habilitados tanto a la asignatura de Modalidad de Graduación como a la de Taller de Modalidad de Graduación II para culminar sus estudios profesionales en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social en el periodo comprendido entre las gestiones 2012 a 2023, ha sido a través de cinco de las seis modalidades que se encuentran aprobadas por la segunda Reunión Académica Universitaria UABJB y que se describen en el Reglamento General de Modalidades de Graduación de la Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián”, siendo las siguientes:

- Tesis de Grado, con un total de 48 defensas.
- Titulación Vía Diplomado, con un total de 83 defensas.

- Examen de Grado, con 85 defensas en total.
- Excelencia Académica, con dos defensas en total.
- Trabajo Dirigido, con una defensa.

Además, existe un total de seis postulantes que han efectuado su defensa a través de un Ensayo Profesional en la modalidad correspondiente al Programa de Titulación por Excepción para Antiguos Egresados (PTEAE), el cual posee un tratamiento específico contenido en su propio Reglamento. Asimismo, la preferencia de los postulantes del Programa a distancia de Guayaramerín-Riberalta y el de San Borja se ha concentrado en su integridad en la modalidad de Titulación Vía Diplomado (Cuadro No.1), como también se puede evidenciar que en la gestión 2022 se encuentra el pico más alto de postulantes que defendieron por una de las modalidades de graduación vigentes.



Fuente: Elaboración propia conforme a datos proporcionados por Jefatura de Estudios

Se distingue que en el transcurso del tiempo (Gráfico No.1), la Tesis de grado contó con postulantes que desarrollaron sus trabajos finales y defendieron bajo esta modalidad en 11 de las 12 gestiones del periodo de estudio, exceptuando la gestión 2013, además de que en la gestión 2014 ha sido la de mayor preferencia estudiantil. Respecto a la modalidad Vía diplomado, se ha contado con defensas en las gestiones 2019, 2021-2023, siendo esta modalidad la más preferida en la gestión 2022. Asimismo, se aprecia que las defensas en la modalidad de Examen de grado dieron inicio y se desarrollaron continuamente desde la gestión 2017 hasta lograr constituirse en la de mayor preferencia en la gestión 2023.

En relación con la modalidad correspondiente al Programa de Titulación por Excepción para Antiguos Egresados (PTEAE), las defensas se realizaron únicamente en tres gestiones: dos defensas en la gestión 2013, tres para el 2017 y una para el 2018 (Gráfico No.1). La Excelencia Académica es una modalidad a la que sólo pueden optar los estudiantes con calificaciones sobresalientes mayor o igual a 80 puntos, habiendo sido el registro académico de la

UABJB una para la gestión 2021 y otra para la gestión 2023. La modalidad de Trabajo dirigido, cuenta con una única defensa en la gestión 2018, siendo por tanto esta la modalidad menos preferida por los postulantes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social.



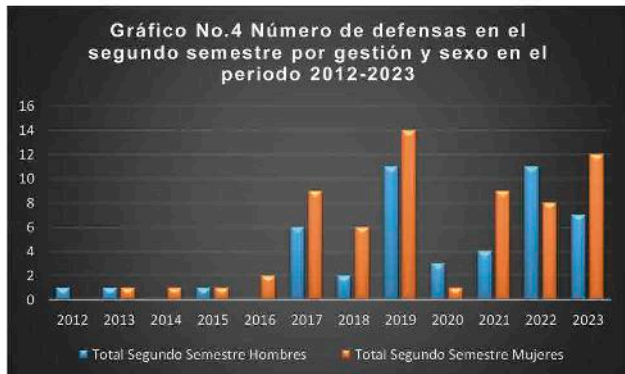
Fuente: Elaboración propia conforme a datos proporcionados por Jefatura de Estudios

El número más alto de graduados de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social fue en la gestión 2022 (Gráfico No.2) con un total de 69 defensas, quienes hubieron optado por sólo tres de las seis modalidades disponibles. Estas tres modalidades fueron:

- Tesis de grado: cuatro postulantes
- Titulación vía diplomado: 47 postulantes
- Examen de grado: 18 postulantes

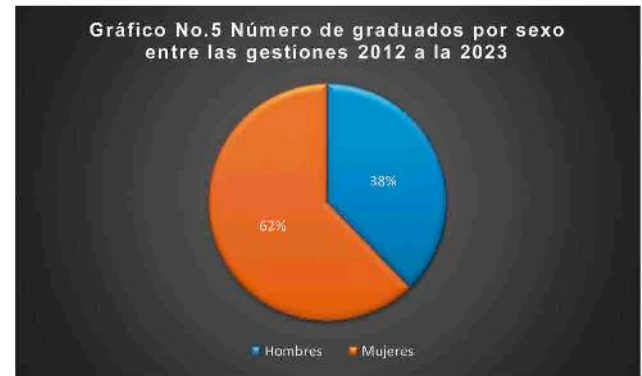


Fuente: Elaboración propia conforme a datos proporcionados por Jefatura de Estudios



Fuente: Elaboración propia conforme a datos proporcionados por Jefatura de Estudios

Con el fin de conocer la participación de hombres y mujeres respecto a las defensas en modalidades de graduación (Gráficos No.3-4), las mujeres tuvieron mejor desempeño en ambos periodos semestrales, incluso, mejorando su desempeño para el segundo semestre.



Además, el mayor porcentaje de participación corresponde a las mujeres (Gráfico No.5) lo que abre una investigación futura a las posibles causas de la diferencia en el desempeño por sexo.

En el Cuadro No.2 se enfatiza en la predilección de los estudiantes por las modalidades de titulación en la Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana (UCB), Regional Cochabamba. Los datos que se presentan llegan hasta diciembre de 2005.

CUADRO No.2
MODALIDADES DE TITULACIÓN
(HASTA DICIEMBRE 2005)

MODALIDAD	TOTAL	%
Tesis de Grado	333	83.0
Examen de Grado	45	11.2
Proyecto de Grado	10	2.49
Memorias Profesionales	10	2.49
Trabajo Dirigido	1	0.27
Excelencia Académica	2	0.49
TOTAL	401	100

Fuente: Carrera de Comunicación social de la UCB, regional Cochabamba

La preferencia estudiantil por las modalidades de graduación en la UCB se concentra en un 83% en la modalidad de Tesis de grado, siendo este un porcentaje bastante elevado respecto de la población total de 401 postulantes en la gestión 2005 (Cuadro No.2). Asimismo, se observa que el segundo lugar de preferencia es la modalidad de Examen de grado con un 11,2%, lo que muestra una diferencia importante en la preferencia de elección de los estudiantes por modalidad de graduación.



Fuente: Elaboración propia conforme a datos proporcionados por Jefatura de Estudios

El enfoque cuantitativo aplica especialidades métricas para describir las preferencias académicas de los estudiantes que desarrollaron sus defensas según una de las modalidades de graduación (Gráfico No.6). La preferencia de elección se centró en las modalidades de Examen de Grado, Vía Diplomado y Tesis de Grado, siendo que las otras tres fueron de menor preferencia llamando a la reflexión de que los estudiantes no contemplaron la posibilidad del Trabajo Dirigido que en comparación a la modalidad de graduación por los estudiantes de la UCB (Figura No.1), la Tesis de Grado es la que muestra la mayor preferencia lo que permite indagar a que los estudiantes están orientados a la investigación y desarrollo de temas. Estos datos muestran una diferencia significativa en las preferencias de los estudiantes entre las dos instituciones.

IV. CONCLUSIONES

Los postulantes que optaron a los cursos de Modalidad de Graduación y Taller de Modalidad de Graduación II para culminar sus estudios en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social entre 2012 y 2023 han optado por cinco de las seis modalidades de graduación descritas en el Reglamento General de Modalidades de Graduación de la Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián", las cuales son: Tesis de grado, Titulación Vía Diplomado, Examen de grado, Excelencia Académica y Trabajo dirigido, además de la modalidad correspondiente al PTEAE, contándose con el pico más alto de defensas de postulantes a una de las modalidades de graduación en la gestión 2022.

Los resultados sobre las tendencias de la preferencia académica por las modalidades de graduación en la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social durante el periodo 2012 a 2023, nos revelan que la Tesis de grado ha sido la modalidad más popular, con defensas en 11 de las 12 gestiones, y en la gestión 2014 fue la de mayor preferencia estudiantil.

La modalidad de Titulación vía diplomado tuvo defensas en 2019, 2021, 2022 y 2023, siendo la más preferida en 2022. Por otro lado, las defensas en la modalidad de Examen de grado se incrementaron desde 2017 hasta ser la más preferida en 2022. En cuanto al PTEAE, se realizaron defensas en tres gestiones: 2013 (dos defensas), 2017 (tres defensas) y 2018 (una defensa). La modalidad de Excelencia Académica tuvo un total de dos defensas, una en 2021 y otra en 2023. Finalmente, la modalidad de Trabajo dirigido fue la menos preferida con una única defensa en 2018, y el número de defensas que se observa en la gestión 2022 con el mayor número de graduados que optaron por sólo tres de las seis modalidades de graduación ofertadas por la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social, siendo éstos un total de 69, datos que representan una información útil para analizar patrones y tomar decisiones relacionadas con la oferta de estas modalidades en el futuro.

El presente estudio demuestra la participación de hombres y mujeres en defensas académicas durante 12 gestiones, exponiendo que las mujeres han sido quienes defendieron en mayor número en relación de los hombres, con un 62 % respecto de un 38%, siendo un reflejo del avance de la equidad de género en el ámbito académico que podría tener implicaciones importantes para la igualdad de oportunidades en la educación superior a través del fomento de la participación femenina.

Por lo que, se concluye que durante el periodo comprendido entre la gestión 2012 a 2023, para la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Autónoma del Beni, la modalidad de Examen de Grado fue la más elegida con un 38%, seguida por la Titulación vía diplomado. Esto en contraste a la preferencia estudiantil por las modalidades de graduación en la carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la UCB, Regional Cochabamba que cuenta con un 83% en la modalidad de Tesis de grado, seguida de lejos por un 11,2% en la preferencia por la modalidad de Examen de grado, que de acuerdo al enfoque cuantitativo ha permitido analizar y comparar datos numéricos sobre las preferencias académicas de los estudiantes de la carrera, permitiendo comprender que existen diferencias de elección según el contexto universitario entre los departamentos de Beni y Cochabamba.

V. AGRADECIMIENTOS

Agradecer en primer lugar a Dios por la vida, por mi familia, la salud y todas sus bendiciones. Así también, expresar una muestra especial de gratitud para el Dr. Alvaro Juan Aguilar Kirigin en reconocimiento a su paciencia, disponibilidad, generosidad y orientación en la elaboración del

presente investigación científica. Su compromiso y dedicación han enriquecido enormemente el trabajo realizado, demostrando su valioso aporte tanto a nivel profesional como personal.

VI. BIBLIOGRAFIA

1. Facultad de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián" (2005), Reglamento del Sistema de Graduación para la Facultad de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián".
2. Vásquez Pérez, R. y Hurtado García, P. (2021). Historia de la Carrera Ciencias de la Comunicación Social. Ciencia y Comunicación. Revista Científica - Carrera Ciencias de la Comunicación Social. Año 1, Vol.1, N°1. pp. 8-9.
3. Heredia Hurtado, F. (2022). Matrícula Estudiantil Histórica en la Carrera Ciencias de la Comunicación Social 2004-2021. Revista Científica - Carrera Ciencias de la Comunicación Social. Año 1, Vol.2, N°2. pp. 7.
4. Madrigal Vargas Y., Arguedas Ferreto L., Vargas Bolaños R. (2016). Análisis Métrico de los Trabajos Finales de Graduación de los Programas del Sistema de Estudios de Posgrado del área de Ciencias Sociales de la Universidad de Costa Rica, Zeta, Revista de Bibliotecología y Estudios de la Información. Número 2, enero - Junio.
5. 2ª Reunión Académica Universitaria UAB "JB" (2021), Reglamento General de Modalidades de Graduación de la Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián".
6. CUB XI Congreso Nacional de Universidades, (2009), Reglamento General de Tipos y Modalidades de Graduación.
7. López, P. (2006) Modalidades de titulación y el estado de la investigación en la carrera de Ciencias de la Comunicación Social Universidad Católica Boliviana "San Pablo", Unidad Cochabamba. 34 págs. Versión impresa ISSN 1815-0276 versión On-line ISSN 2224-8838. pp. 26.

ESTRATEGIAS EN EL APRENDIZAJE DEL IDIOMA INGLÉS CON COMPETENCIAS DE PRODUCCIÓN Y COMPRENSIÓN ORAL EN LOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL BENI “JOSÉ BALLIVIÁN” PARA FORTALECER SU FORMACIÓN ACADÉMICA

Lic. *Marbely Haibara Aguilera* *1
Univ. *Yeixon Cholima Rossell* *2

*1 *Docente de la carrera de Comunicación Social y Jefa del Departamento de Museología y Turismo “Jorge Estívariz Justiniano”, Centro de Investigación de Recursos Acuáticos (CIRA) Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián” (Avenida 27 de mayo s/n). Trinidad, Beni, Bolivia. E-mail: mhaibaraa@uabjb.edu.bo.*

*2 *Universitario de la carrera de Comunicación Social, Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián” (Avenida 27 de mayo s/n). Trinidad, Beni, Bolivia.*

RESUMEN:

El idioma inglés hoy en día, es una herramienta de comunicación, fundamental en el sistema de educación y las oportunidades para desarrollar estas habilidades son pocas. Al existir deficiencia del aprendizaje en la producción (speaking) y comprensión oral (listening), debido a la dificultad que tienen los estudiantes por estas habilidades lingüísticas, siendo un desafío para ellos, ya que requieren mayor esfuerzo y tiempo para lograr desarrollarla dentro del aula. La presente investigación, busca estrategias y como motivar en la formación y aprendizaje del estudiante, pero mucho depende de estrategias que el docente aplique para que el estudiante se exprese en inglés de manera fluida y acorde. En este sentido nos formulamos preguntas que respalden esta investigación. ¿De qué manera el docente puede motivar y promover estrategias de enseñanza del idioma inglés en sus estudiantes? ¿Cuáles son las estrategias utilizadas en la producción y comprensión oral en el aprendizaje de los estudiantes? ¿Qué actividades refuerzan la producción y comprensión oral y son usadas

por los docentes con sus estudiantes? ¿Qué métodos de enseñanza usan los docentes para motivar a que los estudiantes alcancen una producción y comprensión oral satisfactoria?

Con el acceso a la tecnología, podemos encontrar muchas herramientas para el aprendizaje, al desempeñar un papel fundamental en la enseñanza del idioma inglés al proporcionarnos; acceso a recursos en líneas, facilitar la comunicación en inglés y ofrecer servicios de traducción, gamificar el aprendizaje y brindar acceso de clases en líneas. Problema: ¿Como incentivar el aprendizaje del Idioma Inglés con competencias de producción y comprensión oral en los estudiantes? Hipótesis, si determinamos la población hablante del idioma inglés en los estudiantes de producción y comprensión oral, podemos aplicar estrategias didácticas para generar habilidades lingüísticas, haciendo uso de la tecnología para mejorar el aprendizaje en los estudiantes y así fortalecer su formación académica.

Palabras clave: *Idioma, extranjero, aprendizaje, lingüística, habilidad, intelecto*

ABSTRACT:

The English language today is a fundamental communication tool in the education system and the opportunities to develop these skills are few. There is a learning deficiency in speaking and listening, due to the difficulty that students have with these linguistic skills, being a challenge for them, since they require more effort and time to develop them in the classroom. The present research seeks strategies and how to motivate the student's learning, but much depends on the strategies that the teacher applies so that the student expresses himself in English in a fluent and appropriate way. In this sense, we formulate questions that support this research: How can teachers motivate and promote English language teaching strategies in their students? What are the strategies used in oral production and comprehension in students' learning? What activities reinforce oral production and comprehension and are used by teachers with their students? What teaching methods do teachers use to

motivate students to achieve satisfactory oral production and comprehension?. With access to technology, we can find many tools for learning, playing a fundamental role in English language teaching by providing access to online resources, facilitating communication in English and offering translation services, gamifying learning, and providing access to online classes. Problem ¿How to encourage English language learning with production and listening skills in students? Hypothesis, if we determine the English speaking population in the students of oral production and comprehension, we can apply didactic strategies to generate linguistic skills, making use of technology to improve learning in students and thus strengthen their academic training.

Keywords: *Language, foreign, learning, linguistics, ability, intellect, intellect*

I. INTRODUCCIÓN

Durante los períodos modernos el inglés se extendió a lo largo de las islas británicas y a principios del siglo XVII su influencia empezó a sentirse en todo el mundo (Mendoza, 2017). Hoy el aprendizaje del inglés es estratégico, pues es uno de los idiomas relacionados al comercio exterior, la industria y las relaciones internacionales en general (Mendoza, 2017). Son millones de personas que buscan aprender inglés, ingresando a escuelas de idiomas; miles, las que desean perfeccionar el idioma; y aquellas personas que usan el inglés como un modo de vida (Mendoza, 2017). Dentro de las dos formas clásicas del lenguaje, el escrito posiblemente es el que daría para la posteridad, pero en cambio el oral, coadyuva y facilita en la comunicación formal y coloquial (Mendoza, 2017). Es por eso que los seres humanos siempre hemos tenido la necesidad de comunicarnos con la particularidad de expresar ideas, sentimientos o finalmente establecer discusiones de análisis en base a un conjunto de conocimiento (Mendoza, 2017). El lenguaje oral tiene un importante papel la expresión oral, que contempla un conjunto de técnicas que determinan las pautas generales que deben seguirse para comunicarse oralmente con efectividad, como la forma de expresar sin obstáculos lo que se piensa. (Mendoza, 2017).

El aprendizaje del inglés como lengua extranjera representa un esfuerzo consciente para adquirirlo, ya sea por comprensión de reglas o prácticas que estimulen a las personas a poder comunicarse apropiadamente (Gálvez, 2019). Este aprendizaje ha ido evolucionando a lo largo de los años tanto es así, que se han dado múltiples métodos de enseñanza con el fin de presentar algo novedoso, donde el eclecticismo ha permitido tomar las mejores técnicas y características de los métodos anteriores, construyendo en la enseñanza-aprendizaje (Gálvez, 2019). La inmersión, es una modalidad de aprendizaje bilingüe en la cual hay una interacción constante con el idioma, el contenido y cultura incluida, sin el uso de la lengua materna de los estudiantes. Esto lleva a lograr un aprendizaje efectivo y a menor tiempo, dado que entre las cuatro habilidades lingüísticas (hablar, escuchar, leer y escribir), el usuario debe ahondar en su aprendizaje para comunicarse con seguridad en todas diversas situaciones. Dentro de estas, la expresión oral (speaking) y la comprensión auditiva (listening) se retroalimentan constantemente a través del entorno, el cual suele ser muy enriquecedor para afianzar la segunda lengua (Gálvez, 2019).

Según Bygates (1991), la comunicación oral, es la

habilidad de ensamblar oraciones en lo abstracto, que se producen y se adaptan a las circunstancias del momento (Zurita, 2017). Esto es, tomar decisiones rápidas, integrándolas adecuadamente y ajustándolas de acuerdo con problemas inesperados que aparecen en los diferentes tipos de conversación (Zurita, 2017). Podríamos decir que la comunicación oral es la habilidad de pensar en el idioma meta y poder transmitir de manera oral esas ideas entablando una conversación de acuerdo a las circunstancias del momento. Mientras que la producción oral, es un proceso interactivo donde se construye un significado que incluye producir y recibir, además de procesar información. La forma y el significado dependen del contexto donde se da la interacción, incluyéndose los participantes, sus experiencias, el medio ambiente y el propósito de comunicarse (Zurita, 2017).

Dentro de las distintas habilidades que se manejan en el aprendizaje del idioma inglés se encuentran la de "speaking" que en español se traduce como "comprensión oral", la cual forma parte muy importante del proceso de comunicación en el que estamos constantemente involucrados en nuestra sociedad y otra habilidad como el listening, que se traduce como producción oral. Cabe mencionar que estas habilidades no puede ser separadas de las demás involucradas en la enseñanza de lenguas como el "writing", que hace que potenciemos nuestro escrito, y el "reading", que potencia nuestra lectura ya que siempre existe una estrecha relación entre ellas (Mendoza, 2017).

Durante los últimos años se han desarrollado investigaciones concernientes a las estrategias didácticas de la enseñanza del idioma inglés (Jackson, 2020). Según Richards (2006), la necesidad del aprendizaje del inglés está relacionada a la competencia comunicativa cuyas estrategias didácticas están enfocadas a las habilidades comunicativas: expresión oral, comprensión auditiva, comprensión de lectura y expresión escrita, en lugar de una enseñanza orientada al aprendizaje de vocabulario. Además, la competencia comunicativa efectiva permite a los estudiantes a que pueden interactuar en diferentes situaciones (Jackson, 2020).

Hoy en día, el inglés es un idioma muy importante, para poder comunicarse con todo el mundo sin barreras en la comunicación, acceder a becas o realizar negocios en el extranjero. Sin embargo, muchas personas no han tenido aún la oportunidad de aprenderlo. También, puede ocurrir que, como es el caso de muchos otros, el nivel que tienen del

del idioma se quede insuficiente para poder aspirar a un puesto de trabajo, beca o, simplemente, poder mantener una conversación (Segovia, 2017). Y gracias a la tecnología, ya no es necesario inscribirse a un curso de inglés; puesto que los dispositivos móviles Android permiten acceder a aplicaciones las que permiten interactuar con los interesados en el aprendizaje del inglés así como establecer avances según objetivos logrados (Segovia, 2017).

La tecnología también es una pieza importante para utilizar estrategias metodológicas, que en el campo de la investigación educativa se ha iniciado como una rama de estudio denominada “tecnología educativa”, la cual busca responder las necesidades de la sociedad en el conocimiento e información siguiendo las corrientes de las Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones (TIC). Según Cabero (2009), la tecnología educativa son los medios artificiales de comunicación, medios de comunicación naturales y métodos de instrucción que pueden ser utilizados para educar. Sin embargo, la falta de capacitación en competencias digitales en los docentes, evita que se pase a la construcción del conocimiento activo por parte de los estudiantes. Las competencias digitales según Wang (2005), en la enseñanza del inglés como segunda lengua y el uso de la tecnología en la enseñanza aportan calidad a la educación y actualmente ambas convergen en el aula.

En la actualidad, son múltiples los recursos que los docentes pueden implementar con los estudiantes, como la tecnología, la música, la poesía y la dramatización. Así, no hay límite en cómo presentar la materia (el inglés) a los estudiantes para lograr el impacto y la motivación (competencia comunicativa) que se desea, tanto en la enseñanza como en el aprendizaje. Los maestros saben bien que las estrategias didácticas que se ponen en acción son útiles en el proceso de enseñanza aprendizaje del inglés. Por lo que las tareas más trascendentales de los profesores es identificar, seleccionar y evaluar las estrategias de enseñanza que se utilizarán para lograr un nivel aceptable por parte de los estudiantes y conseguir que haya estudiantes competentes en el idioma inglés (Jackson, 2020).

Esta investigación nace a inquietud de que son pocos los estudiantes de nuestra Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián” que tienen conocimiento de esta lengua extranjera y poco interés en aprender el idioma inglés, y es una limitante para que ellos puedan acceder a una beca de estudios en los países extranjeros. En tal sentido se realizó una encuesta dirigida a estudiantes, identificando la deficiencia en el aprendizaje de la comprensión oral (Listening) y la producción oral (speaking). Sin embargo, con el uso de la tecnología son muchas las

herramientas estratégicas que el docente debe aplicar y motivar al estudiante con conocimientos técnicos y didácticos para una implementación efectiva en la enseñanza del idioma, además de hacerle conocer las importantes oportunidades de estudio, especialidad y en el campo laboral que te ofrece aprendiendo el idioma inglés.

Es importante desarrollar habilidades lingüísticas - productivas y receptoras en los estudiantes en la producción de textos orales y escritos, pero sobre todo en la producción y comprensión oral, en complementación con una serie de actividades didácticas, que ayudarán a los estudiantes a adquirir competencias gramaticales y comunicativas además de la importancia en el uso de la tecnología desempeña un papel fundamental en el aprendizaje del idioma inglés al proporcionarnos acceso a recursos en líneas, facilitar la comunicación en inglés, ofrecer servicios de traducción, gamificar el aprendizaje y brindar acceso de clases en líneas. Estas estrategias pueden ayudar a desarrollar habilidades sólidas de escucha y habla en el aprendizaje del idioma inglés. Es importante practicar regularmente y buscar oportunidades para interactuar y comunicarse en inglés para obtener mejores resultados.

Problema. ¿Qué estrategias utilizar en el aprendizaje del idioma inglés con competencias de producción y comprensión oral en los estudiantes de la Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián” para fortalecer su formación académica?

Objetivo: Determinar estrategias en el aprendizaje del idioma inglés con competencias de producción y comprensión oral en los estudiantes de la Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián” para fortalecer su formación académica?

Hipótesis: Sí, determinamos la cantidad de población hablante del idioma inglés, podremos contribuir en el fortalecimiento académico de los estudiantes de la Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián”.

II METODOLOGÍA

Se emplearon los métodos teóricos y empíricos.

2.1. Métodos teóricos.- Estos métodos permiten descubrir en el objeto de investigación las relaciones esenciales y las cualidades fundamentales no detectables de manera sensorial y perceptual, por tanto, se apoyan básicamente en los procesos de abstracción, análisis, síntesis, inducción y deducción (Del sol et al, 2017). Dentro de los métodos teóricos, se emplearon los siguientes:

Método histórico - lógico.- El método histórico estudia la trayectoria real de los fenómenos y

acontecimientos en el decursar de su historia (Quesada et al, 2020). Este método permitió realizar un estudio sobre la importancia del aprendizaje del idioma inglés. Mientras el método lógico, permite aplicar procedimientos y estrategias en el aprendizaje del idioma inglés (De sol, et al, 2017).

Método analítico - sintético.- Método que se refiere a dos procesos intelectuales inversos que operan en unidad: como es el análisis y la síntesis. El análisis es un procedimiento lógico que posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes. Según Raúl (2009), este método es utilizado para analizar las partes de la bibliografía consultada y construir el soporte teórico de investigación y bibliografía consultada.

2.2. Método empíricos.- Este método está basado en la experiencia, que permite al investigador descubrir características y relaciones del fenómeno estudiado, consiste en observar, medir y experimentar la realidad que queremos conocer que permitan ver y analizar las variables. Empírico (2020), dentro de esto métodos empleamos los siguientes:

La Encuesta.- Método de investigación y recopilación de datos utilizados para obtener información de personas sobre diversos temas, que se lleva a cabo mediante la aplicación de un cuestionario que representa la muestra del estudio, que proporciona información sobre opiniones, actitudes y comportamientos de las personas (Anguitaa, Labrador, Repullo y Campos, 2003). Se elaboró un instrumento de recojo de datos con preguntas cerradas y abiertas a los estudiantes de las diferentes unidades académicas de la Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián", con un tamaño de muestra de 246 personas encuestadas diferenciadas por sexo.

2.3. Método estadístico.- Es una secuencia de procedimientos para el manejo de datos cualitativos y cuantitativos de la investigación. Busca la elaboración, desarrollo y organización de todos y cada uno de los datos numéricos del problema planteado (Definista, 2016). En este artículo se utilizó la recolección, recuento, presentación, síntesis y análisis de gráficas de los datos obtenidos y el método utilizado se lo realizó a través de encuestas dirigidas a una población estudiantil de 246 estudiantes de las diferentes unidades académicas de la Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián" de los cuales 127 estudiantes varones y 119 estudiantes mujeres.

Para el levantamiento de información se consideró realizar una serie de interrogantes que se especifican a continuación como:

1) ¿De qué manera puede motivar en el aprendizaje del idioma inglés? 2) ¿Cuáles son las estrategias que deberán utilizar en la producción y comprensión oral? 3) ¿Qué actividades deberán implementar los docentes en la producción y comprensión oral? 4) ¿Qué métodos de enseñanza deberían usar los docentes en los estudiantes para que alcancen una producción oral satisfactoria?.

Dando respuestas a las preguntas formuladas:

¿De qué manera puede motivar en el aprendizaje del idioma inglés en los estudiantes?

Demostrando desde el inicio la relevancia y utilidad que el idioma inglés puede ofrecer, explicarles como el dominio de este idioma puede abrirle puertas laborales, oportunidades de estudio y comunicación con personas de diferentes lugares del mundo y enseñar mostrando entusiasmo y pasión por el idioma en la enseñanza del inglés, esto estimulará a los estudiantes y despertará su interés y motivación para aprender.

¿Cuáles son las actividades que deberán utilizar en la producción y comprensión oral en el aprendizaje de los estudiantes?

- En clases prácticas, uso de material audiovisual interesante, películas, series, videos y juegos en inglés que sean entretenidos y atractivos para los estudiantes, esto hará las clases más divertidas y amena.
- Preparar clases interactivas y dinámicas, incorporando juegos o competencias entre estudiantes para motivarlos a practicar y mejorar sus habilidades en in el inglés
- Actividades grupales, debates que requieren el uso del inglés de manera práctica y divertida.
- Realizar juegos de palabras, practicar ejercicios de pronunciación, participar en actividades que involucren jugar con palabras en inglés o ejercicios específico para mejorar la pronunciación.

¿Cuáles son las estrategias utilizadas en la producción y comprensión oral en el aprendizaje para los estudiantes?

- La tecnología desempeña un papel fundamental en el aprendizaje del idioma inglés al proporcionarnos a acceso a recursos en líneas, facilitar la comunicación en inglés, ofrecer servicios de traducción, gamificar el aprendizaje y brindar acceso de clases en líneas.
- Mirar videos y películas en inglés y hacer uso de las habilidades lingüísticas escuchar, atentamente grabaciones en inglés y repetir para obtener una buena pronunciación y entonación.

- Escuchar música en inglés, exponerse regularmente a canciones en inglés para mejorar la comprensión auditiva y aprender nuevas expresiones idiomáticas
- Estudiar podcasts y audiolibros en inglés para mejorar la comprensión auditiva y el vocabulario
- Participar en conversaciones, buscar oportunidades para practicar el inglés hablando con hablantes nativos o con otros estudiantes de inglés
- Practicar con grabaciones, grabar y escuchar sus propias conversaciones en inglés para identificar áreas de mejoras y trabajar en ellas

¿Qué métodos de enseñanza deberían usar los docentes para motivar a que los alumnos alcancen una producción y comprensión oral satisfactoria?

Existen diferentes métodos y metodología que un docente puede aplicar para enseñar inglés a sus estudiantes, entre los más conocidos son:

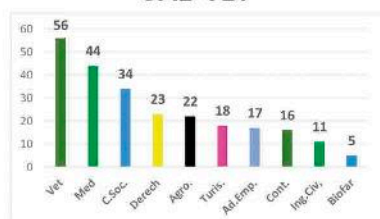
- Método comunicativo, se enfoca en desarrollar habilidades de comunicación oral y escrita, donde los estudiantes interactúan en situaciones reales, practican la pronunciación y la fluidez en el habla.
- Métodos audiolingual. Se centra en la repetición y memorización de patrones lingüísticos a través de la audición, repetición oral, que se enfoca en estructura del lenguaje y desarrollo de habilidades auditivas. Los métodos utilizados dependen de los objetivos de enseñanzas que el docente imparta y tenga un enfoque dinámico y flexible, adaptando su metodología a sus necesidades individuales de los estudiantes.

III RESULTADOS

Se elaboraron encuestas dirigidas a estudiantes universitarios de las diferentes carreras de la Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián", en la ciudad de Trinidad, con una serie de preguntas cerradas y abiertas referente al conocimiento del idioma inglés. Ver los gráficos 1–7.

Población Intervenido

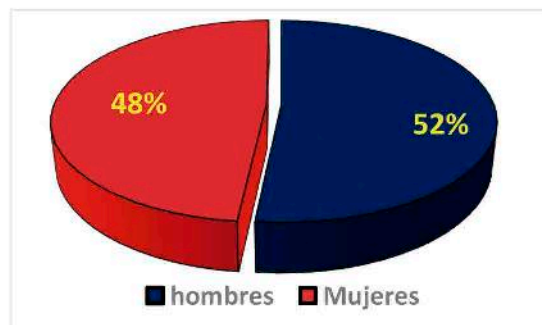
Gráfico N° 1: Encuesta realizada a estudiantes de las diferentes unidades académicas de la UAB-JB.



Fuente: Elaboración propia :

Para obtener resultados favorables, se realizó la encuesta a estudiantes de 10 unidades académicas de las diferentes Facultades de la Universidad Autónoma del Beni José Ballivián como; Veterinaria, Medicina, Ciencias de la Comunicación Social, Derecho, Agronomía, Turismo, Administración de empresas, Contaduría Pública, Ingeniería Civil, Farmacia y Bioquímica.

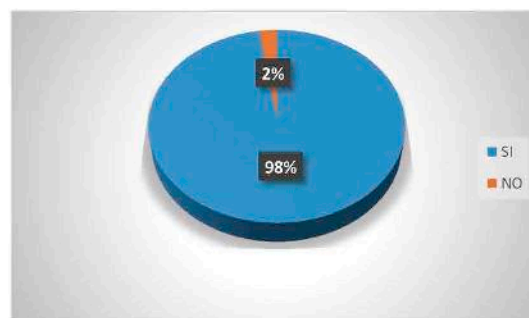
Gráfico N° 2: Encuesta a la población estudiantil de la UABJB, determinando el sexo. Grafico N° 2



Fuente: Elaboración propia

De los 246 estudiantes encuestados, el 48% fueron estudiantes mujeres y el 52% fueron estudiantes varones.

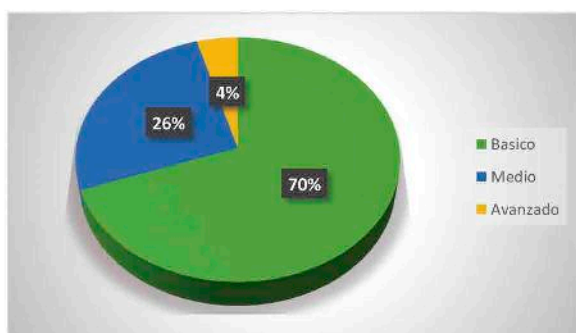
Gráfico N° 3 ¿Tiene Conocimiento de la importancia de aprender el idioma Inglés? Grafico N° 3



Fuente: Elaboración propia

De los 246 estudiantes, el 2.44 % respondieron que no es importante el aprendizaje del inglés, en cambio el 97.56 % consideran que aprender inglés es importante ya que permite estrategias y oportunidades en estudios en el extranjero y en el campo laboral.

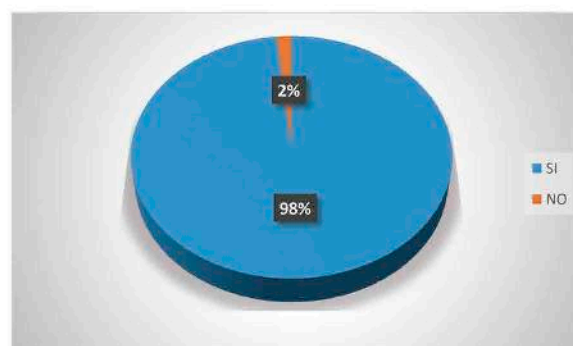
Gráfico N° 4 ¿Qué nivel de aprendizaje del idioma inglés tiene?
Gráfico N° 4



Fuente: Elaboración propia

De los 246 estudiantes, el 70% respondieron que tiene conocimiento con el nivel básico; el 26% respondieron que tenían conocimiento del nivel medio, sin embargo, solo el 4% tiene conocimiento del inglés avanzado.

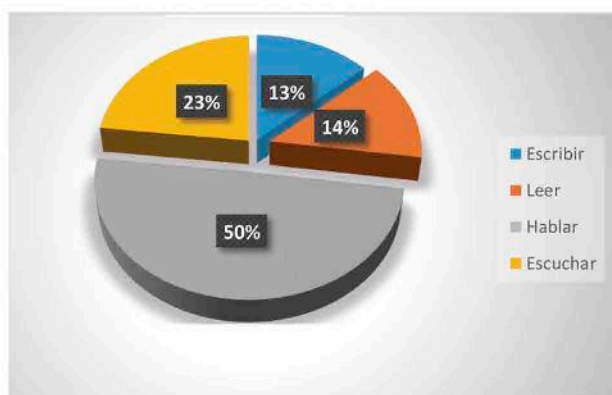
Gráfico N° 6 ¿Considera que sería importante llevar la materia de inglés desde el inicio hasta la conclusión de su carrera?
Gráfico N° 6



Fuente: Elaboración propia

De los 246 estudiantes, un 98% respondieron que es importante llevar la materia de Inglés hasta la conclusión de sus estudios. Y solo 2% consideran que no es importante.

Gráfico N°5 ¿Cuáles de las 4 habilidades lingüísticas considera la más difícil de aprender?
Gráfico N°5



Fuente: Elaboración propia

De los 246 estudiantes, en la pregunta acerca de cuáles de las 4 habilidades lingüísticas consideran la más difícil de aprender, en la primera respuesta el 50 % hablando (Speaking); el 23% escuchando (Listening); 14% Leyendo (Reading) y el 13% writing /escribiendo).

IV DISCUSIÓN

Los resultados mostraron un promedio superior en la comprensión auditiva y en menor proporción en la expresión oral, teniendo deficiencia en el aprendizaje del idioma inglés en estas dos habilidades lingüísticas que se deben reforzar aplicando estrategias en la metodología de enseñanza y haciendo uso de la tecnología. Según (Mendoza, 2017). Para los estudiantes que aprenden una lengua la expresión oral (Speaking) y comprensión (Listening) resulta una de las destrezas más difíciles, pues ellos presentan deficiencias como organizar y estructurar el discurso de modo coherente (en orden cronológico). Exponer claramente cuáles son las ideas principales y cuáles las secundarias, transmitir un mensaje con fluidez. Pero para Galvez, (2019) la inmersión lingüística mejora el aprendizaje del idioma inglés de manera más efectiva, en los alumnos permitiéndole visualizar las dos habilidades tan importantes: la expresión oral y la comprensión auditiva mejoran notoriamente. Sin embargo (Alcalde García, M. M., & Gonzales Jaramillo, J. G. (2021). o demostró que la aplicación de estrategias metodológicas influye mucho en la comprensión y expresión oral del idioma inglés en los estudiantes, demostrando: El nivel de aprendizaje en la comprensión y expresión oral del idioma inglés, antes de la aplicación de estrategias metodológicas y el nivel de aprendizaje en la comprensión y expresión oral del idioma inglés en el postest después de la aplicación de estrategias metodológicas. Para (Zambrano, R. Y. C., Aguayo, P. Y. M., Cedeño, N. J. V., & Alarcón, M. D. C. T. (2020) la implementación de las Tecnologías de la Información y las

Comunicaciones; (TIC's) en la educación superior ha sido una estrategia potenciadora del aprendizaje y de la comprensión auditiva y la expresión oral en el aprendizaje del idioma Inglés en el alumnado. El desarrollo de estas habilidades de comunicación oral puede ser ampliamente beneficiado con la aplicación de las múltiples opciones ya que el uso de la tecnología brinda herramientas a los educadores para poder motivar a sus estudiantes en el aprendizaje del idioma inglés, es importante poder comparar resultados obtenidos con otros estudios similares que nos puedan demostrar formas de aprendizaje impartida en aula.

V CONCLUSIONES

El presente estudio concluye favorablemente a través del resultado de una serie de preguntas plasmadas en encuesta a 246 estudiantes de las diferentes unidades académicas de la Universidad Autónoma del Beni José Ballivián, iniciando la primera pregunta acerca ¿si tienen conocimiento de la importancia de aprender el idioma Inglés? un 97.56% consideran que el idioma es importante porque permite estrategias y oportunidades de estudios en el campo laboral sin embargo solo el 2.44% respondieron que no es importante el inglés. La segunda pregunta sobre ¿cuál era su nivel de conocimiento del idioma inglés? Un 70% respondieron que tiene conocimiento del nivel básico; el 26% respondieron que tenían conocimiento del nivel medio, sin embargo solo el 4% tiene conocimiento del inglés avanzado. Referente a la tercer pregunta si ¿Cuáles de las 4 habilidades lingüísticas considera la más difícil de aprender? Un 50% respondieron que hablando (Speaking); el 23% escuchando (Listening); 14% Leyendo (Reading) y el 13% writting /escribiendo). Y finalmente la cuarta pregunta si ¿Considera que sería importante llevar la materia de inglés desde el inicio hasta la conclusión de su carrera? Un 98% de los estudiantes respondieron que es importante llevar la materia de Inglés hasta la conclusión de sus estudios. Y un solo 2% consideran que no es importante. Para respaldar este estudio se formularon una serie de interrogantes, dando respuestas a las mismas.

1. ¿De qué manera puede motivar en el aprendizaje del idioma inglés en los estudiantes?
2. ¿Cuáles son las actividades que deberán utilizar en la producción y comprensión oral en el aprendizaje de los estudiantes?
3. ¿Cuáles son las estrategias utilizadas en la producción y comprensión oral en el aprendizaje para los estudiantes?
4. ¿Qué métodos de enseñanza deberían usar los docentes para motivar a que los alumnos alcancen una producción y comprensión oral satisfactoria?

VI BIBLIOGRÁFICA.

1. Acosta Cotrina, R. I. (2023). El método total physical response en el logro de la competencia expresión y comprensión oral del área de inglés de los estudiantes de secundaria de la institución educativa Santa María Magdalena del distrito de Magdalena-Cajamarca, 2019.
2. Alcalde García, M. M., & Gonzales Jaramillo, J. G. (2021). Aplicación de estrategias metodológicas basadas en la capacidad de expresión y comprensión oral y su influencia en logros de aprendizaje área de Inglés, estudiantes del 5to año "A" de la IE Juan Valer Sandoval N° 88389 de Nuevo Chimbote, año 2016.
3. Angarita Santiago, A. P. Comprensión de mi listening y speaking para una mejor comunicación en el idioma inglés.
4. Betancourt, R. R., & Zermeño, M. G. G. (2017). Competencias digitales en la enseñanza-aprendizaje del inglés en bachillerato. *Campus Virtuales*, 6(2), 51-59.
5. Cerezo Herrero, E. (2013). La enseñanza del inglés como lengua B en la formación de traductores e intérpretes en España: la comprensión oral para la interpretación.
6. Chacón, C. T., & Pérez, C. J. (2011). El podcast como innovación en la enseñanza del inglés como lengua extranjera. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (39), 41-54.
7. Condori Limachi, B. (2020). Uso de la tecnología de la información y comunicación y el aprendizaje del idioma inglés.
8. Cruz, D. (2020). Expresión oral: una problemática por abordar. *SCIENDO*, 23(4), 293-298.
9. Cubillo, P. C., Keith, R. C., & Salas, M. R. (2005). La comprensión auditiva: definición, importancia, características, procesos, materiales y actividades. *Actualidades investigativas en educación*, 5(1).
10. Cubillo, P. C., Keith, R. C., & Salas, M. R. (2005). La enseñanza del inglés en Costa Rica y la destreza auditiva en el aula desde una perspectiva histórica. *Actualidades investigativas en Educación*, 5(2).
11. Cuitiño Ojeda, J., Díaz Larenas, C., & Otárola, J. L. (2019). Promoción de la fluidez y precisión oral en inglés a través del role play. *Cuadernos de investigación Educativa*, 10(1), 43-62.
12. GÁLVEZ, C. C. (2019). Aprendizaje del idioma inglés con métodos de enseñanza comunes complementados con inmersión lingüística en el desarrollo de comprensión auditiva y expresión oral en estudiantes de educación superior de la Región Arequipa (Doctoral dissertation, UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN

-
- AGUSTÍN).
13. García, C. B., & México, T. (2012). Un estudio sobre la producción oral del idioma inglés. Tijuana, Mexico.
 14. Jackson, F. D. (2020). Aportaciones de las estrategias didácticas en el desarrollo de la competencia comunicativa/Contributions of teaching strategies in the development of communicative competence. *Revista de educación*, (20), 185-204.
 15. Martínez-Pérez, M. G. (2020). Herramientas digitales para la enseñanza del idioma inglés. *Con-Ciencia boletín científico de la Escuela preparatoria No. 3*, 7(14), 28-32.
 16. Mendoza, F. E. M. (2017). Estrategias metodológicas para mejorar las habilidades de speaking y listening en idioma inglés en la escuela de educación básica de universidad laica Eloy Alfaro de Manabí. *Dominio de las Ciencias*, 3(4), 588-641.
 - Quesada Chaves, M. J. (2015). Creación de videos educativos como estrategia didáctica para la formación de futuros docentes de inglés. *Actualidades investigativas en educación*, 15(1), 127-146.
 - Quesada Chaves, María José. "Creación de videos educativos como estrategia didáctica para la formación de futuros docentes de inglés." *Actualidades investigativas en educación* 15.1 (2015): 127-146.
 17. SCIÉND0, 23(4), 293-298. <https://doi.org/10.17268/scienciendo.2020.035formación integral del estudiante>.
 18. Segovia, M. R. V. (2017). Análisis metodológico de las aplicaciones móviles android más popular para el aprendizaje del idioma inglés. *Universidad y Cambio*, 2(2), 33-36. Trinidad-Beni-Bolivia (AMAZONÍA BOLIVIANA)
 19. Zambrano, R. Y. C., Aguayo, P. Y. M., Cedeño, N. J. V., & Alarcón, M. D. C. T. (2020). E-learning en el desarrollo de la comprensión auditiva y la expresión oral en el aprendizaje del idioma inglés en la Educación Superior. *Revista Cognosis. ISSN 2588-0578*, 5(2), 71-82.
 20. Zambrano, R. Y. C., Aguayo, P. Y. M., Cedeño, N. J. V., & Alarcón, M. D. C. T. (2020). E-learning en el desarrollo de la comprensión auditiva y la expresión oral en el aprendizaje del idioma inglés en la Educación Superior. *Revista Cognosis. ISSN 2588-0578*, 5(2), 71-82.
 21. Zurita, M. (2017). Un estudio sobre la producción oral del idioma inglés. *APORTES A LA EDUCACIÓN UNIVERSITARIA*, 69.

ROL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES EN LA PREVENCIÓN SOBRE LA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL Y RECUPERACIÓN DEL ARROYO SAN JUAN (CIUDAD DE TRINIDAD)

Univ. Jenny Mercier Soliz *1
Univ. Luz Clarita Bustamante López *2
Univ. Valeria Diez Nuñez *3
Lic. Carla Fanny Vásquez Flores *4

Universitarias de la carrera de Ciencias de la Comunicación Social, Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián" (Avenida 27 de mayo s/n). Trinidad, Beni, Bolivia.

*1. jennymerciersoliz@gmail.com
*2. luzclaritabustamantelopez36@gmail.com
*3. dieznunezv@gmail.com

*4 Licenciada en Ciencias de la Comunicación, Docente Carrera de Comunicación Social Universidad Autónoma del Beni "José Ballivián"

RESUMEN:

El auge de las tecnologías no solo ha impactado en la conducta humana, propiciando nuevos hábitos, estilos de vida y formas de comunicarse, sino en la forma de comprender la realidad. El presente trabajo de investigación se plantea como propósito establecer el manejo periodístico de los medios de comunicación digitales en relación a la prevención de la contaminación ambiental y recuperación del Arroyo San Juan (Ciudad de Trinidad). Para este objetivo se diseñó una estrategia metodológica empírica fundamentada en la observación científica, por lo que se utilizó como primera técnica de investigación el análisis morfológico sobre las publicaciones de las páginas informativas (medios digitales) JC Noticias Trinidad, La Palabra del Beni, Taxi Noticias, ANF y Eju.tv Como segunda técnica se recurrió a la entrevista semiestructurada para realizar las preguntas a los periodistas que manejan las páginas informativas de los medios digitales de la ciudad de Trinidad. Los resultados reflejaron que los medios de comunicación digitales solo se enmarcan en dar cobertura periodística sobre la situación del arroyo San Juan y difundirlo a la

población general. Es decir, queda solo en una mera noticia, sin hacer una investigación profunda sobre la problemática ambiental que tiene el arroyo San Juan, ya que es considerado Patrimonio Turístico de la ciudad de Trinidad – Beni. Sin embargo, se plantearon realizar charlas institucionales (municipio y gobernación) en coordinación con todos los medios de comunicación (Radio, TV, Prensa Digital) para crear campañas de concientización para no arrojar basura a los alrededores del arroyo San Juan con la finalidad de evitar la contaminación ambiental, pero no hubo una respuesta favorable. A pesar que se tiene una Ley Departamental N°28 Ley de "Recuperación de Arroyo San Juan y Sistema de Drenaje en Trinidad y áreas circundantes". Por tanto, este trabajo permitió debatir acerca de la forma en que los medios digitales se involucran en la prevención de la contaminación ambiental y recuperación del arroyo San Juan de la ciudad de Trinidad – Beni.

Palabras Claves: *Medios digitales, Periodismo Digital, Medio Ambiente, Contaminación, Arroyo San Juan, Trinidad*

ABSTRACT:

The rise of technologies has not only impacted human behavior, fostering new habits, lifestyles and ways of communicating, but also the way we understand reality. The purpose of this research work is to establish the journalistic management of digital media in relation to the prevention of environmental pollution and recovery of Arroyo San Juan (City of Trinidad). For this objective, an empirical methodological strategy was designed based on scientific observation, so morphological analysis of the publications of the informative pages (digital media) JC Noticias Trinidad, La Palabra del Beni, Taxi Noticias was used as the first research technique. , ANF and Eju.TV As a second technique, the semi-structured interview was used to ask questions to the journalists who manage the information pages of the digital media in the city of Trinidad. The results reflected that digital media are only focused on providing journalistic coverage of the situation of the San Juan stream and disseminating it to the general population. That is to say, it remains just a mere piece of news, without

problems that the San Juan stream has, since it is considered Tourist Heritage of the city of Trinidad – Beni. However, it was proposed to hold institutional talks (municipality and government) in coordination with all the media (Radio, TV, Digital Press) to create awareness campaigns to not throw garbage around the San Juan stream in order to avoid environmental pollution, but there was no favorable response. Although there is a Departmental Law No. 28 Law on "Recovery of Arroyo San Juan and Drainage System in Trinidad and surrounding areas." Therefore, this work allowed for debate about the way in which digital media are involved in the prevention of environmental pollution and recovery of the San Juan stream in the city of Trinidad – Beni.

Key words: *Digital media, Digital Journalism, Environment, Pollution, San Juan Stream, Trinidad.*

I. INTRODUCCIÓN

La revolución digital ha transformado nuestra forma de vida y la manera en que nos comunicamos, ya que ha generado cambios profundos y acelerados impulsados por la tecnología digital en todos los aspectos de nuestra sociedad. La revolución digital se refiere a la transformación profunda y acelerada de los procesos, servicios y actividades en diversos ámbitos de la sociedad impulsada por los avances tecnológicos. Esta revolución abarca áreas de comunicación, industria, educación, salud, comercio y muchas otras.

El auge de las tecnologías no solo ha impactado en la conducta humana, propiciando nuevos hábitos, estilos de vida y formas de comunicarse, sino en la forma de comprender la realidad, al tenerse que afrontar cada vez mayores retos que van desde la distribución efectiva de contenidos mediante herramientas digitales hasta complejas campañas de comunicación capaces de seducir a las masas (Romero & Rivera 2019 p. 45)

El periodismo digital boliviano está en una etapa experimental. La mayoría de los medios estudiados se limita en Internet a un simple “volcado” o “calcado” de contenidos impresos, radiofónicos o televisivos sobre el soporte digital. No obstante, la creciente competencia entre las publicaciones periodísticas digitales ha significado una cierta evolución de carácter fundamentalmente instrumental que se refleja, sobre todo, en las posibilidades de administración documental, en la inclusión de videos y sonidos, y en las opciones de interactividad, tanto comunicativa como selectiva (Angulo, 2016 p. 2)

El periodismo digital en la ciudad de Trinidad, recién está en una etapa experimental, dando sus inicios con querer incursionarse por completo como medios digitales. Debido a que el periodismo digital implica informar y presentar noticias a través de plataformas y medios digitales, como sitios web, aplicaciones móviles, redes sociales, podcast y otros canales en línea.

Por tanto, estudiar el rol que desempeñan los medios de comunicación digitales de la ciudad de Trinidad, implica situarse en el campo del periodismo digital. El presente estudio pretende contribuir al quehacer del periodismo respecto a la preservación y recuperación de la contaminación ambiental del arroyo San Juan que es considerado un Patrimonio Turístico de la

ciudad de Trinidad.

La presente investigación tiene como objetivo establecer el manejo periodístico de los Medios Digitales en relación a la prevención de la contaminación ambiental y recuperación del Arroyo San Juan (Ciudad de Trinidad). Con el análisis de esta temática se busca contribuir acerca de la cobertura y manejo periodístico que vienen realizando y de qué manera están contribuyendo para sensibilizar sobre el cuidado del arroyo San Juan.

En aspectos metodológicos se trabajó con el método empírico de la observación y se tomaron como unidades de análisis las publicaciones que realizaron sobre la situación del arroyo San Juan los medios de comunicación digitales como ser: JC Noticias, La Palabra del Beni, Agencia de Noticias Fides (ANF), Taxi Noticias y Eju.TV. También se realizaron entrevistas semiestructuras a personas claves para conocer el rol que desempeñan como periodistas sobre la contaminación y recuperación del arroyo San Juan que es considerado Patrimonio Histórico y Turístico.

A partir del Siglo XXI los medios de comunicación ha experimentado profundos cambios en la última década, el progreso tecnológico ha sido el motor que ha hecho posible la aparición de la mayoría de ellos — la prensa, el cine, la radio, la televisión, Internet — y también los cambios en las condiciones de la competencia entre los mismos.

Sin duda, y como veremos a continuación, el proceso de digitalización y la proliferación de todo tipo de dispositivos y formatos comunicativos han contribuido a definir una nueva etapa de los medios y a matizar la distinción entre medios interpersonales y de masas: los mensajes vehiculados a través de Internet, por ejemplo, tienen la capacidad de llegar a millones de personas, pero en su mayoría se ubican en el espacio propio de la comunicación interpersonal (Francisco Pérez, 2023 p. 25)

Los medios y la comunicación, en resumidas cuentas, han cambiado a gran velocidad en un

período de tiempo muy breve. Los medios de comunicación antes de la era digital había (pocos periódicos, radios y televisiones), que concentraban grandes audiencias. La comunicación se producía en momentos específicos, más o menos frecuentes: las ediciones diarias de los periódicos, o en determinados momentos del día de la televisión o la radio. En la actualidad el público de la comunicación digital, cuenta con una capacidad de seleccionar muchos medios, y más accesibles a través de más vías, con contenidos más segmentados, que pueden visitarse en cualquier momento (López García, 2015 p. 65)

Es un público que sustituye la lógica de la programación por la de la edición: ya no hay que someterse a un menú informativo rígido, dictado por los medios (López García, p. 78: 2015) Podemos resumir estos cambios, desde el punto de vista de los medios de comunicación, mediante los esquemas (Bowman y Willis, 2003 p. 69). El modelo de comunicación tradicional, también llamado Push, se caracteriza por el control de las noticias por parte de los medios de comunicación, pues todas son filtradas antes de ser transmitidas al público. En cambio, el modelo de comunicación digital es conocido como peer to peer o persona a persona (entorno social), y en él los participantes son individuos homólogos con la capacidad de cambiar sus roles. Aquí es posible y frecuente que las noticias lleguen al público sin filtro del medio, con lo que ello implica, dado que es en el medio donde se encuentran los profesionales de la información. Y no solo eso: el público digital ya no es únicamente una audiencia que escucha, que consume contenidos predeterminados.

El periodismo del siglo XXI se está adaptando a la Sociedad de la Información y especialmente, a través del fenómeno Internet, ha nacido un medio de comunicación digital, interactivo y multimedia que supone una nueva forma de elaborar, estructurar y difundir las noticias. Cabe resaltar que la era digital ha afectado al ámbito de los medios de comunicación, los cuales están presentes en la Red y se reinventan y crecen continuamente con nuevas herramientas y servicios para aprovechar al máximo las ventajas, los atractivos y los valores añadidos que proporcionan las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (Martínez, 1999 p. 56)

Los tiempos cambian y también cambian las profesiones. Los periodistas conocen esto y han tenido que adaptarse al nuevo milenio con mucho esfuerzo y un cambio de mentalidad, pero también con nuevas habilidades y conocimientos. “El periodismo requiere versatilidad, por lo que difícilmente un trabajador de la información podrá dedicarse únicamente a hacer deportes o moda, sino

que además deberá conocer muchas otras dimensiones informativas”, señala (Romano, 2023 p. 14)

De acuerdo con Romano (2023 p. 15) el periodista del siglo XXI debe lograr un equilibrio entre el manejo técnico y tecnológico de las nuevas herramientas de comunicación y de las habilidades analíticas que caracterizan a un profesional de la información. “Las capacidades de un periodista deberían conseguir el equilibrio entre el manejo técnico y/o tecnológico como todas las capacidades analíticas relacionadas al manejo riguroso de la información”, puntualiza.

El Periodismo digital, la experiencia en Bolivia, según el periodista Christopher André (2021) identificó los cuatro momentos más importantes que ha tenido el periodismo digital en Bolivia hasta la actualidad. Según, André (2021) hubo un tiempo en que los medios de comunicación alardeaban de ser digitales sólo por el hecho de tener una página web o por compartir su producción en redes sociales. Esa creencia está siendo superada gracias al trabajo de periodistas que han decidido experimentar y romper las concepciones tradicionales de la comunicación y el periodismo. En este sentido, explicó que el primer momento sucedió entre 1997 y 2007, década que sirvió para sentar las bases de lo que iba a ser en adelante el periodismo digital. El segundo periodo se suscitó entre 2007 y 2011. André aseguró que fue una etapa marcada por la poca inversión y distribución. “Sirvió para que no solamente los periódicos hagan periodismo digital, sino también empiecen a salir los nativos”, agregó. Indicó que la tercera etapa se dio entre 2012 y 2019 con “el boom de las redes sociales”. Finalmente, mencionó que la cuarta etapa llegó el año 2020 con la llegada de la pandemia causada por la Covid-19.

Históricamente por el arroyo San Juan llegaban los indígenas mojeños que trasladaron la Misión Jesuítica de la Santísima Trinidad desde el Mamoré donde la fundó el misionero Cipriano Barace a la orilla del “San Juan”, donde actualmente continúa. Por su cauce, en tiempo de lluvias, nuestra capital se vinculaba con el Ibare y salía al Mamoré, para seguir rumbo al Madera, el Amazonas y el mar Atlántico, para entreverarse con las aguas del mundo. Sería interesante rescatar la navegación de canoas, toda vez que hace años funciona el Mercado Campesino (Lijeron, 2023 p.45)

Por el año 1983 el arroyo San Juan mostraba el espejo de sus aguas de lento correr. Cuando la época seca llegaba, de su lecho brotaban las norias que ofrecían el agua para barrios cercanos. Las canoas desaparecían por algunos meses, hasta cuando volvían las lluvias del verano. Y ahí estaba

nuevamente con su presencia líquida y coqueta el arroyo "San Juan". (Lijeron, 2023 p. 46)

En la actualidad el arroyo San Juan se encuentra contaminado y se ve una labor negligente para afrontar la solución que exigen las normas básicas del medio ambiente. Existe una ley departamental que establece estrategias y recursos para una planificada recuperación integral del arroyo San Juan.

El municipio de Trinidad y la Autoridad Plurinacional de la Madre Tierra (APMT) firmaron recién una carta de intenciones para la canalización y recuperación del arroyo San Juan, que atraviesa la capital beniana a lo largo de 3,3 kilómetros, con una inversión inicial de 133,7 millones de bolivianos, según el perfil de proyecto presentado. (La Palabra del Beni, revisado 05 -10-2023)

Por su parte Juan Carlos Espinoza, representante de la empresa que elaboró el perfil de proyecto, explicó que se trabajó en el componente de recuperación medio ambiental con el agregado de turismo y recreación. "Existen por lo menos tres fuentes de ingreso de agua, que teóricamente vienen de las aguas pluviales, sin embargo, están conectadas a un sistema de alcantarilla, a las descargas hídricas; la idea es colocar equipos de última tecnología daneses", indicó al Periódico Digital Agencia de Noticias Fides. De esta manera se podrá tratar las aguas servidas para descargarlas totalmente clarificadas a ese afluente, previos trabajos de dragado y limpieza. (La Palabra del Beni, revisado 05 -10-2023)

Actualmente el arroyo San Juan en la ciudad de Trinidad, se ve deslucida, la contaminación y el mal olor le ha quitado su encanto; los vecinos critican el estado en el que se encuentra. Antes el arroyo San Juan era bonito", comenta uno de los entrevistados con cierta nostalgia. Atribuye a la construcción de la circunvalación en la ciudad una de las causas para que se retenga el agua, "todo lo trancaron, ya no sale el agua sucia". (La Palabra del Beni, revisado 05 -10-2023).

II. MATERIALES Y MÉTODOS

La estrategia metodológica utilizada se fundamenta en el método empírico de la observación debido al carácter observable de los objetos de conocimiento, para ello se recurrió a técnicas e instrumentos de investigación apropiados que permitieron alcanzar los datos e informaciones necesarias.

La técnica investigativa aplicada fue el análisis morfológico. Este es definido como la descripción más o menos exhaustiva de los elementos formales que componen el contenido total o sectorial difundido por uno más medios (Torrico, 2018, pág. 93). Para ejecutar el análisis morfológico se diseñó como

instrumento una guía de observación estadística. En ella se realizó toda la sistematización de los hallazgos con todo el detalle posible.

La segunda técnica empleada fue la entrevista semiestructurada. Según, Barragán (2007) "estas entrevistas son conversaciones cuya finalidad es obtener información en torno a un tema" (pág. 140), para la aplicación de esta técnica se preparó una guía de entrevista con preguntas que posibilitaron un intercambio fluido a través de las entrevistas con los administradores de las páginas de noticias en Facebook (Medios Digitales) personas que fueron seleccionadas bajo criterios coherentes con la temática y el propósito de la investigación.

Respecto a la muestra seleccionada para la investigación, en el caso del análisis morfológico se trabajó con seis páginas informativas de Facebook (JC Noticias, La Palabra del Beni, Taxi Noticias, ANF, EjuTV) en un periodo comprendido de tres meses donde se analizó la cobertura periodística que realizaron sobre la situación del arroyo San Juan. Para la segunda técnica de la entrevista estructurada se recurrió a 5 periodistas que fueron seleccionadas bajo criterios coherentes con la temática y el propósito de la investigación.

Tabla N° 1

	Nombre	Detalles
1	JC Noticias Trinidad	Medio de Comunicación Digital (Facebook) Fan page
2	La palabra del Beni	Periódico impreso y digital
3	Taxi Noticias	Medio de Comunicación Digital (Facebook) Fan page
4	Agencia de Noticias Fides (ANF)	Periódico digital nacional
5	Eju TV	Periódico digital nacional

Fuente: Elaboración propia

III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este acápite se presentan los resultados obtenidos mediante el análisis morfológico y la técnica de las entrevistas que se realizó a los periodistas de diferentes medios de comunicación digital de la ciudad de Trinidad.

Promedio de publicaciones sobre el arroyo San Juan



Fuente: Elaboración propia

Las cinco páginas informativas hicieron en total entre 3 a 7 publicaciones durante los seis meses de análisis. Como se puede ver en el Gráfico N°1, La Palabra del Beni tiene mayor cantidad de publicaciones. Mientras tanto otros medios como Taxi Noticias, realizó 5 notas de prensa sobre el arroyo San Juan. Asimismo, JC Noticias y Agencia de Noticias Fides (ANF), realizaron 4 publicaciones y Eju TV, realizó 3 publicaciones sobre la situación del arroyo San Juan. Es pertinente mencionar que la cantidad de publicaciones corresponde a respecto a la problemática de contaminación ambiental y situación crítica en la que se encuentra el arroyo San Juan.

La noticia: El Subgénero más utilizado



Fuente: Elaboración propia

Dentro del género informativo, la noticia es el subgénero más recurrente que utilizan las cinco páginas informativas. El análisis permitió identificar a la noticia como el lenguaje periodístico que más se emplea en los medios de comunicación digital que se estudió.

Según la RAE (2023) la noticia es un escrito en el que se informa de un hecho de interés ocurrido recientemente. Constituye el elemento primordial de la información periodística y el género básico del periodismo. Dos características permiten diferenciar la noticia de otros géneros periodísticos cuya finalidad es también informar: la brevedad y la objetividad. El fin de la noticia no es otro que informar de un suceso sin añadir ningún tipo de análisis o de comentario.

Propuestas que plantearon como medios de comunicación para hacer frente a la situación del Arroyo San Juan (ciudad de Trinidad)

Según los resultados obtenidos los entrevistados (periodistas) mencionaron que en reiteradas oportunidades plantearon realizar charlas institucionales en coordinación con todos los medios de comunicación (Radio, TV, Prensa Digital) de la ciudad de Trinidad, para crear campañas de

concientización para no arrojar basura a los alrededores del arroyo San Juan con la finalidad de evitar la contaminación ambiental, pero no hubo una respuesta favorable.

También mencionaron que desde sus fuentes laborales como periodistas siempre se ha luchado para que el arroyo San Juan este limpio como era antes un lugar de esparcimiento y que sea ese atractivo turístico de los trinitarios. Pero solo quedó en el discurso.

Otra de las propuestas que habían planteado es que se realice un Hashtag para preservar y recuperar el arroyo San Juan, ya que las redes sociales son el boom (según los entrevistados), tampoco hubo una respuesta favorable. Pero también es importante que el apoyo de las autoridades para lanzar campañas de sensibilización por los diferentes medios de comunicación (Radio, Tv, Redes Sociales, Prensa Escrita).

Otra de las respuestas fue que en la actualidad dentro de los medios digitales se realizaron diferentes propuestas (mejoramiento y limpieza del arroyo San Juan) pero no tuvieron incidencia.

Rol de los medios de comunicación y el tratamiento a la información ambiental.

Como se puede observar, la comunicación ambiental ha estado dirigida al fomento de prácticas que procuran la conservación ambiental. En ese orden de ideas, es necesario investigar la producción académica relacionada con la comunicación ambiental y la conservación.

Según los entrevistados (periodistas) en reiteradas oportunidades, a través de notas periodísticas (videos, fotografías) se han publicado por las diferentes páginas de noticias de Facebook, inclusive algunas veces se tacha a los medios como los malos de la película por mostrar el tema de la contaminación en el arroyo San Juan. En este entendido los periodistas solo utilizan el subgénero periodístico de La Noticia, cuando deberían realizar una investigación profunda sobre el hecho a través de documentales, reportajes.

En primer lugar, dentro del campo de la comunicación ambiental se identifica una marcada acción mediática en la transmisión de información de mensajes ambientales. Se ve, pues, una fuerte relación entre los medios de comunicación y el ambiente. De hecho, Parrat (2006, p. 87) destaca la labor informativa de los medios y el surgimiento del periodismo ambiental, que lo define como "una especialización periodística que se ocupa de la

información de actualidad generada por la interacción del ser humano con los seres vivos y con su entorno, tanto el natural como el creado por el propio hombre". Por tanto, se puede afirmar que la comunicación y conservación ambiental es un campo emergente de investigación.

En segundo lugar, dentro de la comunicación ambiental se identifica un cuestionamiento a la labor meramente informativa de los medios con relación al tema ambiental. Al respecto Carabaza (2007), en concordancia con otros estudios [Einsiedel y Coughlan (1993); Fregoso (1993); Hester y Gonzenbach (1995, p. 54); Yescas Laguna (1999, 2000); Martínez (2003) y Carabaza (2004)] coincide en afirmar que el tema ambiental no es un contenido permanente en los medios de comunicación, al contrario, se aborda de forma escasa, simplista y reducida. "Los medios no están desarrollando una actitud educativa y crítica para informar sobre los asuntos ambientales al mantenerse al margen de la problemática y sólo presentan de manera descriptiva hechos económicos-políticos, de desastres naturales y de fauna".

En síntesis, se tiende a pensar que la labor de los medios de comunicación ha sido meramente informativa (en especial los medios audiovisuales y medios digitales), puesto que no se ahonda en identificar las causas y menos en buscar respuestas a las problemáticas ambientales. En esa línea, Santiago (2008) critica la poca labor formativa de los medios ya que no explican las causas de las problemáticas socioambientales, situación que promueve en el espectador una actitud de pasividad e indiferencia y la promoción de antivalores ambientales. Finalmente, el autor propone pasar del dato a la acción reflexión- acción, mejorando los procesos de enseñanza y aprendizaje.

En tanto que Cueto (2007, p. 67) resalta la importante alianza entre la comunicación y la educación ambiental para construir estrategias que vinculen a las comunidades, sus realidades y sus necesidades específicas.

En síntesis, hace una invitación a repensar la comunicación, a hacerla participativa, a hacer de esta una herramienta fundamental en la conservación, protección o recuperación de la naturaleza y en la construcción de una relación cada vez más armónica con todo aquello que nos rodea, incluyéndonos nosotros mismos.

Estado actual del Arroyo San Juan (Trinidad) en términos de calidad del agua, salud del ecosistema y salud ambiental.

Según, los entrevistados (Periodistas) de la ciudad de Trinidad, manifiestan y coinciden que "hasta el momento no hay un estudio que demuestre cuanto es el nivel de contaminación, radiación y el tema de las especies que existen aún. Lo que sabe toda la gente es el mal olor y la contaminación ambiental que genera esos malos olores a los vecinos que viven en esa zona". A lo que se ve está en pésimo estado, lo limpian solo cuando va haber algún evento, pero después se olvidan y realmente da pena, manifiestan los entrevistados", argumentan los periodistas Mario Saavedra y Alejandra Mansilla.

El Periodista Josemir Cuéllar, manifiesta que "es deplorable las aguas servidas que están alrededor de las viviendas, a pesar que se han remitido distintas notificaciones que tienen precedentes las autoridades de COATRI, que es un problema muy difícil con el que se pelea todo el tiempo". Se estaba haciendo incidencia sobre el tema, pero faltó la socialización en coordinación con los medios de comunicación". "Lamentablemente no se cuenta con un sistema de alcantarillado en buenas condiciones eso hace que las personas de alrededor del arroyo San Juan, larguen sus aguas residuales o aguas servidas. Ninguna autoridad se pronuncia al respecto", concluye el entrevistado.

Cobertura periodística: Proyectos de Conservación locales o gubernamentales para la conservación y protección del Arroyo San Juan.

Según los entrevistados respondieron que no se realiza una socialización continua de la Ley Departamental N°28 Proyecto de Ley de "Recuperación de Arroyo San Juan y Sistema de Drenaje en Trinidad y áreas circundantes". Según Mario Saavedra (Periodista) manifestó que hay una Ley de Recuperación del Arroyo San Juan, pero solo se hacen algunas actividades de limpieza esporádicamente, lo cual tiene poca incidencia en la población trinitaria. Para que tenga mayor incidencia estas actividades deberían partir de la iniciativa de las autoridades municipales, departamentales y coordinar con las diferentes instituciones y medios de comunicación.

La entrevistada Alejandra Mansilla (Periodista) manifestó que las autoridades no realizan campañas de educación ambiental, simplemente lo lanzan cuando dicen que ya está todo aprobado dicen que se va realizar tal día.

Por su parte, el Periodista (Josemir Cuéllar) manifestó que en el año 2015 se promulgó una Ley Departamental que da prioridad a tema conservación existente leyes municipales también, pero ninguno hace caso a sus propias leyes.

Rol de los medios digitales: Ante posibles problemas de contaminación o degradación ambiental en el Arroyo San Juan (ciudad de Trinidad)

Según los resultados de la entrevista el periodista Víctor Hugo Zenteno, manifestó que, como medios de comunicación, lo único que hacen es informar a través de las notas de prensa respecto a la situación en la que se encuentra el arroyo San Juan, pero nunca nos hemos sentado nosotros (periodistas) con las autoridades e instituciones para hacer un proyecto.

En relación con este tema, (Josemir Cuellar) mencionó que como periodistas “siempre están preocupados por el tema del arroyo San Juan recientemente hicieron notas periodísticas referente al mal olor que existe, pero ninguna autoridad ha hecho algo al respecto”, finalizó.

Por su parte, el periodista Sergio Loza, arguye “que no sólo se deben abocar a los medios de comunicación digitales esto es un problema latente prácticamente de toda la sociedad, un ciudadano normal puede hacer incidencia al igual que un medio de comunicación, un medio si va indaga, cuestiona, persuade una persona también lo puede hacer, aquí depende la mano dura de las diferentes instancias como COATRI con el tema de sacar multas, de que vayan las autoridades municipales con medidas coercitivas para que vecinos de esa zona tengan cámaras sépticas para votar sus aguas servidas”, concluyó.

En relación con este tema, el periodista Hidilberto Velarde (Marbán Noticias), planteó realizar campañas de concientización a través de las redes sociales dar a conocer mediante (hashtag) cuidemos el medio ambiente y podamos concientizar a la población en general y se vea la realidad en que vivimos”.

Dentro de este orden, varios de los entrevistados (periodistas) coinciden que se debe difundir mensajes de concientización no solo a las autoridades, sino también a la población en general, para no contaminar las aguas del arroyo San Juan. Pero tampoco se ve esa voluntad de vecinos de coadyuvar en este aspecto.

Podríamos resumir a continuación que los periodistas de Medios de Comunicación Digitales sólo fungen con el rol difundir, informar a través de notas de prensa (audiovisuales) sobre la situación crítica en la que se encuentra el Arroyo San Juan. También se ve un distanciamiento entre medios de comunicación, autoridades municipales,

departamentales y otras instituciones que trabajan con el tema medio ambiental.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES:

A partir de la revisión teórica efectuada, el trabajo metodológico, la recopilación de la información y posterior análisis de los resultados encontrados, se puede llegar a las siguientes conclusiones:

En conclusión, se tiende a pensar que la labor de los medios de comunicación ha sido meramente informativa (en los medios digitales y prensa escrita) puesto que no se ahonda en identificar las causas y menos en buscar respuestas a las problemáticas ambientales, debido a que el arroyo San Juan es considerado Patrimonio Turístico de la ciudad de Trinidad – Beni.

El subgénero periodístico que más se utiliza en la cobertura periodística es la noticia. Ya que a través de la noticia solo se informa de un hecho de interés ocurrido recientemente, es uno de los géneros básicos del periodismo y cuya finalidad es solo informar con brevedad y objetividad sin añadir ningún tipo de análisis. Esta situación hace que no se explique las causas de las problemáticas socioambientales, situación que promueve en el receptor una actitud de pasividad e indiferencia y la promoción de antivalores ambientales.

Los resultados reflejaron que los medios de comunicación digitales solo se enmarcan en dar cobertura periodística sobre la situación del Arroyo San Juan y difundirlo a la población general. Es decir, queda solo en una mera noticia, sin hacer una investigación profunda sobre la problemática ambiental que tiene el arroyo San Juan, ya que es considerado Patrimonio Turístico de la ciudad de Trinidad – Beni.

Es importante mencionar que la comunicación ambiental permite a la ciudadanía obtener la información básica y, también, aprender a buscar más datos para entender mejor lo que sucede en el medio ambiente. Con la comunicación y la educación ambiental se forma a personas con sentido crítico, participativas e involucradas en lo que sucede en su entorno. Facilitan la toma de decisiones y el paso a la acción, imprescindible para detener el deterioro del planeta. Es decir, la comunicación ambiental va mucho más allá de la simple difusión de contenidos relacionados con el medio ambiente. Tiene el mismo objetivo que la educación ambiental, al que se suman una función divulgativa, concienciadora y transformadora.

Por tanto, se plantea las siguientes recomendaciones y líneas de acción para que la comunicación ambiental tenga más incidencia en la población trinitaria:

Desde los medios de comunicación (digitales, prensa escrita, radio, TV) Unidades de Comunicación de la Alcaldía de Trinidad y Gobernación del Beni se diseñe planes de comunicación, estrategias de sensibilización, campañas, marketing y branding ambiental, para la sensibilización y posicionamiento de los valores ambientales y la importancia que tiene las áreas protegidas (arroyo San Juan)

BIBLIOGRAFÍA

ANDRÉ Christopher. (2021). "Conoce a los cuatro momentos importantes del periodismo digital en Bolivia". <https://fundacionperiodismo.org/medialabfpp/conoce-a-los-cuatro-momentos-importantes-del-periodismo-digital-en-bolivia/>

ANGULO, Henry. (2016). "Una nueva especialidad del periodismo: el periodismo digital". En *Conciencias Sociales*. Universidad Católica Boliviana San Pablo. N° 8. Cochabamba.

BARRAGÁN, Rossana (coord.) (2007). "Guía para la formulación y ejecución de proyectos de investigación". La Paz, PIEB.

CARABAZA, J. (2007). "Apuntes para comprender la cultura ambiental desde la comunicación". *Global Media Journal*. Redalyc, 3(6), 1-10. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68730606>

CARABIAS, J., Maza, J., & Cadena, R. (Coord.) (2003). "Capacidades necesarias para el manejo de áreas protegidas": América Latina y el Caribe. The Nature Conservancy- IUCN -World Commission on Protected Areas- WCPA. México. Redacta, 2003. 186p. ISBN 1-886765-50-2

CASTRO, R. (1996). "Influencia social y cambio ambiental. Actualidad y prospectiva de las estrategias de intervención". *Intervención Psicosocial*, 1996 5 (13.) 7-20. Recuperado de <http://www.psychosocial-intervention.org/&numero=50591>

CASTRO, R. (1997). "Estrategias de comunicación para la educación ambiental". En *I Jornadas de Educación Ambiental en Canarias*. Tenerife: Gobierno de Canarias, 82-93.

CUETO, I. (2007). "Comunicar para conservar Estrategias de comunicación como apoyo a procesos

de educación ambiental". *Panorama*, 1(2), 31-42. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4780060>

FUNDACIÓN PARA EL PERIODISMO (2021). "Conoce los cuatro momentos importantes del Periodismo Digital en Bolivia". <https://fundacionperiodismo.org/medialabfpp/conoce-a-los-cuatro-momentos-importantes-del-periodismo-digital-en-bolivia/> (revisado 25/11/2023)

GIL García Enric. (2020). "Comunicación Digital Origen y Evolución". <http://comunicacio-xarxa.recursos.uoc.edu/es/2-1-que-es-la-comunicacion-digital-la-comunicacion-2-0>.

LÓPEZ GARCÍA, Xosé; GAGO, Manuel y PEREIRA, Xosé (2003). *Arquitectura y organización de la información*. En DÍAZ NOCI, Javier y SALAVERRÍA, Ramón (Coordinadores). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona.

MCQUAIL, Denis. "Introducción a la teoría de la comunicación de masas". Barcelona: Paidós Ibérica, 1999.

NÚÑEZ Román. (2015) "Comunicación y conservación ambiental: avances y retos en Hispanoamérica". *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 71, pp. 15-39, 2016. Universidad de La Laguna.

ROMERO-Rodríguez, Luis M. & Rivera-Rogel, Diana (2019). *La comunicación en el escenario digital. Actualidad, retos y perspectivas*. Naucalpan de Juárez: Pearson Educación de México.

ROMERO Gabriel. (2023). "Los periodistas del siglo XXI deben alcanzar un equilibrio entre lo técnico y lo analítico". Publicado en el *Periódico el Deber*. (Fecha de revisión 14/11/2023)

TORRICO, Erick (2018). "Repertorio estratégico para la investigación comunicacional". Una propuesta. La Paz, Ipicom-Umsa.

TREJO, Raúl (2012). "La sociedad de la información". Disponible en: <http://www.campus-oei.org/revistactsi/numero4/trejo.htm>. (Fecha de consulta 13/10/23)

LA POLÍTICA Y LAS REDES SOCIALES EN BOLIVIA

Lic. Alex Mauricio Rivero Equez

*Licenciado en Ciencias Políticas y Docente de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social de la Universidad Autónoma José Ballivián.
e-mail: amriveroe@uabjb.edu.bo*

RESUMEN:

Las plataformas sociales han facilitado la labor de los equipos de comunicación de los políticos. Ahora, los comunicadores políticos cuentan con públicos segmentados y diferentes redes sociales, a través de las cuales se pueden desarrollar gran variedad de contenidos, con diferentes tonos en el mensaje, distintos objetivos y un impacto medible en cada una de éstas.

Actualmente, las redes sociales giran en torno a la conversación y la cercanía entre emisores y receptores, además de la inmediatez en la difusión de la información; redes sociales como Twitter, Facebook y Tik Tok han logrado generar una interacción más profunda entre el candidato y los votantes con quienes se comparte en las ideas y valores.

En ese entendido, aplicamos el método descriptivo para el análisis de la información obtenida a través de diferentes investigaciones y datos que ofrecen

paginas especializadas en consumo de medios y redes sociales, lo que nos permitió conocer las redes sociales más utilizadas por los políticos en Bolivia, que son Facebook, X Twitter y Tik Tok.

Nos permite entender los motivos que llevan a los políticos bolivianos a utilizar las redes sociales, en desmedro de los medios tradicionales, entre los que destacamos: el alto porcentaje de bolivianos que están conectados al internet en la actualidad y por ende utilizan las redes sociales y la normativa que regula la propaganda y campaña electoral en procesos electorales, misma que de acuerdo al criterio de los políticos, limita demasiado el uso de los medios tradicionales.

Palabras clave

Redes sociales, Comunicación política, internet, Facebook, Tik Tok, elecciones.

ABSTRACT

Social platforms have facilitated the work of political communication teams. Now, political communicators have segmented audience and different social networks, through which they can develop a wide variety of content, with different tones in the message, different objectives and a measurable impact in each of them.

Currently, social networks revolve around conversation and closeness between senders and receivers, in addition to the immediacy in the dissemination of information; social networks such as Twitter, Facebook and Tik Tok have managed to generate a deeper interaction between the candidate and the voters with whom they share ideas and values.

In this understanding, we applied the descriptive method for the analysis of the information obtained through different research and data offered by

specialized pages on media consumption and social networks, which allowed us to know the social networks most used by politicians in Bolivia, which are Facebook, X twitter and Tik Tok.

This allowed us to understand the reasons that lead Bolivian politicians to use social networks, to the detriment of traditional media, among which we highlight: the high percentage of Bolivians who are currently connected to the Internet and therefore use social networks and the regulations governing the propaganda and election campaign in electoral processes, which according to the criteria of politicians, limits too much the use of traditional media.

Key words

Social networks, political communication, internet, Facebook, Tik Tok, elections.

INTRODUCCIÓN

Hasta hace unos años la discusión política en épocas electorales se daba principalmente en las plazas, calles, barrios, entre familias, amigos y compañeros de trabajo. En televisión y radio los candidatos pasaban horas explicando y debatiendo sus propuestas de plan de gobierno. Al día siguiente los periódicos y diarios se llenaban con editoriales, columnas de opinión y artículos de análisis. Los medios de comunicación tradicionales eran el puente entre candidatos y ciudadanos. Pero eso cambió.

La masificación de las redes sociales ha significado cambios sociales y culturales en la forma como se diseñan las campañas electorales y ha trasladado una importante fuerza de la discusión al escenario digital. Es tal la magnitud del poder de la opinión en la red que muchos la han visto como un campo de batalla en el que no necesariamente se juega limpio.

Vivimos una dinámica de evolución de consumo de medios de comunicación, la misma que tomó mayor impulso con la pandemia. Los tradicionales medios de comunicación se han transformado, la televisión le ha abierto paso al streaming, la radio le ha abierto paso al podcast, algunos líderes de opinión, políticos y muchos aficionados se han transformado en creadores de contenido en diferentes plataformas sociales.

Este escenario no ha sido ajeno para los diferentes actores políticos en Bolivia, si bien las redes sociales fueron utilizadas como herramienta alternativa de campaña electoral en procesos electorales, desde los últimos años vemos con mayor frecuencia a diferentes políticos utilizar las redes sociales de manera diaria, generando contenidos e interactuando con la finalidad de movilizar y posicionar su imagen.

Es por todos esos antecedentes, que la presente investigación realizaremos una valoración y análisis de varios elementos, con el objetivo de encontrar los motivos por los cuales los políticos prefieren aplicar sus estrategias comunicacionales a través de las redes sociales.

METODOLOGÍA

El tipo de investigación es descriptivo, basado en investigaciones previas y la recolección de datos estadísticos que nos permita describir la comunicación política a través de las redes sociales, así también, las herramientas y sitios utilizadas por políticos nacionales.

Se utilizarán los métodos **cualitativos** y **cuantitativos** para el análisis de la información

obtenida a través de diferentes investigaciones y datos que ofrecen paginas especializadas en consumo de medios y redes sociales.

La utilización de fuentes primarias de información a nivel de la obtención de los datos estadísticos y de la propia discusión y análisis de los resultados es quizá una de las mayores fortalezas del presente artículo. También se emplearon fuentes secundarias de las bibliotecas virtuales de Google y otras.

La investigación se basa en la revisión de las redes sociales de 20 políticos bolivianos, para determinar cuál es la que más utilizan y cuantos seguidores tienen hasta el mes de diciembre de 2023.

Toda esta información también fue respaldada por 10 entrevistas que realizamos a políticos bolivianos que interactúan de manera permanente en las redes sociales, con la finalidad de entender los factores que generan el cambio de sus estrategias comunicacionales y principalmente los motivos que tienen para no utilizar los medios tradicionales.

SITUACIÓN DIGITAL Y REDES SOCIALES EN BOLIVIA 2023

La internet ha transcurrido por varias generaciones desde su aparición a finales de los años 60, desde el lenguaje de hipertexto, la hipermedia, la blogosfera hasta las redes sociales. En el ámbito de las estas últimas, las conversaciones son significativas, pues representan la concesión de las interacciones en la red. "De ahí que, una red social virtual es un punto, un lugar de encuentro, de reuniones de amigos o personas que tienen intereses comunes" (Flores Vivar, 2009, p. 73).

La masificación de las redes sociales ha significado cambios sociales y culturales en la forma como se diseñan las estrategias de comunicación política y ha trasladado una importante fuerza de la discusión al escenario digital. Es tal la magnitud del poder de la opinión en la red que muchos la han visto como un campo de batalla en el que no necesariamente se juega limpio.

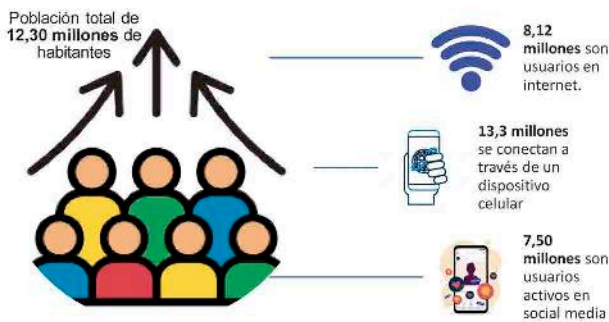
En esa línea, es importante conocer una serie de datos que son importantes para entender el comportamiento de los políticos, los cuales van desde la cantidad de ciudadanos conectados al internet, los sitios que utilizan los políticos, la cantidad de seguidores que tienen políticos que escogimos al azar y la cantidad de ciudadanos habilitados para votar.

De acuerdo a los datos obtenidos del portal

datareportal y contrastados con el informe 2023 de la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (ATT), a diciembre de 2023 Bolivia cuenta con una población aproximada de 12,30 millones de habitantes, de los cuales:

- **8,12 millones** son usuarios en internet.
- **13,3 millones** se conectan a través de un dispositivo celular, lo que equivale al **106,7%** de la población total.
- **7,50 millones** son usuarios activos en social media, lo que equivale al **61%** de la población total.

Tabla 1
POBLACIÓN Y USUARIOS CON INTERNET EN BOLIVIA



Fuente: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-bolivia>

De la población y usuarios con internet en Bolivia, el porcentaje de personas conectadas por rango de edades, la cual puede participar en un proceso electoral está dividido de la siguiente manera:

- El **13,0%** tiene entre 18 y 24 años – 975.000 mil ciudadanos
- El **16,9%** tiene entre 25 y 34 años – 1.267.500 mill de ciudadanos
- El **13,1%** tiene entre 35 y 44 años – 982.500 mil ciudadanos
- El **9,4%** tiene entre 45 y 54 años – 705.000 mil ciudadanos
- El **6,2%** tiene entre 55 y 64 años – 465.000 mil ciudadanos
- El **4,9%** tiene 65 años o más – 967.500 mil ciudadanos

A continuación, mostramos los datos de las cuentas de políticos que elegimos al azar por la constante interacción que tienen en los sitios Facebook, X (Twitter) y Tik Tok.

Tabla 2

NÚMERO DE SEGUIDORES					
#	POLÍTICO	FACEBOOK	X	TIK TOK	TOTAL
1	Evo Morales	1.500.000	1.357.397	508.700	3.366.097
2	Samuel Doria Medina	488.000	281.408	380.400	1.129.808
3	Luis Arce Catacora	703.000	245.502	44.900	993.402
4	Mamen Saavedra	520.000	4.510	1.200.000	1.724.510
5	Jeanine Añez Chávez	384.000	386.341		770.341
6	Luis Fernando Camacho	688.000	277.320		965.320
7	Carlos Mosa Gisbert	366.000	687.334	32.600	1.085.934
8	Rubén Costas Aguilera	115.000	102.344		217.344
9	Jorge Tulo Quiroga	140.000	218.049		358.049
10	Eva Copa	142.000	54.658	58.000	252.658
11	Ernesto Suarez Sartori	52.000	28.313		80.313
12	Alejandro Unzueta	28.000	143		28.143
13	Cristhian Camara	26.000	148	3.849	29997
14	Manfred Reyes Villa	147.000	25.706	18.100	190.806
15	Rodrigo Paz Pereira	34.000	5.132	32.300	71.432
16	Andrea Barrientos	19.000	6.913	153.000	178.913
17	Genghis Justiniano	1.300		4651	5.951
18	Rafael Tata Quispe	238.000	160.763	38.700	437.463
19	Mario Cronenbold	197.000	1418	395.000	593.418
20	Alvaro Garcia Limerá	329.000	5.304		334.304

Fuente: Elaboración propia data recabada al 27 de enero de 2024



Fuente: Elaboración propia

Así también realizamos la búsqueda de la página oficial del Órgano Electoral Plurinacional de los datos de los ciudadanos habilitados a nivel nacional, con la finalidad de comparar la cantidad de ciudadanos habilitados en el Padrón Electoral Biométrico con la cantidad de usuarios que tienen internet en Bolivia.

TABLA 3
ESTADÍSTICAS CIUDADANOS HABILITADOS POR GRUPO ETARIO

#	Departamento	Habilitados	Edad18_25	Edad26_35	Edad36_45	Edad46_55	Edad56_ade
1	Chuquisaca	373.847	82.575	85.879	68.220	50.398	86.775
2	La Paz	1.950.428	391.043	457.518	379.687	284.851	437.329
3	Cochabamba	1.352.936	302.584	337.921	258.672	179.868	275.891
4	Oruro	343.935	73.313	83.936	65.998	45.420	75.268
5	Potosí	465.267	92.685	102.917	88.535	64.458	118.874
6	Tarija	381.025	78.842	94.924	75.497	52.787	78.975
7	Santa Cruz	1.914.621	428.470	515.118	388.730	261.898	322.405
8	Beni	275.795	65.147	70.282	52.822	37.376	50.088
9	Pando	73.221	19.111	20.018	15.055	9.412	9.625
TOTAL		7.131.075	1.533.770	1.748.485	1.387.316	986.466	1.455.010

Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS

Para conocer la opinión de algunas personalidades de la arena política local se entrevistó a 10 políticos, cuyos resultados presentamos en el cuadro N°4.

Cuadro N°4 Resultados de las entrevistas a políticos del ámbito político local						
N°	Cuadro de la entrevista	Respuestas				TOTAL
		Si	10	No	0	
1.-	¿Utiliza alguna red social para fines políticos?					10
2.-	¿Podría precisar cuál es la red social que más utiliza?			Facebook		8
				Instagram		0
				X – Twitter		2
				Tik Tok		0
				Otras		0
		TOTAL				10
3.-	¿Si tuviera que elegir entre los medios tradicionales y las redes sociales, con cual se quedaría?	Medios tradicionales				0
		Redes sociales				10
		TOTAL				10
4.-	¿Cuáles son los mayores beneficios que obtiene con la utilización de las redes sociales?	Ahorro de Tiempo				5
		Menos presupuesto				3
		Mejora la comunicación				2
		TOTAL				
5.-	¿Utilizo alguna red social en su campaña política?	Si	10	No	0	TOTAL
						10

Fuente: Elaboración propia

Con relación a la primera pregunta, todos los entrevistados manifestaron que utilizan alguna red social, de acuerdo a la segunda pregunta todos manifestaron que tienen cuenta en Facebook, X (ex Twitter) y Tik Tok, pero que son más activos en Facebook y Tik Tok porque esos sitios les genera una interacción permanente con sus seguidores hasta con las personas que critican sus publicaciones.

Con relación a la tercer pregunta, todos de manera unánime manifestaron que prefieren las redes sociales, además señalaron que las mismas son el mejor escenario para realizar campaña electoral en los procesos electorales debido a la regulación que está establecida en la Ley 026 del Régimen Electoral, normativa que dentro de sus artículos regula la Campaña y Propaganda Electoral a través de los medios masivos de comunicación, con mayor exigencia en la tv, radio y medios impresos, a los cuales se establecen restricciones en el periodo (solo 30 días antes del día D) para su difusión y límites diarios de solo 10 minutos por día, dejando prácticamente pocos días a los políticos para hacer conocer sus programas de gobierno, por lo que encontraron en las redes sociales el escenario propicio para estar activos durante todo el proceso electoral.

Con relación a la cuarta pregunta, los beneficios que obtiene van desde el ahorro de tiempo hasta el ahorro de sus presupuestos, ya que las redes sociales en relación a los medios tradicionales no tienen comparación en precio, además que las redes sociales permiten segmentar al público al cual

quieren llegar. Así también la generación de los contenidos sale editada evitando las famosas muletillas que nos salen en las entrevistas al vivo producto del nerviosísimo o la falta de practica en estos escenarios manifestaron algunos de los políticos entrevistados.

Con respecto a la quinta pregunta, todos los entrevistados manifestaron que utilizaron sus redes sociales porque consideraron que actualmente los medios tradicionales y varios periodistas tienen poca credibilidad y eso le hace mucho daño a la democracia, ya que es muy visible el periodismo militante que realizan.

DISCUSIÓN

Durante décadas, incluso siglos, han sido los medios de comunicación tradicionales (televisión, prensa escrita y radio) los que asumían la responsabilidad de construir esta relación entre el poder político y los ciudadanos: establecer una comunicación que permita el conocimiento y, por lo tanto, el control y cumplimiento de los programas políticos. Hoy en día, las redes sociales han asumido gran parte de este papel, en una relación directa entre el político, el partido o la institución, sin la necesidad del intermediario que suponía el medio de comunicación. (Chávez, 2017: p. 9)

En la actualidad, es evidente que las redes sociales no han podido eliminar a los medios tradicionales del tablero comunicacional, aunque sí lograron disputar poder. Las redes «no funcionan aisladamente, sino de modo convergente, entrelazando los clásicos y tradicionales medios con todo el nuevo ecosistema digital» (Lanusse y Negri, 2019, p.21), y en ese sentido, existe un oleaje de retroalimentación: las noticias de los medios se replican en las redes, y las primicias de las redes son tratadas por los medios.

Ahora bien, en lo que respecta a la política, las redes sociales han sido utilizadas de muchas formas tanto en campaña como fuera de ellas. Las redes, conforme con lo reseñado, ayudan a movimientos, partidos y candidatos a interactuar de forma directa con sus simpatizantes, estableciendo así una línea de comunicación en la que los mensajes pueden llegar de forma inmediata, lo que ayuda a “modificar una conducta, crear nuevos movimientos de opinión, promover manifestaciones, crear grupos de apoyo a causas concretas o conseguir crear una moda que genere el consumo de un determinado producto” (Caldevilla, 2010, p. 55). Gracias a esto, las redes sociales se han convertido en una forma de participación política no convencional muy poderosa, que motiva a que los usuarios se conviertan en parte

del marketing político, generando una gran ventaja para los partidos y movimientos políticos, pues asegura gran cobertura y poder de convocatoria para invitar a otros mecanismos de participación política convencionales o no convencionales (Olaya, 2014).

Antecedentes del éxito de la política a través de las redes sociales en el mundo, tenemos los ejemplos del Ex presidente de Estados Unidos Barack Obama en la Elección del 2008, Referéndum sobre la pertenencia del Reino Unido a la Unión Europea más conocido como BREXIT, que se dio en Gran Bretaña en el año 2016, Nayid Bukele en El Salvador en el 2019 y recientemente Javier Milei en las elecciones celebradas en Argentina.

Hacer política a través de las redes es ya la norma, no solo porque un 65 % de la población boliviana las utilice, sino porque han transformado nuestra manera de relacionarnos en el ámbito privado y público, nuestras relaciones sociales y cómo accedemos a las noticias o a las fuentes institucionales.

CONCLUSIONES

A manera de conclusión podemos señalar que los datos establecidos por la Autoridad de Regulación y Fiscalización de Telecomunicaciones y Transportes (ATT), en la que Bolivia a diciembre de 2023 cuenta con 8,12 millones de usuarios en internet, nos demuestra que no es no es coincidencia el incremento de políticos que interactúan en las redes sociales.

Otro antecedente para el incremento de la clase política en las redes sociales lo encontramos producto de la falta de control que estas tienen en los procesos electorales, porque si bien la normativa establecida en la Ley 026 señala prohibiciones para la propaganda por internet, el control y monitoreo prácticamente es efímero.

La irrupción de la política en las redes sociales he generado un nuevo espacio de disputa, en este caso virtual, donde se busca incidir en la opinión pública, con la finalidad de conquistar las formas de comunicación propias de las redes, sin dejar de tener relevancia en los medios tradicionales, por el momento.

La influencia de estas plataformas en la opinión pública las convierte en un espacio clave para la comunicación y la actividad política, puesto que permiten a los políticos lanzar sus mensajes de forma directa. Así, los mismos dejan de depender de la selección de la agenda mediática, del eco de los grupos editoriales mayoritarios o de la necesidad de aparecer en las portadas para ser visibles. Sin embargo, no podemos olvidar que las redes no son

más que una herramienta, que como todas las demás, tiene consecuencias según la forma en la que sea utilizada.

BIBLIOGRAFÍA

- Caldevilla, D. (2010). Las redes sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. Documentación de las Ciencias de la Información, 33, 45-68.
- Chaves-Montero, A. (2017). Comunicación Política y Redes Sociales. Sevilla: Ediciones Egregius.
- Flores Vivar, J. M. (2009). Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. <https://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=33&articulo=33-2009-09>
- Lanusse, N.; Negri, G. (2019). "El espacio público mediatizado: apuntes teóricos sobre el alcance de las redes sociales virtuales". En Gustavo G. González (comp.), Comunicación Política y redes sociales. La Plata, Buenos Aires, Argentina: Edulp.
- Navia y Paz. (2017) "Tuiteo, luego voto. El efecto del consumo de medios de comunicación y uso de redes sociales en la participación electoral en Chile en 2009 y 2013". Cuadernos INFO N° 40, pp. 71-88. <https://doi.org/10.7764/cdi.40.1049>
- Olaya, A. (2014). Marketing y movimientos políticos en las redes sociales en Colombia. Revista de Estudiantes de Ciencia Política, 5, 22-40.
- ATT, (2021). Estadística Sectorial, recuperado : <https://www.att.gob.bo/estadistica-sectorial>
- Limachi. C. (2023). Situación Digital y Redes Sociales en Bolivia 2023. Recuperado de: <https://carolinalimachi.com/situacion-digital-y-redes-sociales-en-bolivia-2023/>.
- OEP (2021). Estadísticas del Padrón Electoral Biométrico. Recuperado de: <https://www.oep.org.bo/elecciones-subnacionales-2021/>.

NUEVOS PARADIGMAS PARA UNA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN SOCIAL

M.Sc. Carlos Romero Castillo

*Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social;
Docente en la Universidad Autónoma del Beni “José Ballivián”
E-mail: caroca.inv@gmail.com*

RESUMEN:

Es de amplio conocimiento que la metodología de la investigación debe determinar el área de estudio, los objetivos, el tipo de investigación, la información básica e inicial, la duración, entre otros aspectos elementales, pero principalmente la decisión de generar conocimiento, por eso es inevitable que la educación y formación estén íntimamente relacionados con la investigación, en nuestro caso en la comunicación social. Partimos de plantear:

¿Cuáles son los nuevos paradigmas de investigación en comunicación social?, el nuevo tiempo “comunicacional” ratifica y algunos momentos se regocija por los logros y explicaciones encontradas, y conduce a plantear el objetivo de este abordaje:

Establecer los nuevos paradigmas de investigación en comunicación social, para encontrar los referentes inmediatos y prácticos de una metodología de la investigación en comunicación social, debido a que la investigación en comunicación social es cada vez más escasa y poco profunda, poco o nada se conoce del impacto de los mensajes, la investigación conforme pasa el tiempo es más superficial, por eso es necesario reconducir y tonificar la investigación en comunicación social. Ofrecer algunos aspectos teóricos y metodológicos que, de manera práctica ayuden a comprender el proceso de investigación en comunicación social, es la motivación principal que orientó la realización del presente texto, cuyo propósito es claramente evidente, para ello, partimos del desempeño de la comunicación en este tiempo y su necesidad de más y mejores planteamientos investigativos, donde consideramos necesario apuntar el referente histórico del mismo. Este estudio amerita una ratificación de las características de una investigación científica y social, donde consideramos relieves el aporte del funcionalismo: Educar, informar y entretener; lo que nos conduce a encontrar y sostener un objeto de investigación donde se insiste en el problema de investigación y sobre la que interviene el investigador, donde precisamos los

elementos inevitables, los requisitos y el interés por la tarea investigativa; con ello, describimos el paradigma de investigación, para luego trabajo de campo, mencionar los paradigmas de comunicación social.

La metodología aplicada es teórica, se apunta la población y muestra, misma que radica en profesionales de comunicación social que de una u otra forma están involucrados en la formación e investigación en comunicación social, con quienes a través de una encuesta mixta encontramos el propósito del presente artículo.

Palabras Clave: *Investigación, metodología, comunicación social, paradigmas.*

ABSTRACT:

It is widely known that the research methodology must determine the area of study, the objectives, the type of research, the basic and initial information, the duration, among other elementary aspects, but mainly the decision to generate knowledge, that is why it is inevitable that education and training are closely related to research, in our case in social communication. We start by proposing: What are the new research paradigms in social communication? The new “communicational” time ratifies and at times rejoices at the achievements and explanations found, and leads to proposing the objective of this approach: Establish the new paradigms of research in social communication, to find the immediate and practical references of a research methodology in social communication, because research in social communication is increasingly scarce and shallow, little or nothing is known about the impact of the messages, research as time passes is more

and better investigative approaches, where we consider it necessary to point out the historical reference of the same, this study deserves a ratification of the characteristics of a scientific and social investigation, where we consider highlighting the contribution of functionalism: Educate, inform and entertain ; which leads us to find and sustain a research object where the research problem is insisted upon and on which the researcher intervenes, where we specify the inevitable elements, the requirements and the interest in the research task; With this, we describe the research paradigm, and then field work, mentioning the social communication paradigms.

The applied methodology is theoretical, the population and sample are pointed out, which consists of social communication professionals who in one way or another are involved in training and research in social communication, with whom through a mixed survey we find the purpose of the present article.

Keywords: *Research, methodology, social communication, paradigms.*

I. INTRODUCCIÓN

Hoy la comunicación social es más protagonista siendo parte esencial de la actividad del hombre en su vida cotidiana. El mundo contemporáneo, inmiscuido en Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación y la Inteligencia Artificial junto a la constante redefinición de los procesos identitarios, el predominio de transnacionales, las tensiones y los debates de las sociedades, han provocado significativamente la legitimación social e importancia de la comunicación.

La comunicación desempeña un rol fundamental en la sociedad, es la que permite la difusión de opiniones, integra a la sociedad y a la cultura. La comunicación es inherente a la evolución de la especie humana, los seres humanos somos sociables por naturaleza y la comunicación es parte de uno(a). Comunicación es la cualidad en que se intercambia información de manera verbal y/o no verbal, es el soporte en la vida, y se constituye en la base de la interacción social. Por esas características, comunicación social es un campo de conocimiento relativamente joven, al mismo tiempo que es extraordinariamente dinámico y con el aporte de otras ciencias sociales pretende explorar, explicar e interpretar la interacción comunicativa en diferentes realidades del ser humano.

La investigación y estudio de la comunicación social

permite descubrir factores interdisciplinarios de este campo e identificar el cambio de la comunicación de los seres humanos en el tiempo. En el mundo global, la comunicación acerca a las personas y posibilita mejores resultados, en esto radica la importancia del estudio e investigación de la comunicación social, cuyo abordaje tiene que partir de los caminos previos al desarrollo de una investigación, algunos esenciales en el proceso de investigación y otros posteriores que todo investigador debe precisar. Toda investigación tiene como premisa la generación de conocimiento, para ello, se tiene que determinar en el proceso de investigación.

Si entendemos que, un proceso es la sucesión de acciones que se desarrollan para lograr un objetivo determinado, deducimos que se trata de una significación aplicable y versátil en diferentes ámbitos; de otra forma, un proceso involucra llevar a cabo la sucesión de trabajos de manera ordenada para cumplir una intensión previamente definida.

Si el proceso es la serie de acciones sistemáticas que se ejecutan para lograr un objetivo definido, entonces, puede aplicarse en varios campos: empresa, sociología, negocios, ingeniería, informática, etc., los procesos van, desde acciones humanas planificadas, hasta los fenómenos naturales, una de las evidencias más claras está en la economía, en el que se puede hacer referencia al proceso productivo donde la materia prima se transforma en bienes o en producto final. Otra atención se puede presentar en el área de recursos humanos, en la selección de personal, que puede partir desde una convocatoria ya sea masiva o interna para ocupar un puesto de trabajo en una empresa, hasta llegar a la contratación de una persona que es considerada idónea para el puesto.

Este adelanto, nos conduce a precisar que: "Un proceso de investigación es una serie sistemática de pasos y procedimientos diseñados para obtener información, responder preguntas o resolver problemas específicos. Este proceso se sigue de manera estructurada y lógica, con el objetivo de generar conocimiento, comprender fenómenos o validar teorías" (Ortega, 2024, pág. 21)

El proceso de investigación se fundamenta en procedimientos metódicos y ordenados que, un investigador tiene que seguir para generar conocimiento y encarar el tema relevante; es la vía y certidumbre para una investigación, sea documental, experimental o exploratorio. La investigación no es un proceso que se realice de la noche a la mañana, seleccionar el tema, identificar fuentes de información facilitan el proceso.

La comunicación desempeña un rol fundamental en la sociedad, es la que permite la difusión de opiniones, integra a la sociedad y a la cultura. Los seres humanos somos sociables por naturaleza y la comunicación es parte de uno(a). Comunicación es la cualidad en que se intercambia información de manera verbal o no verbal, es el soporte en la vida, y se constituye en la base de la interacción social. Por esas características, comunicación social es un campo de conocimiento relativamente joven, al mismo tiempo es extraordinariamente dinámico y con el aporte de otras ciencias sociales pretende explorar, explicar e interpretar la interacción comunicativa en diferentes realidades al ser humano.

Para llevar a cabo una investigación efectiva, es necesario comprender los pasos del proceso de investigación y seguirlos. La investigación tiene como principales objetivos: la generación de conocimiento, producción de nuevas ideas y la solución de problemas prácticos; la investigación debe considerarse un proceso que tiene que contener obligatoriamente etapas en el que no podrá prescindirse de ninguna de ellas.

II. Desarrollo

2.1. Referente histórico necesario: Comunicación, objeto de estudio de la primera guerra mundial

La Primera Guerra Mundial fue la primera guerra total en la Historia contemporánea y sucedió no solo contra los ejércitos enemigos sino, contra poblaciones civiles y en todos los ámbitos: políticos, militares, económicos y propagandísticos. Su estallido fue saludado por varios países, que creyeron que sería breve y que serviría para solucionar una serie de problemas y enfrentamientos europeos, que habían llegado a un callejón sin salida.

La propaganda en la Primera Guerra Mundial ha sido objeto de diversos estudios, varios de ellos se convirtieron en clásicos y de referencia obligada, como el del norteamericano Harold Lasswell, escrito 1923. En 1982, los británicos Michael L. Sanders y Philip M. Taylor actualizaron el tema en su libro Propaganda británica durante la Primera Guerra Mundial 1914-1918, utilizando fuentes de archivos entonces inéditos Su obra ha servido de base a numerosos estudios relacionados. En todas las obras citadas se pone de relieve el cambio que sufre la información durante la primera gran conflagración del siglo XX, convirtiéndose en una cuestión política de máxima importancia que los gobiernos implicados no quieren dejar en manos de los dueños de los medios de comunicación.

Los conocimientos sociológicos y psicológicos

adquiridos desde finales del siglo XIX y principios del XX fueron utilizados, profusamente para influir en las conciencias de los ejércitos y de la población civil a favor de las políticas respectivas, algunas veces con argumentos que hoy en día pueden parecer muy artificiales.

Figura 1 PRIMERA GUERRA MUNDIAL Y SUS EFECTOS EN LA INFORMACIÓN



(Ilustración 1: Ing. José Pedro Mendoza Orihuela; 2024)

La Primera Guerra Mundial fue el inicio de una nueva era respecto al control que tenían los países combatientes sobre la información que se publicaba en el mismo país o en el extranjero, y también en relación con la organización formal de la propaganda. Las campañas que se iniciaron en 1914 adquirieron dimensiones hasta entonces desconocidas. Un verdadero diluvio de panfletos, carteles, caricaturas, fotografías, y, finalmente, también, películas inundó los países participantes en la guerra

El siglo XX es considerado como El Siglo de la Guerra: su cronología tiene que comenzar con el relato de 31 años de guerra mundial. "Cuando, en 1914, comenzaba la primera conflagración con tal carácter, desde hacía un siglo, no tenía lugar una guerra importante, en la que hubieran tenido participación todas las potencias, o la mayoría de ellas. A partir de entonces, cambiarían las dimensiones espacio-temporales de la guerra" (Hobsbawm, 1998, pág. 6)

El siglo anterior, asimismo fue reconocido como "El Siglo de la Comunicación. La última centuria del Segundo Milenio, abrió sus puertas con la prensa de masas y los primeros avances del radio (puede considerarse al cine, además); les seguirían la televisión, el vídeo y, finalmente, la explosión finisecular de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), con el computador, la multimedia e Internet a la vanguardia" (Bacallao Pino, 2005, pág. 62)

La comunicación y la guerra son acciones diferentes, la comunicación es relación dialógica y la guerra es violencia, en la interrelación humana son procesos opuestos, “guerra y comunicación resultarán los dos extremos diametralmente opuestos en las posibilidades de interacción humana: la violencia profunda y sin límites; frente al diálogo. La primera, sería la acción ejecutiva humana de mayor violencia; la segunda, la acción expresiva por excelencia” (Serrano, s/f, pág. 43)

El reconocimiento de los vínculos entre los conflictos armados y comunicación desarrollados en el siglo XX exponen una sucesión de interrelaciones, de constante evolución y profundización.

2.2. Hacia una metodología de la investigación para comunicación social

Para la ciencia de la comunicación, conocer nuevas realidades, exigencias novedosas y últimos procedimientos de investigación es indispensable, por esto, que valoración de la importancia del conocimiento científico y su rol en el trabajo investigativo. La incorporación de aspectos teóricos y metodológicos que en la práctica coadyuven a la comprensión de la investigación social y de la comunicación en particular. La identificación de enfoques teóricos y procedimientos metodológicos requiere de la perspectiva cuantitativa y cualitativa junto a particularidades que parten de la realidad y el contexto.

Si la ciencia es “una rama del conocimiento que se basa en la observación y la experimentación, que se aplican de manera ordenada y sistemática, para conocer sobre el mundo físico y sus fenómenos” (Enciclopedia Humanidades, 2023, pág. 22)

Entendiendo que la investigación es una actividad para generar conocimiento, el conocimiento es la información que hemos adquirido sobre las cosas de la naturaleza y sobre nosotros mismos. Precisando la investigación, el conocimiento puede ser científico, intuitivo, de sentido común, etc., para ello, algunas características del conocimiento científico son:

Crítico: Tipo de conocimiento que cuestiona la realidad y la examina de forma racional, para distinguir entre lo verdadero y lo falso, lo cierto y lo discutible.

Fundamentado: Basa sus conocimientos en pruebas y datos obtenidos a través de un análisis metódico y riguroso.

Metódico: Emplea métodos de investigación, es decir, sigue de manera ordenada una serie de

procedimientos y técnicas que dotan de rigor el estudio.

Verificable: Puede ser comprobado mediante la experiencia, que nos permite verificar las afirmaciones y los métodos empleados para llegar a ellas.

Sistemático: Constituye un sistema de ideas ordenadas y conectadas entre sí. No existen los principios aislados, la relación entre conceptos da lugar a nuevas ideas.

Unificado: Su objetivo son los conocimientos generales, es decir, una misma afirmación científica puede aplicarse a diferentes tipos de fenómenos.

Objetivo: Los hallazgos tienen un valor general, es decir, deben enunciarse de forma que otras personas puedan comprobarlos.

Comunicable: Puede ser comunicado mediante lenguaje científico, es decir, un lenguaje informativo y preciso, que no genere confusión y del que no se desprendan opiniones subjetivas.

Racional: Exige lógica y coherencia entre las afirmaciones científicas de un mismo ámbito, las cuales no pueden rebatirse entre sí.

Provisorio: Debe ser cuestionado constantemente para que siga evolucionando, el hallazgo de hoy es provisional porque mañana puede ser refutado por medio de otra teoría más precisa.

Explicativo y predictivo: Explica los hechos y fenómenos de la realidad y la naturaleza mediante leyes que permiten a su vez predecir futuros fenómenos” (Fernandes, 2023, pág. 18)

A lo largo del tiempo, la historia ha demostrado que el conocimiento científico es el resultado de una evolución y transformación de la actividad cognoscitiva humana. Inicialmente el individuo interpreta la realidad en virtud del proceso empírico-espontáneo del conocimiento, ligado esencialmente a la práctica. Esto es, está ligada a la práctica, implica la transformación de los objetos de trabajo. Por tanto, la obtención de conocimientos no es solo una forma independiente de actividad, sino, es el resultado colateral de la práctica. La actividad del conocimiento tiene el objetivo de dar solución a problemas y dificultades de orden práctico. Entonces, el conocimiento científico es una forma del conocimiento, relacionado con los hechos sociales y su evolución. Es un sistema de conocimientos, y se destaca por su carácter sistemático.

2.3. Teoría funcionalista de la comunicación:

A partir de Émile Durkheim, el funcionalismo, planteado por Émile Durkheim en 1895 en "Las reglas del método sociológico" es una teoría de la sociología bajo la premisa de que todos los aspectos de una sociedad (instituciones, roles, normas, etc.) cumplen un propósito y son indispensables para la supervivencia de la misma, que intentaba explicar las necesidades de las diferentes estructuras sociales y sus funciones.

Para el funcionalismo los elementos de una determinada estructura social son interdependientes, es decir, que trabajan en conjunto para promover una estabilidad y para satisfacer las necesidades. Se distinguen tres elementos o subsistemas en toda estructura social:

“..

El cultural: Corresponde al conjunto de normas, valores, lenguaje y símbolos compartidos.

El social. Corresponde a la manera en que se relacionan las personas y a la aceptación de las expectativas colectivas impuestas.

El de personalidad. Corresponde a las motivaciones y características de la población, en función a sus aspiraciones, metas y logros.

En 1950 Talcott Parsons propuso un análisis dinámico de los sistemas sociales con nuevos aportes para el funcionalismo, dando origen a la "teoría de la acción" para explicar la evolución social. Parsons incorporó, entre otros, un cuarto subsistema en el enfoque funcionalista, el "orgánico", que corresponde a la adaptación del individuo y de las estructuras para ajustarse o transformarse según el mundo externo" (Enciclopedia Humanidades, 2023, pág. 23)

A partir del aporte de Parsons, los ideólogos del modelo funcionalista tomaron un enfoque sistemático de la sociedad, entendiéndola como una entidad orgánica cuya estructura se sustenta en hechos que se reiteran de forma regular.

Objetivos del funcionalismo

El funcionalismo busca dos objetivos fundamentales:

Considerar un objeto de estudio específico.

La sociología sostiene un único objeto de análisis en base a los hechos sociales, a diferencia de la filosofía o la psicología que analizan múltiples variables.

Aplicar un método científico.

La sociología persigue el pensamiento objetivo en

base a la investigación empírica y pruebas de razonamiento, a fin de evitar prejuicios o puntos de vista subjetivos" (Enciclopedia Humanidades, 2023)

En "ciencias de la comunicación, el funcionalismo establece que los medios de comunicación siempre tienen la intención de generar un efecto sobre el receptor quien, a su vez, posee unas necesidades que los medios deben satisfacer. A partir de este precepto se pueden observar cuatro momentos en los que los investigadores sociales de la comunicación han desarrollado varias teorías que buscan explicar el alcance de la influencia de los mensajes emitidos por los medios de comunicación" (Botero Escobar, 2012, pág. 7)

Para el ser humano, la comunicación es necesaria e indispensable, para su desarrollo. Su abordaje científico radica en la problemática de la extensión, en ese trajín han surgido diferentes corrientes teóricas para definir qué es la comunicación y su espacio. "En este sentido, la teoría funcionalista se enfoca en el estudio de los efectos de los medios masivos de comunicación, tomando como base a sus principales autores y destacando los elementos que ayuden a comprender los medios masivos con relación a la sociedad tanto desde su punto de vista individual como global" (Martinez, 2020, pág. 10)

En esta teoría el centro del modelo de comunicación era el receptor, toda vez que era el sujeto a intervenir a través de los mensajes, dejando de lado el contexto social en el que se movía y del cual se alimentaba para construir su visión del mundo.

El funcionalismo en la comunicación es fuente sólida para el estudio de los medios masivos y su relación con la sociedad, para entender cómo intervienen los medios de comunicación en la sociedad, por otro lado, apuntalan el estudio de los medios como institución para entender sus efectos. Entonces, las características de los medios masivos:

“..."

- Las masas requieren organizaciones formales complejas.
- Los medios masivos se dirigen a públicos muy amplios.
- Las comunicaciones masivas son públicas; es decir, su contenido está abierto a todos.
- Público heterogéneo.
- La relación Emisor-Público es impersonal" (Martinez, 2020)

Con esas condiciones a los medios de comunicación se le asignan tres funciones:

- Educar
- Informar
- Entretener

Figura 2 RELACIÓN Y EFECTOS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN



Ilustración 2 (Ing. José Pedro Mendoza Orihuela, 2024)

2.4. Objeto de estudio

La investigación es uno de los procesos que caracterizan la formación del profesional, no solo por el valor de los resultados sino por su carácter transformador de la realidad, lo cual exige un conocimiento profundo del proceso investigativo.

El objeto y campo de acción parecen incuestionables pues es lo que se estudia, son aquello sobre lo que recae la acción del investigador, lo que se transforma. Llegado el momento hasta puede pensarse que son los componentes más sencillos del diseño de la investigación.

El objeto de investigación es la parte más concreta de la realidad sobre la que recae el problema de investigación y sobre la que interviene el investigador, tanto desde el punto de vista práctico como teórico a objeto de transformar su funcionamiento, con vista a la solución del problema planteado. Podemos afirmar que el objeto de estudio, es el tema de investigación que persigue el proyecto o un determinado campo académico. Es algo que se quiere saber u obtener información. Este objeto de estudio nace a causa de una problemática planteada, para luego ser resuelto. Se lo define como la base sobre la que se fundamenta un estudio o la investigación.

Con los siguientes elementos, se puede determinar el objeto de estudio:

- El espacio geográfico donde se ubica el asunto a estudiar.
- El periodo temporal que se va a abarcar en la investigación.
- El elemento que se va a investigar en sí: un elemento inmaterial, una obra artística, una enfermedad, un inmueble u otros para lo que recomendamos que sea de tu entorno cercano o de fácil recolección de datos.

- El período temporal que vas a abarcar: un mes, una década, un siglo, todo el periodo de vida.
- El fenómeno que, en relación al elemento, vas a estudiar: cuál es su origen, cuáles han sido sus usos, cómo se conserva, qué motivó su desaparición, cómo ha influido en su entorno” (EuroInnova, 2023, pág. 3)

El objeto de la investigación tiene que ser determinado a través de conceptos particulares y específicos, afín de quedar claro las cualidades del objeto, donde los ordenamientos, sistematizaciones y cualidades son susceptibles de ser observados en antes, durante, y después, de la investigación. Esto posibilita a que el investigador se conduzca con visión de que, el objeto “es abstracto, espiritual, en tanto es el mismo hombre, portador del espíritu, quien lo delimita y es capaz de refractar en su subjetividad de ideas que encarnan la caracterización general y esencial de dicha realidad; aunque, lo que prima es lo primero” (Álvarez de Zayas & Sierra Lambardia, 2019, pág. 57)

Cuando, el comunicador, Umberto Eco, se refiere a la investigación científica, determina algunos requisitos: “...

- Se aproxima a, estudia, aborda, un objeto reconocible y definido de modo tal que también lo sea para los demás.
- Debe proponer elementos, rasgos, cualidades de ese objeto aún no apuntadas, o bien revisar con una óptica diferente lo que ya está probado.
- Posee sentido de autoridad hacia una comunidad concreta.
- Debe dar los elementos necesarios para verificar o refutar las hipótesis, de modo que deje abierto el camino de la búsqueda, lo mismo para confirmar que para ponerla en tela de juicio” (Eco, 1990, pág. 82)

El objeto de estudio en el conocimiento científico es un conocimiento particular en relación al conocimiento general, lo social es un parte de la realidad total que estudia las ciencias sociales. Sus particularidades son:

- Las características físicas y personales humanas.
- Los roles, status y acciones sociales.
- Criterios, juicios, opiniones y conocimientos que los individuos se forman en la vida social y que podrían llamar hechos internos o subjetivos.
- Motivaciones, sentimientos, creencias, valores y actitudes, internos o subjetivos, pero que se diferencian porque impulsan más directamente a la acción y está en la base de las opiniones.
- Las instituciones sociales que integran en su conjunto la sociedad organizada.
- Normas y pautas de comportamiento originadas en

- la vida social humana.
- Las distintas y múltiples obras culturales de los hombres.
- Las diversas realidades naturales o físicas en cuanto influyen en la vida social humana.

En lo social, presenta caracteres propios, que se concretan en su diversidad, complejidad y sensibilidad.

El sujeto, respecto al objeto de conocimiento social es especial, porque es un elemento integrante del objeto, la vida social y sus manifestaciones, la relación de dependencia del sujeto al objeto es intensa y completa.

Ahora, las ciencias fácticas nos ayudan a comprender, explicar y predecir los hechos que tienen lugar en la realidad. En ese ámbito, los objetivos de la investigación científica son:

- “...
1.Describir, explicar y predecir la evolución futura de los hechos, fenómenos y eventos de la naturaleza y de la sociedad por medio de hipótesis científicas.
2.Verificar o dilucidar hipótesis o teorías científico-naturales o sociales.
3.Descubrir leyes científico-naturales o sociales que expliquen las relaciones constantes y necesarias entre los elementos y agentes del sistema y de los procesos naturales y sociales.
4.Ampliar las fronteras de las ciencias naturales y sociales” (Ñaupas Paitan, Mejía Mejía, Novoa Ramirez, & Villagómez Paucar, 2014, pág. 60)

2.5. Paradigmas de investigación en comunicación social

La palabra “paradigma” viene del latín tardío paradigma, y este del griego parádeigma, que pueden interpretarse como teoría o conjunto de teorías donde la médula transcendental se acepta sin cuestionar y proporciona la base y modelo para resolver problemas y avanzar en el conocimiento de la ciencia moderna en un contexto holístico interdisciplinario; originalmente, Platón utilizó esta expresión para designar un instrumento de mediación entre la realidad y su ideación.

La epistemología de los paradigmas inició con el Psicólogo John Broadus Watson (1878-1958) fue uno de los psicólogos más importantes del siglo XX, fundó la Escuela Psicológica Conductista, que inauguró en 1913 con la publicación de su artículo “Psicología vista por un conductista” es conocido también por su controvertido experimento con el Pequeño Albert (UAM, 2022) Pero no es hasta 1975 donde se establece que un paradigma es una teoría o modelo explicativo de las realidades físicas, introducido por Thomas Kuhn (1975) para explicar o

los cambios o “revoluciones científicas”.

El o los paradigmas, proporcionan salida a ciertos elementos metodológicos, mediante la creación de las hipótesis o problemas en la investigación, también deberá centrarse en la búsqueda de la verdad con veracidad en el proceso de investigación, la epistemología es otro elemento,

Los paradigmas son una guía que puede escoger el investigador, sobre cómo se deben aplicar los diferentes métodos y herramientas en el campo de la investigación para el descubrimiento de nuevos conocimientos. Poner a prueba la hipótesis planteada o bien avalar y corroborar lo que dice la comunidad científica en relación a ciertos temas de interés social, basados en la aplicación del método científico que es la observación, formulación de hipótesis y comprobación de estas.

“Los paradigmas de investigación requieren que el concepto de paradigmas se reflexione bajo el supuesto que admite pluralidad de significados y diferentes usos” (Ríos, 2013, pág. 7)

Los cambios en el campo de la comunicación social debido a la presencia de la Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación y la irrupción de la Inteligencia Artificial, las formas de producción, difusión y recepción de información y mensajes, revolucionado las formas de producción, de difusión y de recepción de la información, han cambiado las relaciones de emisores y receptores, los interesados buscan otras modalidades de interrelación mediatizadas pero interactivas, dialógicas, en tiempo real y personalizadas.

El nuevo contexto comunicacional obliga a la revisión de los conceptos de información y comunicación utilizados en las Ciencias de la Comunicación Social hasta hoy, “los cuales se han visto alterados al haberse modificado las dimensiones del tiempo y del espacio sobre las cuales se habían sostenido. Con la convergencia telemática, el tiempo de la comunicación se reduce hasta hacerse prácticamente instantáneo (tiempo real) y el espacio no queda constreñido a límites geográficos o de distancias, sino que puede ser alterado por las tecnologías de la información que nos acercan a los hechos sin movernos de nuestro sitio y nos trasladan a espacios virtuales, cibernéticos, donde podemos experimentar sensaciones interactivas diferentes” (Vega, 1999, pág. 12)

En ciencias de la comunicación social, los “paradigmas clásicos” están en aprietos desde varias décadas atrás, principalmente debido a que su visión instrumental y pragmática impide distinguir la

multiplicidad y riqueza del proceso comunicativo.

Hace décadas, la teoría de la comunicación tuvo cimientos en la psicología conductista, la sociología funcionalista, la semiología estructuralista y el marxismo clásico; desde el positivismo y el racionalismo donde se originó el paradigma de Laswell, esos argumentos, hoy son escasos para dar explicaciones de las relaciones de comunicación que se están produciendo, por lo que nos encontramos en la necesidad de recomponer el campo de estudio y establecer líneas novedosas actuales y profundas para una mejor lectura de este tiempo.

“La transdisciplinariedad surge como un camino metodológico para enfrentar la pérdida de las certidumbres teóricas en las ciencias sociales en general y en las ciencias de la comunicación, en particular. Sobre todo, porque ella da idea de ruptura de límites, de fronteras en la constitución de los saberes y se abre al conocimiento multipolar, descentrado, ramificado y entrecruzado y con ello da paso a la visión de un conocimiento no compartimentado, no fragmentado, ni separado por disciplinas estrictas que sólo permiten enfoques cerrados y parcelados sobre los problemas que abordan” (Vega, 1999, pág. 14)

2.6. Método teórico

El recojo de “referentes efectivos para una metodología de la investigación en comunicación social” tiene un abordaje metodológico descriptivo, que se basa en la observación con relevancia en la sensación, percepción y reflexión. Con esta metodología buscamos analizar la muestra.

Observamos que el comportamiento del objeto de estudio en sus condiciones habituales, en base a dos preguntas cerradas y tres abiertas, a objeto de encontrar información precisa y exclusiva, donde se encuentra una lectura e interpretación que nos proponemos en el estudio, una lectura real de los resultados recogidos. Con esta lectura se describe la cualidad de lo observado y posteriormente sometemos a una comparación necesaria.

La teoría corresponde al proceso de generalización de la regla o ley obtenida durante la investigación, susceptible de ser aplicada a casos semejantes. El proceso de construcción de teoría puede implicar crear nuevas teorías o corregir teorías preexistentes a partir de la nueva información disponible.

Crear conocimiento para el mundo académico, algunas veces tiene sus altibajos, a ello se agrega el conocimiento sobre los medios de comunicación y la propia comunicación social conforme pasa el tiempo es abrazado por la complejidad. Casi alcanzando la

media década del este milenio, lo mediático y multimediático se constituye la nueva realidad en la comunicación masiva, a eso, mismo que tiene en la inteligencia artificial en su mejor aliado entre tanto, aún se visibilizan los analfabetos digitales.

Figura 3
EVOLUCIÓN Y TRANSFORMACIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN



Ilustración 3 (Ing. José Pedro Mendoza Orihuela, 2024)

El estudio plantea una población centrada en profesionales en comunicación social en Bolivia, por lo que alcanzamos a cubrir las ciudades de La Paz, Cochabamba, Santa Cruz, Oruro y Trinidad, a los cuales, a fin de otorgar mayor solvencia al propósito, se agrega un profesional de nacionalidad boliviana que radica en la ciudad de Quito Ecuador, desempeñando de manera muy acertada su labor de investigación en comunicación.

2.7. Población y muestra

Población: Profesionales en ciencias de la comunicación social

Muestra: 25 profesionales

Figura 4



Cuadro 1
IDENTIFICACIÓN DE LA MUESTRA

LUGAR	SEXO		TOTAL
	F	M	
Cochabamba	2	2	4
La Paz	2	4	6
Oruro	2	1	3
Santa Cruz	3	3	6
Trinidad	3	2	5
Quito	0	1	1
TOTAL	12	13	25

(Fuente: Propia, 2024)

III. Resultados y discusión

Realizar investigación con seguridad nos conducirá a encontrar un aporte para generar nuevos conocimientos y proveer perspectivas de análisis nuevas, en ese propósito planteamos:

3.1. Porqué investigar en comunicación social



(Fuente: Propia, 2024)

3.2. Para qué investigar en comunicación social

La comunicación social, fue construida desde el aporte de varias disciplinas de la ciencia social, los objetos de estudio no se han construido de forma autónoma sino desde otras disciplinas de las Ciencias Sociales, que en principio parten de la psicología conductista, para posteriormente a la sociología funcionalista, y posteriormente identificar a la semiología estructuralista.

A través de la muestra, hoy identificamos al investigar en comunicación social, se facilita el entendimiento sobre una problemática (20 %), se busca el cambio social (10 %) y se ayuda a encontrar la solución al problema (10 %); así mismo, encontramos que estos tres indicadores se constituyen en la razón esencial de la investigación en comunicación social (60 %).

Figura 6



(Fuente: Propia, 2024)

Toda investigación interesa para desarrollar el conocimiento en temas específicos, en nuestro caso, la comunicación social, hoy encontramos que el establecer el mercado desarrollo de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación y la Inteligencia Artificial alcanza un 20 % en la perspectiva de los nuestros encuestados, el entender la complejidad del mundo contemporáneo llega a un 15 % y la identificación y la práctica social en la construcción de realidades 10 %; las tres alternativas juntas alcanzan un 45 % lo que representa la investigación en comunicación social conduce a leer de mejor manera a la sociedad de hoy.

3.3. Nuevos paradigmas de investigación en comunicación social

Los encuestados identifican los siguiente nuevos paradigmas de investigación en comunicación social

Complejo

Se deduce la complejidad de la lectura e interpretación de la comunicación social hoy.

La rehumanización de la sociedad y de la comunicación

Nos encontramos en una nueva lectura y redefinición del ser humano en la sociedad y más aún en el nuevo contexto de la comunicación.

La multidescrición tecnológica, política y social

Tenemos que entender al amplio campo de la irrupción de tecnología y su implicación en la vida del ser humano, así como el amplio y dinámico campo de las acciones políticas y sociales como actores protagónicos y cotidianos.

Diversidad cultural

La diversidad cultural nos está conduciendo a que debemos leer con precisión para no ingresar en interpretaciones que afectan sensibilidades de grupos y visibilizar de manera certera.

Nuevas narrativas

Las nuevas narrativas transmedia es el ámbito que exige más y mejores planteamientos investigación para mejor lectura.

3.4. Qué temas fueron abordados en investigación (comunicación social)

- Comunicación funcional o instrumentalizada
- Las construcciones discursivas
- Las soledades de los prosumidores
- La ética periodística en las redes sociodigitales
- El "huayravelismo" digital.

3.5.Cuál es el último tema que investigó en comunicación social

- Aproximación conceptual y metodológica sobre las relaciones múltiples entre comunicación y política Encrucijadas. Intersticios, enredos, intersecciones y disrupciones de la comunicación política, publicado por Ciespal, 2024.
- Acoso sexual desde la perspectiva comunicacional y periodística.

IV. Conclusiones

La investigación en comunicación social se realizó desde inicios del siglo anterior, tiene su recorrido y maduración propia, en varios casos, con el auxilio de otras ciencias está claro, sin embargo, aún se encuentra vacilante en el abordaje mediático, multipolar, multicultural y de nuevas tecnologías. Por otro lado, la metodología de la investigación en sus planteamientos imperativos y necesarios es igual que otras áreas del conocimiento, por lo que el proceso de investigación es para generar conocimiento, que no es novedad, sino una obligatoriedad de quien están involucrados de una u otra forma en la práctica, la formación y son protagonistas de la comunicación de este tiempo, puesto que la investigación en comunicación en un permanente campo en construcción.

De acuerdo con la cronología de la investigación en comunicación social, es claro que desde el estudio de los efectos de la comunicación, pasando por la diversidad cultural, hasta las nuevas narrativas y otros ámbitos añejos y nuevos, nos conducen a entender que, la comunicación se encuentra en un conocimiento transdisciplinario, en constante y permanente construcción que cada vez alcanza mayor legitimidad, al mismo tiempo que afina sus caminos metodológicos, para encontrar nuevos elementos teóricos que aportan a la mejor lectura de la realidad.

Si bien algunos elementos metodológicos invitan a la escasa certidumbre en la comunicación social, la transdisciplinariedad surge como un camino metodológico para enfrentar la pérdida de las certidumbres teóricas en las ciencias sociales en general y en las ciencias de la comunicación, en particular. Sobre todo, porque ella da idea de ruptura de límites, de fronteras en la constitución de los saberes y se abre al conocimiento multipolar, descentrado, ramificado y entrecruzado y con ello da paso a la visión de un conocimiento no compartimentado, no fragmentado, ni separado por disciplinas estrictas que sólo permiten enfoques cerrados y parcelados sobre los problemas que abordan.

Si bien la investigación en comunicación es cada vez más escasa, contrario a las necesidades de la sociedad actual, los involucrados en esta tarea a

priori identifican, emisores y receptores, dominantes y dominados de la comunicación de la nueva realidad; eso requiere una lectura y planteamiento oportuno de las nuevas narrativas, la interculturalidad, la realidad y un certero posicionamiento para una mejor comunicación.

Ese posicionamiento, encuentra en el presente estudio que, se tiene que investigar en comunicación social para facilitar el entendimiento sobre una problemática, para buscar el cambio social y ayudar a encontrar la solución a problemas planteados como el desarrollo de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación y la Inteligencia Artificial, entender la complejidad del mundo contemporáneo e identificar la práctica social en la construcción de realidades, esas las nuevas perspectivas de investigación en comunicación social para entender mejor el tiempo actual.

En el estudio encuentra que, la complejidad de la comunicación es uno de los nuevos paradigmas, así como la rehumanización de la sociedad y de la comunicación, la multidescripción tecnológica, política y social, la diversidad cultural y las nuevas narrativas comunicacionales.

Bibliografía

Álvarez de Zayas, C. M., & Sierra Lambardia, C. (2019). Metodología de la Investigación Científica. Cochabamba: Grupo Editorial Kipus.

Bacallao Pino, L. (2005). La comunicación de la guerra/la guerra de la comunicación: disturbios y convergencias. Punto Cero, 10.

Botero Escobar, N. E. (2012). La teoría de la comunicación, las relaciones públicas y la investigación: una relación simbiótica. Scielo, 12.

Eco, U. (1990). Cómo se hace una Tesis. Salamanca: Universidad de Salamanca.

Enciclopedia Humanidades. (20 de Noviembre de 2023). Enciclopedia Humanidades. Obtenido de Para la Ciencia de la Comunicación, conocer nuevas realidades, exigencias novedosas y últimos procedimientos de investigación es indispensable, por esto, que valoración de la importancia del conocimiento científico y su rol en el trabajo investigativo.

La EuroInnova. (10 de Junio de 2023). EuroInnova. Obtenido de <https://www.euroinnova.bo/blog/que-es-el-objeto-de-estudio-en-una-investigacion>.

Fernandes, A. Z. (8 de Diciembre de 2023). Conocimiento Científico. Obtenido de <https://www.significados.com/conocimiento-cientifico>

Hobsbawm, E. (1998). Historia del Siglo XX. Buenos Aires: Grijalbo Mondadori.

Martinez, A. (21 de Enero de 2020). Mi Espacio. Obtenido de <https://www.infosol.com.mx/miespacio/la-teoria-funcionalista-de-la-comunicacion/>

Ñaupas Paitan, H., Mejía Mejía, E., Novoa Ramirez, E., & Villagómez Paucar, A. (2014). Metodología de la Investigación, Cuantitativa-Cualitativa y Redacción de la Tesis. Bogota: Ediciones de la U.

Ortega, C. (14 de Enero de 2024). QuestionPro. Obtenido de <https://www.questionpro.com/blog/es/proceso-de-investigacion/#:~:text=Un%20proceso%20de%20investigaci%C3%B3n%20es,comprender%20fen%C3%B3menos%20o%20validar%20teor%C3%ADas.>

Ríos, B. F. (2013). Paradigmas y perspectivas teórico-metodológicas en el estudio de la administración. México: <https://www.uv.mx/iiesca/files/2013/01/paradigmas2004-2.>

Serrano, M. M. (s/f). Teoría de la Comunicación, Epistemología y análisis de referencia. La Habana: Palbo de la Torriente.

Vega, A. (1999). Los medios de comunicación en el nuevo orden. Noticias de Comunicación (Noticom) No. 10, 10.

