

Las redes semánticas naturales

como estrategia metodológica para conocer las representaciones sociales acerca de la investigación en el contexto de la formación profesional de los comunicadores

Armando Castañeda Morfin

Resumen

En este trabajo se plantea una forma de caracterizar las representaciones sociales que tienen los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima, acerca del sentido, la importancia y la utilidad que tiene la investigación en su proceso de formación profesional. La investigación se llevó a cabo con un enfoque cualitativo y fenomenológico que se basó en la utilización de dos técnicas: las redes semánticas naturales y los grupos de discusión, cuya implementación permitió conocer los significados y las representaciones sociales que construyen los estudiantes acerca de la carrera que estudian y de la investigación como componente de su formación profesional. Los resultados muestran que los estudiantes poseen una gran riqueza semántica así como una fuerte implicación personal que otorga a la investigación un papel importante como componente curricular, aunque paralelamente tiene un bajo reconocimiento como opción de desarrollo profesional para quienes están cursando la carrera.

Palabras clave: Representación social, Investigación, Comunicación, Redes semánticas

Abstract – A Methodological Strategy for Studying the Social Representations of Research in the Context of the Professional Training of Communications Students

This paper presents a way of characterizing the social representations held by students in the undergraduate degree (Licenciatura) in Communication at the University of Colima, focusing on the meaning, importance and usefulness of research in the process of their professional formation. The research was conducted with a qualitative and phenomenological approach based on the use of two techniques: natural semantic networks and discussion groups. The implementation allowed analyzing the meanings and social representations constructed by students in relation to their career of study, and research as part of their professional training. The results show that students possess great semantic richness and a strong personal involvement that give an important role to research as a component of the curriculum, even though simultaneously having low recognition as a professional option for those pursuing the career.

Key Words: Social Representation, Research, Communication, Semantic Networks, Discussion Groups

Armando Castañeda Morfín. Mexicano. Comunicólogo. Maestro en Pedagogía por la Universidad de Colima. Profesor Investigador adscrito a la Facultad de Letras y Comunicación de la misma universidad. Áreas de interés: la formación profesional de comunicadores; la producción de video didáctico y de televisión educativa; la planificación de la comunicación; y el diseño de proyectos de vinculación e intervención comunicacional; acastamor@gmail.com

El objetivo de este artículo es explicitar el proceso metodológico orientado al conocimiento y a la comprensión de las representaciones sociales acerca de la investigación desde la perspectiva de los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima, desde un enfoque metodológico cualitativo.

La orientación cualitativa entiende la investigación como una “actividad sistemática orientada a la comprensión en profundidad de fenómenos educativos y sociales” que privilegia el carácter interpretativo de la realidad estudiada, a través de las percepciones y significados de las personas (Sandín, 2004:123).

Asimismo, dado que el proyecto aborda cuestiones de significados de índole experiencial de los sujetos, el tipo de investigación que se llevó a cabo es fenomenológica, ya que

en definitiva, la fenomenología busca conocer los significados que los individuos dan a su experiencia, lo importante es aprehender el proceso de interpretación por el que la gente define su mundo y actúa en consecuencia. El fenomenólogo intenta ver las cosas desde el punto de vista de otras personas, describiendo, comprendiendo e interpretando (Rodríguez, 2001:42).

Considerando la perspectiva cualitativa e interpretativa asumida, este proyecto se apoyó para la comprensión de las representaciones sociales que los estudiantes de comunicación tienen acerca de la investigación en la utilización de las redes semánticas naturales.

La utilización de las redes semánticas “tiene como propósito fundamental el aproximarse al estudio del significado de manera natural, es decir, directamente con los individuos, evitando la utilización de taxonomías artificiales, creadas por los investigadores para explicar la organización de la información a nivel de memoria semántica, intentando así, consolidarse como una de las más sólidas aproximaciones al estudio del significado psicológico, y con esto, al estudio del conocimiento” (Valdez, 2005:81-82).

Las redes semánticas naturales están consideradas como una técnica híbrida cuantitativa-cualitativa “que permite tener una idea clara de la representación que se tiene de la información en memoria, que justamente hace referencia al significado que tiene un concepto en particular” (Ibid.:77) o cualquier objeto de construcción social como, en el caso de este proyecto, se considera a la investigación.

Consecuentemente, con base en estas consideraciones, el proyecto pretendió construir una estrategia de investigación que fuera consistente en sus dimensiones teórica, metodológica, técnica e instrumental, de modo que ampliara y enriqueciera el abordaje de las representaciones sociales de los estudiantes acerca de la investigación como componente formativo del comunicador.

Sujetos de la investigación,

población y selección de la muestra

Los sujetos de esta investigación son los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima.

La población de estudiantes de la carrera de comunicación, en el semestre agosto 2006 – enero 2007, estaba conformada por 163 alumnos, a cuya totalidad se decidió aplicar el cuestionario de la red semántica. La distribución de la población se muestra en la siguiente tabla:

Grupo	Hombres	Mujeres	Total
1°	16	35	51
3°	16	27	43
5°	13	26	39
7°	8	22	30
Totales	53	110	163

El cuestionario de redes semánticas naturales (RSN)

La elaboración del instrumento implicó realizar un ejercicio de operacionalización de variables que sirviera de base para generar una estrategia metodológica orientada a caracterizar las representaciones sociales de los estudiantes acerca de la investigación en la formación de los comunicadores. Este ejercicio retoma las tres dimensiones o componentes fundamentales de una representación social: la información, la actitud y el campo de representación (Anexo 1).

Para explorar y analizar los significados que tienen y construyen los estudiantes acerca de la investigación en el contexto de su formación profesional de comunicadores se diseñó el cuestionario de RSN contemplando los siguientes apartados:

- Datos generales del estudiante que incluyeron la carrera, el grupo, el sexo y la edad;
- Dos palabras-frases estímulo: *investigación* y *comunicación*; y
- Tres preguntas orientadoras: ¿Qué significa para ti la investigación?; ¿Qué significa para ti ser comunicador social?; y ¿Cuál es el papel que tiene la investigación para el comunicador social?

Cabe aclarar que las preguntas orientadoras son reactivos abiertos que buscan obtener respuestas explícitas de los estudiantes sobre su representación de la carrera de comunicación y de la investigación como uno de los componentes de su formación profesional.

Al momento de aplicar este instrumento se solicitó a los estudiantes hacer tres tareas:

- a) Primero, anotar cinco términos (palabras *definidoras o asociadas*) que tengan relación con las palabras-frase estímulo;
- b) Después, enumerar o jerarquizar del 1 al 5 las palabras anotadas según la importancia para cada estudiante;¹ y
- c) Finalmente, contestar con la mayor honestidad personal las preguntas abiertas.

El cuestionario fue diseñado para aplicarse en forma anónima, con la intención de que los estudiantes pudieran responderlo con total libertad y confianza, procurando que sus respuestas reflejaran lo más fielmente posible la representación que tienen de los reactivos contemplados en el instrumento.

El *procedimiento de validación* del cuestionario consistió en hacer consulta a una especialista en el uso de la técnica de redes semánticas naturales y que, además, tiene experiencia en investigación y en docencia en el contexto de la formación profesional de comunicadores.²

De esta consulta, en coincidencia con la asesora de tesis, emergió la sugerencia de modificar el orden de las palabras-frases estímulo y las tres preguntas abiertas u orientadoras, de modo que en lugar de poner primero la *investigación* y después la *comunicación*, se pusieran justo al revés para solicitar en primer lugar palabras asociadas a la *comunicación* y la respuesta a la pregunta abierta correspondiente, procurando evitar con ello que los estudiantes pudieran contestar el instrumento con alguna forma de relación forzada o inducida de la investigación con su carrera.

La validación se complementó con la realización de una *prueba piloto* que se llevó a cabo el 15 de junio de 2006 con un grupo de 23 estudiantes de 8° semestre de la Licenciatura en Comunicación Social.

1. Álvarez-Gayou señala que “al pedir a los participantes que jerarquicen, se consigue precisamente una red semántica, entendida como el conjunto de conceptos seleccionados por los procesos de reconstrucción de la memoria, en la que participan las clases y las propiedades de los elementos que la integran” (Álvarez-Gayou, 2003:167).

2. Se trata de la Mtra. Aideé C. Arellano Ceballos, con maestría en ciencias sociales, profesora investigadora de tiempo completo y co-autora del trabajo de investigación: *REDES SEMÁNTICAS NATURALES: técnica para representar los significados que los jóvenes tienen sobre televisión, Internet y expectativas de vida*, publicado en la sección de metodología, métodos y técnicas de la revista *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, número 22, de diciembre de 2005.

Al procesar la información de la *aplicación piloto* del cuestionario (véase el Anexo 2) hubo necesidad de hacer algunas correcciones en el diseño del instrumento: se cambió el ejemplo de palabra-frase estímulo acerca de la *televisión* (debido a que éste inducía a algunos estudiantes a poner palabras asociadas en el ejemplo a dicho medio de difusión como definidoras del significado de *comunicación* y de *investigación*) por otro que no perteneciera al campo semántico de la carrera, optando por el de *familia*.

También se decidió cambiar la formulación de la tercera pregunta orientadora: ¿Cuál es el papel que tiene la investigación para el comunicador social? se substituyó por ¿Cuál es la relación o sentido que tiene la investigación en tu formación de comunicador?, procurando orientarla con más delimitación al ámbito de las representaciones sociales de los estudiantes acerca de la investigación y su vinculación con la carrera (véase el Anexo 3).

Adicionalmente, se realizó un cambio en el formato del cuestionario, pasando de tamaño carta a oficio, con la intención de disminuir el riesgo de limitar las respuestas a las preguntas abiertas debido al poco espacio disponible.

Cabe señalar aquí que en la aplicación real del instrumento se pudo constatar que las tres modificaciones al cuestionario resultaron pertinentes y adecuadas: la confusión provocada por el ejemplo se redujo a niveles no significativos; las respuestas a la tercera pregunta orientadora permiten identificar con más claridad el sentido atribuido por los estudiantes a la investigación en el contexto de su formación profesional; y, por último, las respuestas a las preguntas abiertas tendieron a ser más amplias en razón de la previsión de proporcionar mayor espacio para cada una de ellas.

La *aplicación real* del cuestionario de la RSN a los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación de la Facultad de Letras y Comunicación se realizó conforme a lo señalado en el siguiente cuadro:

Grupo	Alumnos inscritos	Cuestionarios aplicados	Porcentaje	Fecha de aplicación
1°	51	48	94.11%	26/09/07
3°	43	38	88.37%	25/09/07
5°	39	35	89.74%	26/09/07
7°	30	30	100%	21/09/07
Totales	163	151	92.63%	

La aplicación se llevó a cabo en los salones de cada uno de los grupos y en una hora regular de clase (8-9 a.m.), de modo programado previamente con los profesores que tenían su clase en tales días y horario. La única excepción a este procedimiento consistió en la aplicación de tres cuestionarios vía correo electrónico con igual número de alumnos de 5° semestre que estaban haciendo intercambio en universidades extranjeras por medio del programa de movilidad internacional.

El procesamiento y la sistematización de la información se realizó en una base de datos en *Excel* en la que fueron capturados los datos generales de cada estudiante (únicamente carrera, grupo, sexo y edad, ya que no se solicitó el nombre para procurar la mayor confiabilidad en la aplicación de la técnica), las palabras que los estudiantes asocian con “*comunicación*” e “*investigación*”, así como las respuestas a las tres preguntas orientadoras.

Posteriormente a la captura de la información, se procedió a la asignación del valor que le correspondía a cada palabra asociada de acuerdo al lugar otorgado por cada estudiante. Para ello, se utilizó una escala donde el valor más alto (10) fue para las palabras que los alumnos identificaron como de mayor importancia y el valor menor (6) para las menos importantes, de conformidad con el siguiente cuadro:

Grado de importancia de las palabras definidoras	Valor o puntaje
1er. Lugar	10 puntos
2do. Lugar	9 puntos
3er. Lugar	8 puntos
4to. Lugar	7 puntos
5to. Lugar	6 puntos

En virtud de la diversidad de sinónimos utilizados por los estudiantes para definir cada una de las dos palabras-estímulo, fue necesario hacer un proceso de *normalización*, que consiste en integrar en un mismo término los sinónimos (p. ej. compleja-complicada), plurales (p. ej. medio de comunicación-medios o relación-relaciones), palabras iguales pero escritas con género diferente (p. ej. educativo-educativa), derivadas de una misma raíz (p. ej. conocimiento-conocer) y eliminamos los “no contestó”. La integración de los términos supone sumar también el valor independiente de las palabras asociadas (p. ej. aprendizaje: 10 + aprender: 8 = aprendizaje: 18).

Más tarde, en una primera aproximación a los resultados preliminares, se procedió a la *jerarquización* de las palabras asociadas por el valor que resultó de la integración de los términos normalizados, en orden de mayor a menor peso semántico, de modo que se obtienen los cuatro principales valores o resultados de las redes semánticas.

Principales valores de las redes semánticas naturales	
Valor J	Indicador de la riqueza semántica
Valor M	Indicador del peso semántico
Valor FMG	Indicador de la distancia semántica
Conjunto SAM	Núcleo central de la red semántica

De acuerdo con Valdez (2005), estos valores se definen y obtienen de la manera siguiente:

El *valor J* es un indicador de la riqueza semántica de la red, de modo que a mayor cantidad de palabras definidoras, mayor es su riqueza. Se obtiene simplemente sumando el total de palabras definidoras que fueron generadas por los sujetos para definir cada una de las palabras-frase estímulo en cuestión.

El *valor M* indica el peso semántico de cada una de las palabras definidoras y se obtiene multiplicando la frecuencia de aparición por la jerarquía asignada a cada una de las palabras definidoras generadas por los sujetos.

El *valor FMG* representa en términos de porcentajes la distancia semántica que hay entre las diferentes palabras definidoras que conforman el conjunto SAM. Se obtiene a través de una sencilla regla de tres, partiendo de la palabra definidora con el *valor M* más alto de la red, misma que representa el 100%.

El *conjunto SAM* constituye en núcleo central de la red semántica, el centro del significado que tiene un concepto. Se conforma con las diez o quince palabras definidoras que alcanzaron el valor M más alto de la red.

Terminado el procesamiento básico de la información se procedió con la etapa de análisis e interpretación de los datos, el cual implicó realizar los siguientes pasos:³

- a) *Construcción de categorías semánticas* que permitieron agrupar las palabras definidoras y sus respectivos valores en conjuntos que pudieron

3. Aquí se retoma en lo fundamental un esquema de trabajo utilizado y probado empíricamente por Zermeño, Arellano y Ramírez (2005:321-322).

ser nombrados con un concepto integrador. Con algunas agrupaciones o conjuntos se pudieron generar categorías y subcategorías dependiendo de su composición, riqueza y peso semántico. Este proceso de categorización implicó un cuidadoso esfuerzo de reflexión y análisis del significado de las palabras definidoras que en ocasiones presentaron una evidente polisemia con múltiples posibilidades de sentido y que exigieron clarificar la forma de integrar y nombrar las agrupaciones semánticas;

- b) *Diseño de mapas conceptuales o mapas semánticos* a partir de las categorías que agruparon las palabras definidoras generadas por los estudiantes para cada una de las palabras-frases estímulo. En cada categoría y subcategoría se sumaron el valor M (peso semántico) y el valor FMG (distancia semántica), lo que permite apreciar con toda claridad y precisión la composición y distribución, riqueza y peso de las dos redes que contienen la representación de los estudiantes acerca de la *comunicación* y la *investigación*.
- c) *La integración del análisis* que posibilitó dar cuenta de los principales resultados, recurriendo a hacer una lectura interpretativa de las categorías que se formaron, así como de los mapas conceptuales. Tanto el proceso de categorización como la elaboración de mapas semánticos tienen una gran utilidad para describir, analizar e interpretar las agrupaciones, su conformación independiente, las relaciones lógicas entre las categorías de cada una de las dos redes y, sobre todo, entre ambas.

El proceso de construcción del objeto de estudio

con base en la aplicación de la técnica de redes semánticas naturales

El análisis y la interpretación de los resultados obtenidos de la aplicación de la técnica de redes semánticas naturales permitieron conocer los significados que los estudiantes tienen acerca de dos palabras o conceptos: *comunicación* e *investigación*. La primera por ser la denominación de la carrera que cursan y la segunda porque refiere a un importante componente del diseño curricular de la misma.

La construcción de dos redes semánticas permitió una doble aproximación al propósito de caracterizar las representaciones sociales de los estudiantes acerca de la *investigación*:

- A través de la forma en que conciben su carrera, la *comunicación*, en tanto contexto curricular en que habita la *investigación* como componente

de su formación profesional. Es decir, aquí se trató de indagar en la forma de concebir y significar la *comunicación* cómo y con qué nivel de importancia aparece la *investigación*; y

- A partir de los significados que generan directamente de su representación social de la *investigación*.

A continuación se describen los resultados de cada una de estas dos aproximaciones: tanto del procesamiento básico que permitió obtener los principales valores y el núcleo central de las redes semánticas, como el análisis e interpretación a partir del proceso de categorización y diseño de mapas conceptuales o mapas semánticos que posibilitaron tener una idea clara de la significación global que los estudiantes poseen sobre los conceptos mencionados.

El significado de

la comunicación

Esta red semántica resultó ser muy rica en contenido, ya que los estudiantes generaron 315 palabras definidoras o asociaciones semánticas que forman la generatriz de *comunicación* (Anexo 4).

En el siguiente cuadro se muestran los principales valores que se obtuvieron del procesamiento básico de la información: el conjunto SAM que está formado con las 15 palabras con el mayor peso semántico (valor M) y, consecuentemente, con la mayor cercanía con el concepto de *comunicación*, así como los indicadores de riqueza semántica de la red (valor J), distancia semántica entre cada una de las asociaciones (valor FMG, donde el 100% representa la mayor proximidad semántica con el concepto definido) y la frecuencia de aparición.

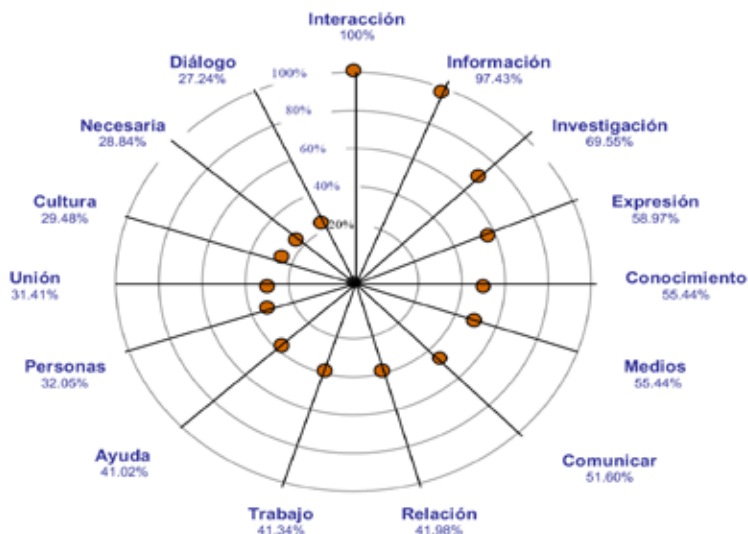
Con estos valores y tomando como base el valor FMG de estas mismas palabras definidoras que constituyen el núcleo central de la red, se obtiene la siguiente representación gráfica de los términos que los estudiantes asocian más con el significado de comunicación.

En este nivel de procesamiento y los datos presentados, todavía puede ser muy aventurado intentar una interpretación acabada sobre lo que esta red nos revela, aunque es posible hacer notar algunos aspectos de manera preliminar:

Conjunto SAM COMUNICACIÓN				
	Palabra definidora	Peso semántico (Valor M*)	Frecuencia	Valor FMG
1	Interacción	312	38	100%
2	Información	304	35	97.43%
3	Investigación	217	28	69.55%
4	Expresión	184	21	58.97%
5	Conocimiento	173	21	55.44%
6	Medios	173	22	55.44%
7	Comunicar	161	18	51.60%
8	Relación	131	16	41.98%
9	Trabajo	129	17	41.34%
10	Ayuda	128	17	41.02%
11	Personas	100	13	32.05%
12	Unión	98	13	31.41%
13	Cultura	92	12	29.48%
14	Necesaria	90	10	28.84%
15	Dialogar	85	10	27.24%
...
315
Valor J

Varias palabras a que los estudiantes recurren para asociarlas a su concepto de comunicación guardan una clara correspondencia con las principales acepciones que ofrece el diccionario, con algunos usos coloquiales y hasta algunas definiciones con base documental.

Las primeras acepciones sobre *comunicación* que ofrece el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) son: acción y efecto de comunicar o comunicarse; trato, correspondencia entre dos o más personas; transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor; unión que se establece entre ciertas cosas; cada uno de estos medios de unión entre dichas cosas. Asimismo, en el modo de verbo, *comunicar* es hacer a otro



participe de lo que uno tiene; descubrir, manifestar o hacer saber a alguien algo; conversar, tratar con alguien de palabra o por escrito; transmitir señales mediante un código común al emisor y al receptor.

Asimismo, una definición frecuentemente retomada en el campo académico, dice que la *comunicación* es “el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado” (Paoli, 2004:11). Este mismo autor señala que el significado es aquello que nos representamos mentalmente al captar algo por cualquiera de los sentidos -una palabra, un gesto, un sabor, un olor- y que permite evocar un concepto.

Por último, el Diccionario de Sociología de Fairchild (1997) define el término como el

proceso de poner en común o intercambiar estados subjetivos tales como ideas, sentimientos, creencias, usualmente por medio del lenguaje, aunque también por medio de la representación visual, la imitación y la sugestión (Fairchild, 1997:118).

En unos casos por una simple afinidad semántica y, en otros casos, por clara sinonimia, por lo menos los términos *interacción*, *información*, *expresión*, *medios*, *comunicar*, *relación*, *personas*, *unión* y *diálogo*, están contemplados en las acepciones y definiciones referidas.

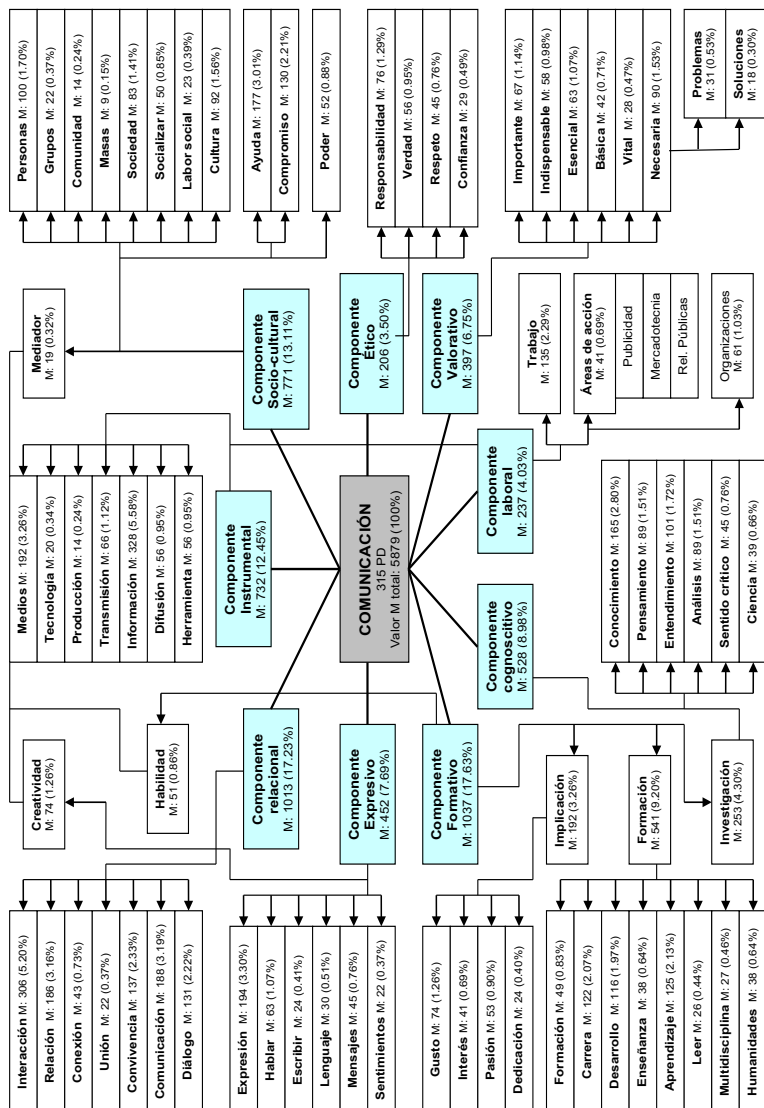
El resto de palabras definidoras, sin embargo, no guardan una relación directa con las acepciones formales y hasta coloquiales del concepto *comunicación*. Los estudiantes también la asocian con *investigación*, *conocimiento*, *trabajo*, *ayuda*, *cultura* y *necesaria*, términos todos con los que remiten a otras posibilidades de sentido que no resultan evidentes a primera vista y que exigen un análisis más profundo. Pero queda abierta aquí la cuestión sobre lo que quieren decir los estudiantes cuando relacionan la *comunicación* con la *investigación*, el *conocimiento*, el *trabajo*, ya que están haciendo asociaciones con significados que no están en el diccionario ni en textos académicos, sino que tienen su origen en sus propias representaciones sociales acerca de la carrera que cursan y en su pertenencia a la escuela, como contexto sociocultural inmediato que comparten. Es decir, se podría afirmar que alumnos de otras carreras y/o de otras escuelas no harían estas mismas asociaciones simplemente porque las diferencias de ubicación social y de referentes de sentido producen universos simbólicos igualmente distintos.

Cabe también comentar la peculiar y aparentemente errónea situación de que un número considerable de estudiantes (más del 10% de la muestra), asociaron el concepto *comunicación* con los términos *comunicación*, *comunicar*, *comunicarme*, y frases como *comunicar ideas* y *comunicarte con otras personas*, lo que parece corresponder con la primera acepción del diccionario y con una coloquial manera de expresión verbal. Empero, también es posible que en algunos casos particulares se trate de un problema de competencia lingüística.

Concluido el procesamiento básico de esta red semántica se continuó con el proceso de construcción de categorías semánticas con el propósito de agrupar las palabras definidoras en conjuntos que fueron nombrados con un concepto integrador. Así, de esta etapa del proceso surgieron nueve categorías que se denominaron componentes de los diversos significados que entran en juego en la representación social de los estudiantes sobre el concepto que evocan en su memoria al pensar sobre la comunicación. Los componentes, en orden descendente considerando su respectivo peso semántico son: el *formativo* (17.63%); el *relacional* (17.23%); el *sociocultural* (13.11%); el *instrumental* (12.45%); el *cognoscitivo* (8.98%); el *expresivo* (7.69%); el *valorativo* (6.75%); el *laboral* (4.03%); y el *ético* (3.50%).

La conformación de cada componente, junto con la articulación de las relaciones lógicas entre ellos, constituye la base del diseño del mapa conceptual o mapa semántico que contiene la representación social de los estudiantes acerca de la comunicación.

Mapa semántico de la representación de los estudiantes acerca de la comunicación



COMPONENTE FORMATIVO

Formación			
	Palabra	Valor M*	Valor FMG**
1	Formación	49	0.83%
2	Carrera	122	2.07%
3	Desarrollo	116	1.97%
4	Enseñanza	38	0.64%
5	Aprendizaje	125	2.13%
6	Leer	26	0.44%
7	Multidisciplina	27	0.46%
8	Humanidades	38	0.64%
Implicación			
9	Gusto	74	1.26%
10	Interés	41	0.69%
11	Pasión	53	0.90%
12	Dedicación	24	0.40%
Habilidad			
13	Habilidad	51	0.86%
Investigación			
14	Investigación	253	4.30%

* El valor M es el peso semántico de cada palabra definidora.

** El valor FMG muestra la distancia semántica que hay entre las diferentes palabras que conforman una red semántica.

La categoría con mayor peso semántico es la que contiene las asociaciones que hacen los estudiantes de la palabra *comunicación* con su proceso formativo. Su contenido se organizó en cuatro subcategorías: *formación*, *implicación*, *habilidad* e *investigación*.

En la primera, los estudiantes relacionan la comunicación con su *formación* y la *carrera* que estudian, a la que consideran como base de su *desarrollo* y crecimiento, mediante procesos de *enseñanza* y *aprendizaje* que relacionan con la actividad de *leer*, con un enfoque académico *multi-disciplinario* y que ubican su formación en el campo de las *humanidades*.

El tipo de *implicación* que tienen hacia su formación y carrera se expresa en términos del *gusto* y el *interés* que les despierta su carrera, la *pasión* que les provoca y la *dedicación* que les exige. También aparece aquí la *habilidad* como una idea relativa a la capacidad y disposición para hacer cosas (DRAE) relativas a su desempeño como estudiantes o de sus aptitudes

profesionales. Por ello, el término forma parte esencialmente del componente formativo pero se relaciona operativamente con otros componentes como se muestra en el mapa semántico.

Se cierra esta categoría con la noción de *investigación* que aparece de manera predominante con ese término y con el de *investigar*, que da cuenta de la presencia de esta actividad en la vida cotidiana de los estudiantes, razón por la cual le asignan un papel relevante dentro de su carrera por cuanto es asumido como elemento de su formación y aprendizaje. La investigación, además de formar parte del componente formativo, guarda estrecha relación con el componente cognoscitivo, como se aprecia en el mapa semántico de comunicación, pero este vínculo adquirirá mayor relevancia y claridad en la red semántica de investigación que se expone en el siguiente apartado. Baste señalar aquí, como se pudo apreciar también en el conjunto SAM, que la *investigación* aparece como parte del conjunto de significados principales que los estudiantes tienen sobre la *comunicación*.

COMPONENTE RELACIONAL

	Palabra	Valor M*	Valor FMG**
1	Interacción	306	5.20%
2	Relación	186	3.16%
3	Conexión	43	0.73%
4	Unión	22	0.37%
5	Convivencia	137	2.33%
6	Comunicación	188	3.19%
7	Diálogo	131	2.22%

*El valor M es el peso semántico de cada palabra definidora

** El valor FMG muestra la distancia semántica que hay entre las diferentes palabras que conforman una red semántica

Con un peso semántico muy similar al anterior, el componente relacional está conformado con palabras que expresan los principales significados denotativos del concepto *comunicación*: como *interacción*, el término con mayor frecuencia de todas las asociaciones semánticas en esta red y que designa una acción recíproca entre dos o más sujetos; *relación*, que refiere a la conexión, correspondencia o trato de alguien con otra persona; *convivencia*, que significa vivir en compañía de otro u otros; y *diálogo* que es una plática entre dos o más personas, que alternativamente manifiestan sus ideas o afectos (*DRAE*). Aparecen de modo marginal otros términos como *contacto*, *vínculo*, *enlace*, *unión* y *comunidad*, o expresiones como *relacionarme con los demás* y *relaciones humanas*.

COMPONENTE SOCIO-CULTURAL

	Palabra	Valor M*	Valor FMG**
1	Mediador	19	0.32%
2	Personas	100	1.70%
3	Grupos	22	0.37%
4	Comunidad	14	0.24%
5	Masas	9	0.15%
6	Sociedad	83	1.41%
7	Socializar	50	0.85%
8	Labor Social	23	0.39%
9	Cultura	92	1.56%
10	Ayuda	177	3.01%
11	Compromiso	130	2.21%
12	Poder	52	0.88%

* El valor M es el peso semántico de cada palabra definidora.

** El valor FMG muestra la distancia semántica que hay entre las diferentes palabras que conforman una red semántica.

En el componente sociocultural aparecen las asociaciones que los estudiantes hacen de la *comunicación* como actividad humana, en el contexto de la *sociedad* y de la *cultura*, practicada por *personas*, *grupos*, *comunidades* o *masas*, frente a las cuales se perciben como *mediadores* y agentes de *socialización* que realizan una *labor social*, que por ello implica un fuerte *compromiso* que traduce su actuación en *ayuda* o *servicio*, pero también en expresión de *poder*, *influencia* o capacidad de *manipulación* sobre los demás. En el rubro de *ayuda* aparecen palabras como *apoyo*, *contribuir*, *auxiliar*, *orientar*, o expresiones como *ayudar a la sociedad* y *servicio a la sociedad*, que expresan la orientación predominantemente positiva de la función mediadora que se atribuyen.

COMPONENTE INSTRUMENTAL

	Palabra	Valor M*	Valor FMG**
1	Medios	192	3.26%
2	Tecnología	20	0.34%
3	Producción	14	0.24%
4	Transmisión	66	1.12%
5	Información	328	5.58%
6	Difusión	56	0.95%
7	Herramienta	56	0.95%

* El valor M es el peso semántico de cada palabra definidora.

** El valor FMG muestra la distancia semántica que hay entre las diferentes palabras que conforman una red semántica.

Esta categoría contiene la visión instrumental de la *comunicación*, que comúnmente es considerada como dominante en la representación social de la carrera. Aquí los estudiantes asocian la *comunicación* con los *medios* y le asignan un sentido de *información*, por cuanto ésta constituye la materia prima que requiere la actividad comunicacional y refiere a los datos del medio ambiente que al estructurarlos sirven para tomar decisiones o como guía de acción (Cfr. Paoli, *Op. cit.*:21). También lo relacionan con el trabajo *informativo* de los comunicadores que realizan para *informar* a la sociedad o dar *noticia* de algo y que implican *producir*, *transmitir* y *difundir* la *información* con el uso de los *medios*, la *tecnología* o las *herramientas* que sirven de soporte de tales actividades. Cabe señalar que entre los *medios* sólo se refirieron específicamente a la *televisión*, la *radio* y el *audiovisual*.

COMPONENTE COGNOSCITIVO

	Palabra	Valor M*	Valor FMG**
1	Conocimiento	165	2.80%
2	Pensamiento	89	1.51%
3	Entendimiento	101	1.72%
4	Análisis	89	1.51%
5	Sentido Crítico	45	0.76%
6	Ciencia	39	0.66%

* El valor M es el peso semántico de cada palabra definidora.

** El valor FMG muestra la distancia semántica que hay entre las diferentes palabras que conforman una red semántica.

Los estudiantes asocian la comunicación con una dimensión cognoscitiva que se compone de acciones o facultades intelectuales que la carrera reclama y, a la vez, genera para acceder al *conocimiento* como expresión cotidiana de su realidad escolar y como aspiración formativa. La *comunicación*, para ellos, significa también *conocer*, *pensar*, *analizar*, *cuestionar* y hacer *ciencia*, entre otras palabras asociadas, lo que permite establecer una relación evidente con la noción de investigación que hace las veces de puente entre esta agrupación semántica y el componente formativo, como se muestra en el mapa.

Este componente alude a la dimensión expresiva del concepto de comunicación que poseen los estudiantes y se divide en dos subcategorías: *expresión* y *creatividad*. La primera se manifiesta de modo predominante con el término *expresión* y variaciones como *expresarme* y *saber expresarte*; *hablar* y *saber hablar*; *lenguaje* y *palabra*; *escribir* y *saber escribir*; *mensajes*, *sentimientos* y *emociones*, que indican algunas modalidades del contenido que se expresa. La segunda agrupa palabras como *creatividad*, *ser creativo*, *creación* y *crear*, para indicar una característica deseable de

COMPONENTE EXPRESIVO

Expresión			
	Palabra	Valor M*	Valor FMG**
1	Expresión	194	3.30%
2	Hablar	63	1.07%
3	Escribir	24	0.41%
4	Lenguaje	30	0.51%
5	Mensajes	45	0.76%
6	Sentimientos	22	0.37%
Creatividad			
7	Creatividad	74	1.26%

* El valor M es el peso semántico de cada palabra definidora.

** El valor FMG muestra la distancia semántica que hay entre las diferentes palabras que conforman una red semántica.

todo acto expresivo y que también suele relacionarse con la utilización de los medios y la tecnología, así como en las actividades de producción y de difusión que forman parte de la visión instrumental de la comunicación. Por esta razón, la creatividad constituye un punto de unión entre esos dos componentes, tal y como se puede apreciar en el mapa.

COMPONENTE VALORATIVO

	Palabra	Valor M*	Valor FMG**
1	Importante	67	1.14%
2	Indispensable	58	0.98%
3	Esencial	63	1.07%
4	Básica	42	0.71%
5	Vital	28	0.47%
6	Necesaria	90	1.53%
7	Problemas	31	0.53%
8	Soluciones	18	0.30%

* El valor M es el peso semántico de cada palabra definidora.

** El valor FMG muestra la distancia semántica que hay entre las diferentes palabras que conforman una red semántica.

Este componente incluye las valoraciones que los estudiantes asocian a su concepto de comunicación. Además de la consideración altamente positiva que le asignan con una serie de adjetivos que indican diferentes niveles de importancia, aparecen también aunque de modo marginal una referencia a los *problemas* y a las *soluciones* que se pueden atender y buscar desde la comunicación.

COMPONENTE LABORAL

Palabra	Valor M*	Valor FMG**
1 Trabajo	135	2.29%
2 Áreas de acción	41	0.69%
3 Organizaciones	61	1.03%

* El valor M es el peso semántico de cada palabra definidora.

** El valor FMG muestra la distancia semántica que hay entre las diferentes palabras que conforman una red semántica.

En el componente laboral del significado de la *comunicación* se contemplan las asociaciones con que los estudiantes expresan sus expectativas sobre el mundo del *trabajo*, identificando explícitamente el rubro genérico de las *organizaciones* y tres áreas de acción específicas (la publicidad, la mercadotecnia y las relaciones públicas. En el mapa conceptual de esta red semántica se hace notar una línea de articulación de este componente con el instrumental, en virtud de que los medios son por excelencia espacios laborales del comunicador.

COMPONENTE ÉTICO

Palabra	Valor M*	Valor FMG**
1 Responsabilidad	76	1.29%
2 Verdad	56	0.95%
3 Respeto	45	0.76%
4 Confianza	29	0.49%

* El valor M es el peso semántico de cada palabra definidora.

** El valor FMG muestra la distancia semántica que hay entre las diferentes palabras que conforman una red semántica.

En las asociaciones agrupadas en el componente ético los estudiantes asignan a la comunicación un conjunto de valores en que predomina la *responsabilidad*, que asumen como obligación moral y como un fuerte compromiso con la sociedad, como se pudo apreciar también en el componente sociocultural. Adicionalmente incluyen, en orden de ocurrencia, la *verdad*, la *veracidad* y la *sinceridad*; el respeto, la *tolerancia* y la *apertura*; la *confianza*, la *confiabilidad*, la *integridad* y la ética.

A modo de recapitulación, se puede decir que en estas nueve categorías se agrupan los principales significados que en su totalidad configuran la representación social de los estudiantes acerca de la comunicación; en ella habita otra red de significados que refieren al concepto de investigación y que, como hemos podido constatar, forma parte importante de la manera de sentir, percibir y vivir la carrera que estudian.

El significado

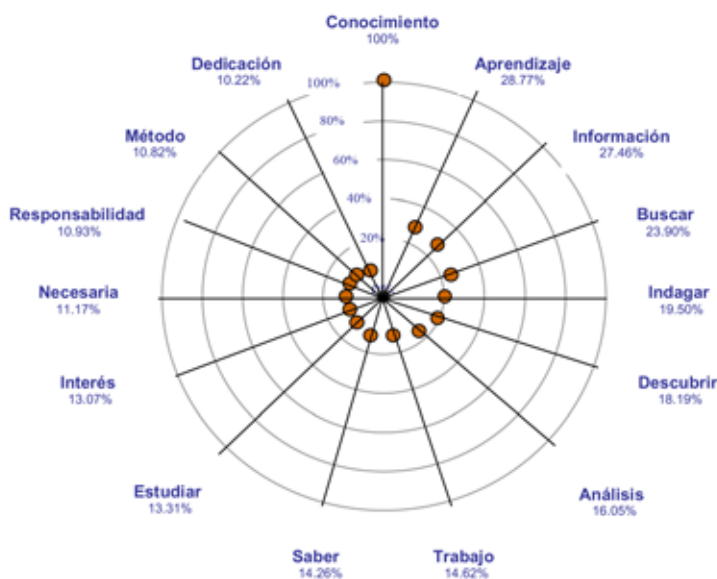
de la investigación

Esta red de significados también se caracterizó por mostrar una gran riqueza en cuanto a las asociaciones que los estudiantes utilizaron para definir su noción de la *investigación*, que sumaron 309 palabras definidoras que forman la generatriz de este concepto (Anexo 5).

Siguiendo el mismo orden de presentación de los resultados del inciso anterior, en el siguiente cuadro se muestran los principales valores que surgieron del procesamiento básico de la información y la representación gráfica del núcleo central de la red. Contiene las 15 palabras definidoras que tuvieron el mayor nivel de ocurrencia con su correspondiente peso semántico (valor M), la frecuencia y el indicador de distancia semántica entre cada una de ellas (valor FMG, expresado en porcentajes, de modo que el término que obtuvo el valor M más alto se le asigna el 100% y representa la total cercanía que ese concepto tiene con el estímulo definido).

Conjunto SAM - INVESTIGACIÓN

	Palabra definidora	Valor semántico (Valor M*)	Frecuencia	Valor FMG
1	Conocimiento	841	93	100%
2	Aprendizaje	242	29	28.77%
3	Información	231	28	27.46%
4	Buscar	201	24	23.90%
5	Indagar	164	18	19.50%
6	Descubrir	153	19	18.19%
7	Análisis	135	17	16.05%
8	Trabajo	123	17	14.62%
9	Saber	120	15	14.26%
10	Estudiar	112	14	13.31%
11	Interés	110	13	13.07%
12	Necesaria	94	11	11.17%
13	Responsabilidad	92	12	10.93%
14	Método	91	12	10.82%
15	Dedicación	86	11	10.22%
...
309
Valor J



Tanto en el conjunto SAM como en su representación gráfica resalta a simple vista el gran peso que obtuvo el *conocimiento* como la principal asociación semántica con el concepto de *investigación*. Se puede advertir también la muy considerable distancia que hay entre el *conocimiento* y el resto de palabras definidoras que conforman el centro de significado de la *investigación*, cuya primera y prácticamente única acepción que ofrece el diccionario es acción y efecto de *investigar*, que a su vez se define como hacer diligencias para *descubrir* algo y realizar actividades intelectuales y experimentales de modo sistemático con el propósito de aumentar los *conocimientos* sobre una determinada materia (DRAE).

Esta acepción asocia de manera explícita a la investigación como una actividad que implica *descubrir* y *conocer*, e implícitamente con otros términos que tienen un significado muy cercano como *indagar* y *buscar*, que suelen ser utilizados como sinónimos, y *saber*; como equivalente de *conocer*. Adicionalmente, se puede interpretar que los estudiantes relacionan la investigación con:

- El *aprendizaje* o con su interés en *aprender*, que se define como adquirir el *conocimiento* de algo por medio del *estudio* o de la experiencia;

- La *información*, en tanto materia prima para acceder a un determinado *conocimiento*, tomar decisiones o como base de la acción de las personas;
- El *análisis*, que supone distinguir y separar las partes de un todo para *conocer* sus principios o elementos;
- El *trabajo*, que aunque pudiera estar relacionada con la expectativa de algunos estudiantes por alcanzar una ocupación profesional en el ámbito de la investigación, parece más bien representar un sentido relacionado con el esfuerzo, la *dedicación*, el empeño y hasta alguna dificultad que puede implicar el quehacer investigativo, particularmente en el contexto de su formación profesional;
- El *estudio* o estudiar, que se asume como un ejercicio del entendimiento para alcanzar a comprender algo o lograr un aprendizaje;
- La *responsabilidad*, por cuanto constituye el valor central de la dimensión ética que los estudiantes asignan a su carrera en general y a la investigación en particular;
- El *método* o los métodos, que designan el modo o procedimiento de hacer la investigación en forma ordenada y sistemática;
- El interés que los estudiantes señalan puede tener dos sentidos: primero, el que le otorga a la investigación la cualidad de interesante y, segundo, el que les permite hacer notar que la investigación debe despertar su interés o responder a sus *intereses personales*, es decir, como una condición más adecuada para aprender a investigar;
- La principal valoración de los estudiantes que perciben la investigación como *necesaria*, entre otras consideraciones positivas y negativas que le asignan.

Sin embargo, ésta es apenas una interpretación inicial, puesto que refiere únicamente a las principales asociaciones que conforman el núcleo central de la red semántica. Fuera de éste quedaron la mayor cantidad de palabras definidoras que poseen en conjunto una gran riqueza de significados que fueron recuperados durante el proceso de categorización. De modo similar a la red semántica de *comunicación*, en este ejercicio de construcción de categorías, además del propósito de agrupar a las palabras definidoras por afinidad semántica, los conjuntos resultantes fueron nombrados también como componentes de los significados que los estudiantes tienen acerca de la *investigación*. Surgieron así los siguientes –coincidentemente también nueve– componentes, anotados en orden de mayor a menor en función del peso semántico que acumularon: el *cognoscitivo* (50.98%); el *formativo*

(18.09%); el *valorativo* (9.58%); el *sociocultural* (5.46%); el *teórico-metodológico* (4.29%); el *laboral* (2.23%); el *comunicacional* (2.02%); el *instrumental* (1.64%); y el *ético* (1.54%).

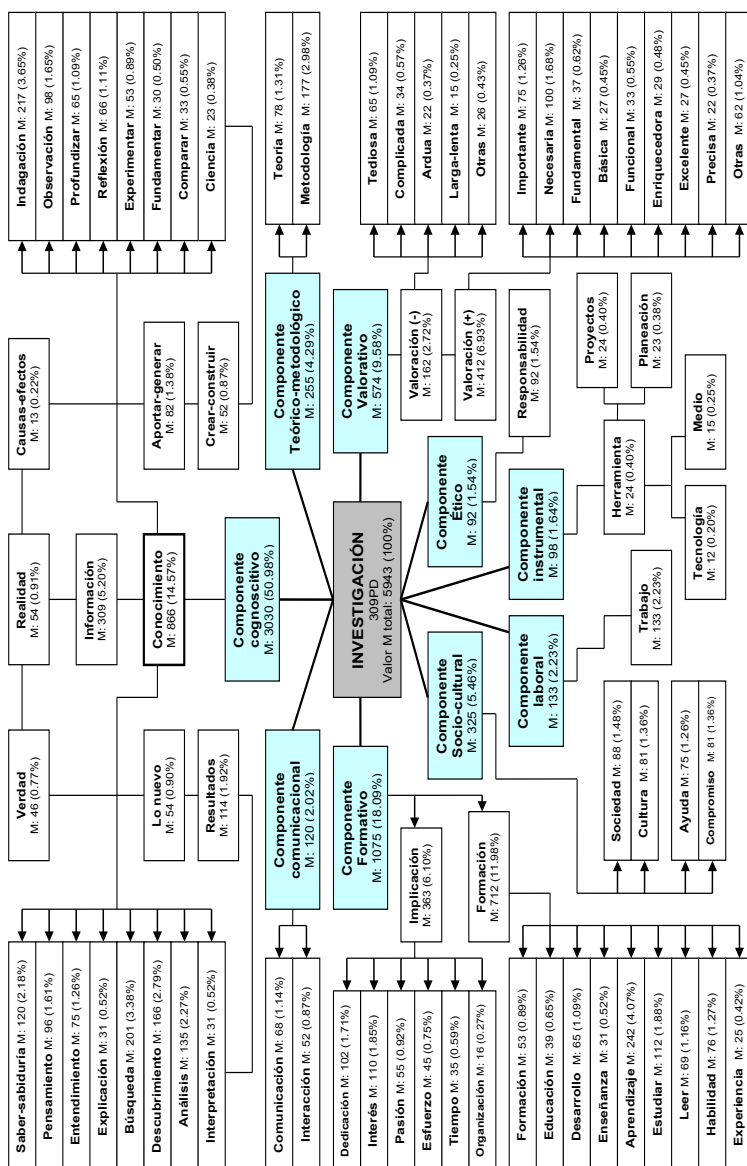
De todos ellos, como puede apreciarse con una rápida revisión comparativa, al menos seis componentes de las dos redes semánticas coinciden en el tipo de contenido y, por esa razón, en la forma de ser nombrados, lo que permite identificar algunas similitudes y diferencias, inclusiones y exclusiones, en la configuración de significados asociados con la *comunicación y con la investigación*.

De igual manera que en el análisis de la red semántica sobre la comunicación, a partir de haber realizado el proceso de categorización se procedió a diseñar y a elaborar el mapa conceptual o semántico que muestra las palabras definidoras normalizadas –de conformidad con el procedimiento explicado en el capítulo anterior– que integran los diferentes componentes y las relaciones lógicas entre ellos para dar cuenta de la representación social de los estudiantes acerca de la *investigación*.

Como ya se pudo apreciar con fuerza y claridad en el análisis del conjunto SAM, en el componente cognoscitivo aparece el *conocimiento* como centro articulador del significado más cercano a la noción de *investigación* que tienen los estudiantes. Tanto que *conocimiento* es la palabra que obtuvo el mayor peso semántico y el más alto nivel de ocurrencia de esta red, seguida por el término *información* que, como también hemos dicho, mantiene una relación estrecha con el *conocimiento* de modo que en muchas ocasiones se utilizan indistintamente, aunque existan elementos para diferenciarlos. Suele asumirse que la *información* es la antesala del *conocimiento*, en tanto éste requiere de aquella como materia prima para construir formas de entender y explicar la realidad. Y es que los mismos estudiantes al asociar la *investigación* con la *información* utilizan también términos como *informativa*, *datos* y *sistematización*, así como la frase *manejo de datos*, que aluden a esa dimensión material que sirve de insumo en el proceso de construcción del *conocimiento*.

Asimismo, los estudiantes relacionan la *investigación* con una multiplicidad de palabras cuyo significado está indisolublemente ligado con el *conocimiento*, que opera así como eje articulador de diversos procesos mentales y facultades intelectuales o racionales que están implicados en su obtención.

Mapa semántico de la representación de los estudiantes acerca de la *investigación*



COMPONENTE COGNOSCITIVO

	Palabra	Valor M*	Valor FMG**
1	Conocimiento	866	14.57%
2	Información	309	5.20%
3	Saber-sabiduría	120	2.18%
4	Pensamiento	96	1.61%
5	Entendimiento	75	1.26%
6	Explicación	31	0.52%
7	Búsqueda	201	3.38%
8	Descubrimiento	166	2.79%
9	Análisis	135	2.27%
10	Interpretación	31	0.52%
11	Indagación	217	3.65%
12	Observación	98	1.65%
13	Profundizar	65	1.09%
14	Reflexión	66	1.11%
15	Experimentar	53	0.89%
16	Fundamentar	30	0.50%
17	Comparar	33	0.55%
18	Ciencia	23	0.38%
19	Verdad	46	0.77%
20	Realidad	54	0.91%
21	Causas-efectos	13	0.22%
22	Aportar-generar	82	1.38%
23	Crear-construir	52	0.87%
24	Resultados	114	1.92%
25	Lo nuevo	54	0.90%

* El valor M es el peso semántico de cada palabra definidora.

** El valor FMG muestra la distancia semántica que hay entre las diferentes palabras que conforman una red semántica.

Puede notarse que los términos *indagación* y *búsqueda* son las palabras que tienen el peso semántico más alto. Indagar es intentar averiguar e inquirir algo discurriendo o mediante preguntas; buscar es hacer lo necesario para hallar o conseguir algo.

Los términos *saber* y *sabiduría*, que los estudiantes precisaron con la expresión *saber más*, remiten a dos niveles de un mismo significado: saber

como tener conocimiento o ser docto en algo; sabiduría como conocimiento profundo de las cosas en el ámbito de las ciencias, las letras o las artes.

Además, los estudiantes ven a la *investigación* como un ejercicio del *pensamiento*, que supone poner en juego la facultad de *pensar* para imaginar, considerar, discurrir, reflexionar y examinar algo con cuidado. Utilizan también otros vocablos íntimamente ligados: *inteligencia*, que refiere a la capacidad para conocer, entender y comprender algo o, incluso, la capacidad de resolver problemas; *mente*, que indica potencia intelectual del pensamiento que permite la actividad de tipo cognitivo de las personas; *racionalidad*, relativa a la razón; y *razonar*, que es discurrir, ordenando ideas en la mente para llegar a una conclusión; el término *ideas* y la expresión *hilar buenas ideas* que evocan actos del entendimiento que se limitan al conocimiento de algo, imágenes o representaciones que de un objeto percibido quedan en la mente; y *criterio*, que significa norma, juicio o discernimiento para conocer la verdad.

En la misma línea, los estudiantes asocian a la *investigación* con palabras que son complemento una de la otra: *entendimiento y comprensión*, las cuales posibilitan concebir y penetrar en el conocimiento de las cosas; *explicar y aclarar*, que están orientadas a la intención de hacer más perceptible la realidad o a revelar y dar a conocer las causas de algo; *buscar y descubrir* que apuntan a la acción de ir al encuentro de lo que está oculto, cubierto o que se ignora; *analizar e interpretar*, que permiten distinguir la composición de las cosas para encontrarles sentido.

Otros vocablos utilizados en esta misma categoría son: *observar y observación*, que remiten a mirar atentamente o examinar con atención; *profundizar*, que denota ir al fondo de las cosas, ahondar, discurrir con la mayor atención y examinar o penetrar algo para llegar a su mejor conocimiento; *reflexionar y reflexión*, que implican pensar y considerar nueva o detenidamente algo; *experimentar, experimentación y comprobar*, que en su sentido amplio comparten la idea de examinar, probar y demostrar las propiedades de un objeto estudiado, aunque también remiten al significado particular del método de investigación que se basa en la provocación y estudio de los fenómenos; *fundamentar y argumentar*, que suponen establecer los principios o razonamientos que permiten afirmar, afianzar, asegurar o demostrar algo; *comparar y comparación*, que remiten a la acción o el resultado de fijar la atención en dos o más objetos para descubrir sus relaciones o estimar sus diferencias o semejanza; y también, aunque con una frecuencia mínima y un bajo peso semántico, aparecieron las palabras *ciencia, científicos y científicidad*, que aluden, la primera, al conocimiento

obtenido mediante la observación y el razonamiento, sistemáticamente estructurado y del que se deducen principios y leyes generales; la segunda, a quién se dedica a ella o que tiene que ver con las exigencias de precisión y objetividad propias de la metodología de las ciencias; y la tercera, a la cualidad de científico porque cumple con tales exigencias.

La vertiente cognoscitiva del significado de la noción de *investigación* que tienen los estudiantes se completa con otros términos que también están anclados al conocimiento como eje articulador de su sentido: la realidad, que refiere por un lado a ese complejo e inagotable mundo de posibilidades por conocer y, por otro, a la existencia real, efectiva y verdadera de las cosas; la verdad, que implica conformidad entre las cosas reales y el concepto que de ellas se tiene, o entre lo que se dice y lo que se siente o piensa de algo; lo nuevo, que remite a características u orientaciones que debe poseer el conocimiento que es producto del quehacer investigativo y que incluye vocablos y expresiones afines como *nuevo*, *novedad*, *innovación*, *algo nuevo*, *ideas nuevas* y *renovación*; el rubro *aportar-generar*, que asocia a la *investigación* con *aportación de ideas*, *proponer ideas*, *generadora* y *generar conocimiento*; el eje *crear-construir*, que concibe a la *investigación* como *creación*, *producción*, *construcción* y *construcción social* del conocimiento; las causas y efectos de los fenómenos conocidos o por conocer; y, por último, los resultados, que describen el punto de llegada de la investigación en términos de resultado, *producto*, *solución*, *resolución del problema*, *respuesta* y *conclusión*.

En el componente formativo, segundo en peso semántico, se agrupan los significados con que los estudiantes asocian a la investigación con su proceso de formación en dos subcategorías: *formación* e *implicación*.

En la primera, además del término *formación*, que se entiende como acción o efecto de formar o formarse, aparecen otros que relacionan la investigación con palabras como *aprendizaje*, que tiene el más alto valor semántico de esta categoría y que, como ya se ha señalado, remite a la adquisición del conocimiento a través del estudio o de la experiencia; *estudiar*, como una vía para aprender que aparece también como *estudios* y *estudiar más*; *experiencia*, que complementa lo que se estudia y aprende; *habilidad*, que sugiere el desarrollo de una capacidad y la disposición para hacer algo; *leer*, que aparece junto con *libros* y *lectura*, lo que parece indicar un aspecto muy importante entre las diversas actividades que debe realizar el que estudia y se forma, en este caso como comunicador; *desarrollo*, que incluye también *avance*, *crecimiento* y *superación*; y con menor nivel de ocurrencia *educación* y *enseñanza*, que aluden también a dos conceptos que

COMPONENTE FORMATIVO

Formación			
	Palabra	Valor M*	Valor FMG**
1	Formación	53	0.89%
2	Educación	39	0.65%
3	Desarrollo	65	1.09%
4	Enseñanza	31	0.52%
5	Aprendizaje	242	4.07%
6	Estudiar	112	1.88%
7	Leer	69	1.16%
8	Habilidad	76	1.27%
9	Experiencia	25	0.42
Implicación			
10	Dedicación	102	1.71%
11	Interés	110	1.85%
12	Pasión	55	0.92%
13	Esfuerzo	45	0.75%
14	Tiempo	35	0.59%
15	Organización	16	0.27%

* El valor M es el peso semántico de cada palabra definidora.

** El valor FMG muestra la distancia semántica que hay entre las diferentes palabras que conforman una red semántica.

en su acepción más amplia y su uso coloquial remiten al sentido formativo que los estudiantes otorgan a la investigación en el marco de la educación que reciben en la escuela.

En la segunda subcategoría, los estudiantes incluyen palabras que refieren a diversos aspectos que dan cuenta de la implicación necesaria que les hace asignar a la investigación un papel importante dentro de su formación: *dedicación*, en cuanto a ocuparse en ella tan intensamente como les sea posible; *interés*, que presenta la investigación como algo que es interesante y, además, como algo que en la medida que responda a sus intereses personales se pueden involucrar más en ella y, en tal forma, la investigación efectivamente contribuye a su formación; *pasión*, por cuanto a unos pocos les parece *apasionante* o les despierta emoción o *entusiasmo*; así como la idea de que la investigación implica *esfuerzo* y *sacrificio*, *tiempo* y *organización* para llevarla a cabo.

Por su peso semántico acumulado, la tercera categoría fue el componente valorativo que se conformó con dos subcategorías: las valoraciones de los estudiantes sobre la investigación con orientación positiva y las valoraciones con enfoque negativo.

COMPONENTE VALORATIVO

Valoración positiva			
	Palabra	Valor M*	Valor FMG**
1	Importante	75	1.26%
2	Necesaria	100	1.68%
3	Fundamental	37	0.62%
4	Básica	27	0.45%
5	Funcional	33	0.55%
6	Enriquecedora	29	0.48%
7	Excelente	27	0.45%
8	Precisa	22	0.37%
9	Otras	62	1.04%
Valoración negativa			
10	Tediosa	65	1.09%
11	Complicada	34	0.57%
12	Ardua	22	0.37%
13	Larga-lenta	15	0.25%
14	Otras	26	0.43%

* El valor M es el peso semántico de cada palabra definidora.

** El valor FMG muestra la distancia semántica que hay entre las diferentes palabras que conforman una red semántica.

Entre las valoraciones positivas, algunos estudiantes destacan primordialmente que la investigación es necesaria y hasta indispensable; seguida por quienes consideran que es simplemente importante; luego que también es fundamental o esencial; básica, con expresiones adicionales como fuente básica y pilar base; funcional, eficaz y útil; enriquecedora y generosa; excelente y de calidad; precisa y detallada; y entre otras con una sola mención aparece que la investigación es todo, estratégica, fácil, segura, da certeza, es objetiva, valorada y clara.

Entre las valoraciones negativas los estudiantes califican a la investigación principalmente con palabras como tediosa, aburrida, cansada y enfadosa; enseguida como complicada, ardua, larga y de proceso lento; y agrupadas en otras aparecen términos como insatisfacción, celosa, ambi-

ciosa y desaprovechada. Todos estos adjetivos podrían servir para sostener que aunque algo sea definido como muy valioso o de enorme importancia y utilidad, puede también no gustar o no ser objeto de disfrute y satisfacción.

Estas dos orientaciones valorativas no son necesariamente excluyentes, en virtud de que, sólo por ejemplificar, la investigación puede ser considerada necesaria e importante y, al mismo tiempo, ser percibida como tediosa y enfadosa. Por el contrario, todas las valoraciones positivas expresadas pueden perfectamente coexistir con las valoraciones negativas que los estudiantes señalaron sin que ello implique contradicción alguna. Empero, esta parte de la representación social de los estudiantes, que se relaciona con las actitudes hacia la investigación, puede abrir a partir de estas valoraciones un pertinente espacio para la reflexión sobre esa coexistencia a la luz de otros elementos de análisis, como se podrá apreciar en los resultados de los grupos de discusión.

COMPONENTE SOCIO-CULTURAL

	Palabra	Valor M*	Valor FMG**
1	Sociedad	88	1.48%
2	Cultura	81	1.36%
3	Ayuda	75	1.26%
4	Compromiso	81	1.36%

* El valor M es el peso semántico de cada palabra definidora.

**El valor FMG muestra la distancia semántica que hay entre las diferentes palabras que conforman una red semántica.

La cuarta categoría con relación al peso total de las palabras que conformaron esta red semántica es el componente sociocultural en el que aparecen agrupaciones de palabras que los estudiantes asocian con la investigación: la sociedad y la cultura. En la primera se incluyen los vocablos gente, labor social, sociólogos y las expresiones sociedad-rubros y lo social; en la segunda, aparecen los términos cultura y culturas. Esto parece ser indicativo de la naturaleza de la investigación que se realiza en el contexto particular de la formación de comunicadores que delimita este trabajo, una investigación con orientación social que enfatiza el estudio de la cultura. Lo sociocultural remite a estudios que incluyen tanto las estructuras sociales como la cultura que contribuye a caracterizarlas. Para ello, esta integración conceptual contempla el estudio de fenómenos socioculturales que surgen de la interacción entre los individuos y entre éstos y el medio que los rodea, desde el punto de vista de las implantaciones sociales y sus manifestaciones culturales.

En esta misma categoría se incluyen dos asociaciones que tienen una muy definida inclinación a lo social, por lo cual se agruparon aquí. Se trata de las ideas de ayuda y compromiso, que fueron expresadas en términos como apoyo, ayudar, contribuir, fomentar, dar y contribución, en el caso de la primera; y como comprometer, comprometerse y compromiso, en la segunda. Pareciera que con ambas ideas los estudiantes expresaran una especie de sentido de obligación para orientar sus esfuerzos a la atención de problemas que afectan a la sociedad, el compromiso de buscar alternativas de solución y de mejorar las condiciones sociales de su entorno.

COMPONENTE TEÓRICO-METODOLÓGICO

	Palabra	Valor M*	Valor FMG**
1	Teoría	78	1.31%
2	Metodología	177	2.98%

* El valor M es el peso semántico de cada palabra definidora.

**El valor FMG muestra la distancia semántica que hay entre las diferentes palabras que conforman una red semántica.

En esta quinta categoría se incluyen dos asociaciones que hicieron los estudiantes al evocar el significado de la investigación: la teoría y la metodología. La teoría aparece tanto en singular y plural como en el verbo teorizar para dar la idea de la parte de elaboración y sustento conceptual que requiere la investigación, pero también insinúa la consideración que tienen algunos de que, en virtud de ese requerimiento, investigar es una cosa muy teórica que tiene poco o nulo sentido práctico.

La metodología, por su parte, aparece como una variada agrupación de términos: método y métodos, metodología y metodologías, metódica y ordenada, técnica, entrevistas, muestras, procedimientos e hipótesis, así como las expresiones usar un método y trabajo de campo, que constituyen un recuento de aspectos que son considerados como parte del diseño y desarrollo de una investigación.

La sexta categoría denominada componente laboral se integró sólo por

COMPONENTE LABORAL

	Palabra	Valor M*	Valor FMG**
1	Trabajo	133	2.23%

* El valor M es el peso semántico de cada palabra definidora.

** El valor FMG muestra la distancia semántica que hay entre las diferentes palabras que conforman una red semántica.

las palabras, trabajo y trabajar, y la expresión forma de autoempleo, que remite a la consideración que tienen algunos estudiantes –muy pocos, por cierto– de que la investigación puede constituir un ámbito en el que pudieran eventualmente desempeñar su profesión. Sin embargo, también hay quien sugiere que ante las dificultades para encontrar trabajo en alguna de las áreas de inserción profesional de su carrera, la investigación puede representar una manera de autoemplearse, posiblemente mediante la presentación y la gestión de proyectos en el marco de convocatorias de instituciones que promueven y apoyan con recursos económicos la realización de programas de investigación o intervención social.

COMPONENTE COMUNICACIONAL

	Palabra	Valor M*	Valor FMG**
1	Comunicación	68	1.14%
2	Interacción	52	0.87%

* El valor M es el peso semántico de cada palabra definidora.

**El valor FMG muestra la distancia semántica que hay entre las diferentes palabras que conforman una red semántica.

El componente comunicacional, que es la séptima categoría en función de su valor semántico prácticamente marginal, está conformado por los términos comunicación, comunicar, comunicarte, interacción, interactuar y relación, que remiten a la primera acepción y los principales significados denotativos del concepto comunicación. Su presencia en esta red parece indicar que la investigación se relaciona con la comunicación por la idea de algunos estudiantes de que la investigación requiere de la comunicación para dar a conocer los resultados, o bien de que investigar, en tanto actividad generadora de información y conocimientos, es una condición necesaria para comunicar. Así, la investigación se percibe como la base de la comunicación. Asimismo, la investigación se asocia con la visión relacional de la comunicación por cuanto aquella supone interactuar con otras

COMPONENTE INSTRUMENTAL

	Palabra	Valor M*	Valor FMG**
1	Herramienta	24	0.40%
2	Teconología	12	0.20%
3	Medio	15	0.25%
4	Proyectos	24	0.40%
5	Planeación	23	0.38%

* El valor M es el peso semántico de cada palabra definidora.

** El valor FMG muestra la distancia semántica que hay entre las diferentes palabras que conforman una red semántica.

personas, dentro y fuera del entorno escolar, y con la parcela de realidad que se aborde en un determinado proyecto.

En el componente instrumental algunos estudiantes –cada vez menos– conceden a la investigación un papel que la concibe como herramienta de trabajo; como tecnología para acceder, procesar y presentar información; como medio para alcanzar objetivos cognoscitivos o transformacionales, para fundamentar proyectos o brindar elementos de soporte a la planeación de actividades o programas.

COMPONENTE ÉTICO

	Palabra	Valor M*	Valor FMG**
1	Responsabilidad	92	1.54%

* El valor M es el peso semántico de cada palabra definidora.

** El valor FMG muestra la distancia semántica que hay entre las diferentes palabras que conforman una red semántica.

La novena y última categoría de esta red está constituida por la única asociación semántica que remite a la dimensión ética de la investigación y que se expresó con la palabra responsabilidad. Aunque como categoría obtuvo el menor peso semántico es preciso reconocer que como palabra obtuvo un nivel de ocurrencia que lo hace sobresalir por encima de muchos términos individualmente considerados en los componentes ya analizados.

Ya se ha dicho aquí antes que la responsabilidad constituye el valor central de la dimensión ética que los estudiantes asignan a su carrera en general y a la investigación en particular. Por ello, a modo de colofón de este apartado, resulta ilustrativa de esta dimensión ética de la investigación una expresión de un estudiante de 22 años del 7° semestre de la carrera: Con la investigación se ve lo que otros no ven, es decir, significa tener el compromiso de buscar alternativas sustentables de crecimiento colectivo y a la vez personal. Significa asumir la responsabilidad de hacer algo que ayude a mejorar las condiciones sociales en mi comunidad, en mi entorno.

No está de más aclarar que en las dos redes semánticas construidas en este trabajo, se tomaron en cuenta las respuestas a las preguntas orientadoras, que fueron de gran utilidad para identificar el significado de las palabras definidoras, sobre todo en aquéllas que planteaban mayor confusión o varias posibilidades de sentido; al proporcionar expresiones más amplias, las respuestas a las preguntas abiertas también sirvieron de ayuda para contextualizar los significados, apoyar la conformación de las categorías semánticas, diseñar los mapas conceptuales y, consecuentemente, para entender mejor el significado global de las representaciones sociales de los estudiantes.

Reflexiones

finales

La forma de aproximación teórica, metodológica y técnica en que se basó este trabajo permitió efectivamente caracterizar las representaciones sociales de los estudiantes acerca de la investigación en el proceso de formación profesional de los comunicadores en la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima.

La comprensión teórica del objeto de estudio desde la perspectiva de las representaciones sociales fue muy útil porque permitió comprender la forma en que los estudiantes conciben la investigación como componente de su formación. De manera más específica, permitió analizar el contenido de sus representaciones, la información y los conocimientos de que disponen, las actitudes y valoraciones que asumen y las imágenes o esquemas que dan cuenta del significado global de su representación.

Asimismo, la utilidad de las redes semánticas naturales como recurso metodológico y técnico para explorar el significado de los estudiantes acerca de la *comunicación* y de la *investigación* quedó evidenciada al posibilitar la obtención de los diferentes valores de las asociaciones semánticas de ambos conceptos, la conformación de categorías y la construcción de mapas conceptuales.

En estos resultados se manifiesta que los estudiantes poseen una gran riqueza semántica, una diversidad de información y una fuerte implicación en la representación de su carrera y de la investigación. Por un lado, asocian a la *comunicación*, de manera prioritaria, con su *formación* profesional (componente formativo) y, en un segundo nivel de importancia, con una visión *relacional, sociocultural e instrumental* de la carrera. Con menor presencia, aparecen otros componentes de significado que vinculan la comunicación con el *conocimiento*, la *expresión*, el *trabajo* y la *dimensión ética* que asignan a la profesión. La comunicación es también valorada como importante, esencial, necesaria y hasta vital, lo que revela una fuerte implicación así como una actitud muy favorable sobre la carrera que estudian.

Por otro lado, relacionan a la *investigación*, de manera predominante, con su significado prototípico: el *conocimiento*, que reúne el mayor peso semántico, articula la gran diversidad de asociaciones y constituye el nodo más importante de la red. El componente cognoscitivo incluye el *saber* y el *pensamiento*, el *entendimiento* y la *explicación*, la *búsqueda* y el *descubrimiento*, el *análisis* y la *interpretación*, la *indagación* y la *observación*, entre otras de menor peso dentro de esta agrupación semántica. En segundo

lugar destaca la relación de la investigación con su componente formativo, es decir, con su *formación*, su *desarrollo* y su *aprendizaje*, lo que también revela una fuerte implicación de los estudiantes con su estudio en términos de la *dedicación*, *interés*, *pasión*, *esfuerzo* y *tiempo* que les exige. La investigación también aparece asociada a una visión de lo *socio-cultural*, lo *teórico metodológico* y, con mucho menor peso, con lo *comunicacional*, lo *laboral*, lo *instrumental* y lo *ético*, este último expresado como una gran *responsabilidad* hacia su carrera en particular y hacia la sociedad en general. En el componente valorativo de la investigación aparecen asociaciones que tienen una orientación tanto positiva como negativa; las positivas tienen mayor peso y la consideran *importante*, *fundamental*, *funcional*, *enriquecedora* y *excelente*; las negativas la definen como *tediosa*, *complicada*, *ardua* y *lenta*.

De este modo, la estrategia metodológica seguida con el uso de las RSN dio cuenta de la riqueza semántica y discursiva con que los estudiantes construyen sus representaciones sobre objetos sociales con los que están fuertemente implicados.

Sin duda, en el contexto que se analizó, la investigación desempeña un papel con un alto reconocimiento como componente curricular de la formación de comunicadores. Sin embargo, paralelamente tiene un reconocimiento muy bajo como opción de desarrollo profesional para quienes están cursando la carrera.

Para terminar, es preciso señalar que el papel de la investigación en la formación de los comunicadores constituye sólo uno de los múltiples objetos que es pertinente conocer desde la perspectiva de las representaciones sociales. Otras áreas de formación, componentes curriculares o temas afines al perfil y al campo de acción del comunicador, podrían ser abordados para entender el significado, las actitudes, la importancia y la utilidad que tienen los estudiantes sobre los más diversos aspectos de la carrera.

Específicamente sobre el papel que juega la investigación es necesario tomar en cuenta las representaciones sociales de otros actores como son los profesores de la carrera, en particular los que están relacionados directamente con este componente curricular; igual de interesante sería considerar a los egresados para conocer el sentido de la investigación en la formación del comunicador desde la óptica del ejercicio profesional.

En una aspiración más amplia, tales posibilidades podrían enriquecerse si nuevos estudios contemplan generar información empírica de varios contextos escolares y sus diversos actores. Esto posibilitaría comparar las representaciones sociales de objetos relacionados con la formación del comunicador.

Anexo 1

Matriz de operacionalización para caracterizar las representaciones sociales de los estudiantes acerca de la investigación en la formación de los comunicadores

Dimensiones	Variables	Indicadores	Ítems
Información			
Cúmulo de conocimientos que un individuo o grupo tiene respecto de una situación o aspecto	Riqueza y variedad de datos y explicaciones	Concepción del comunicador	Red semántica Palabras-estímulo:
	Origen de la información	Concepción de la investigación	Comunicador Investigación
Actitud			
Predisposición de las personas para valorar favorable o desfavorablemente algún objeto o aspecto	Nivel de implicación	Valoraciones acerca de la carrera	Red semántica ¿Cuál es la relación o el sentido que tiene la investigación en tu formación como comunicador(a)?
	Orientación	Valoraciones acerca de la investigación	
Las imágenes o el campo de representación			
Núcleo figurativo, resultado de la transformación de los contenidos conceptuales en imágenes del objeto o aspecto	Jerarquización de los contenidos	Asociaciones conceptuales	Sentido de la investigación en la formación del(a) comunicador
		Jerarquía o importancia	Relación con:
	Imágenes concretas	Relaciones	Intereses académicos Expectativas profesionales

Anexo 2

CUESTIONARIO DE RED SEMÁNTICA UTILIZADO EN LA APLICACIÓN PILOTO

Esta investigación tiene como objetivo conocer algunos aspectos sobre el significado que tienen los estudiantes acerca de la investigación en el contexto de la formación profesional de comunicadores. Mucho agradecemos tu cooperación.

Carrera _____ Grupo _____ Sexo _____ Edad _____

INSTRUCCIONES: Primero anota cinco palabras que relaciones con las siguientes frases. Después, utilizando el paréntesis, enumera las palabras en orden de importancia, del 1 al 5, considerando el 1 para la más importante, cercana o parecida y el 5 para la que sea menos. Por favor, anota sólo una palabra por línea.

Ejemplo:	
Para mí, la televisión es:	
Información	(2)
Entretención	(1)
Publicidad	(5)
Deportes	(3)
Telenovelas	(4)

Para mí, la comunicación es:

_____ ()
_____ ()
_____ ()
_____ ()
_____ ()

Para mí, la investigación es:

_____ ()
_____ ()
_____ ()
_____ ()
_____ ()

¿Qué significa para ti ser comunicador?

¿Qué significa para ti la investigación?

¿Cuál es el papel que tiene la investigación para el comunicador social?

Anexo 3

CUESTIONARIO DE RED SEMÁNTICA UTILIZADO EN LA APLICACIÓN REAL

Esta investigación tiene como objetivo conocer y representar los significados que los estudiantes tienen acerca de la investigación en el contexto de la formación profesional de comunicadores. Muchas gracias por tu colaboración.

Carrera _____ Grupo _____ Sexo _____ Edad _____

INSTRUCCIONES: Primero anota cinco palabras que relaciones con las siguientes frases. Después, utilizando el paréntesis, enumera las palabras en orden de importancia, del 1 al 5, considerando el 1 para la más importante, cercana o parecida y el 5 para la que sea menos. Por favor, anota sólo una palabra por línea.

Ejemplo:

Para mí, la familia es:

Amor	(1)
Unidad	(4)
Padres	(2)
Hogar	(5)
Hermanos	(3)

Para mí, la comunicación es:

_____ ()
 _____ ()
 _____ ()
 _____ ()
 _____ ()

Para mí, la investigación es:

_____ ()
 _____ ()
 _____ ()
 _____ ()
 _____ ()

¿Qué significa para ti ser comunicador?

¿Qué significa para ti la investigación?

¿Cuál es la relación o sentido que tiene la investigación en tu formación de comunicador?

Anexo 4 - Generatriz de Comunicación

#	Palabra definidora	"M"	#	Palabra definidora	"M"	#	Palabra definidora	"M"
1	Interacción	234	37	Compartir	37	73	Respeto	19
2	Información	187	38	Comprensión	37	74	Mensaje	19
3	Investigación	161	39	Hablar	36	75	Campo Estudio	18
4	Expresión	133	40	Expresar	34	76	Escuchar	18
5	Conocimiento	118	41	Necesidad	34	77	Fundamental	18
6	Trabajo	117	42	Herramienta	33	78	Proceso	18
7	Informar	101	43	Interesante	32	79	Gusto	17
8	Cultura	92	44	Convivencia	29	80	Habilidad	17
9	Medios	85	45	Gente	29	81	Leer	17
10	Sociedad	83	46	Amor	28	82	Profesión	17
11	Compromiso	78	47	Ideas	26	83	Difundir	17
12	Unidad	78	48	Mensajes	26	84	Pensar	17
13	Relaciones	77	49	Poder	26	85	Mi Profesión	17
14	Responsabilidad	76	50	Publicidad	26	86	Razonamiento	17
15	Comunicación	74	51	Servicio	26	87	Conexión	17
16	Interactuar	72	52	Analizar	26	88	Habla	17
17	Diálogo	68	53	Medio	26	89	Éxito	16
18	Personas	62	54	Ciencia	25	90	Integración	16
19	Comunicar	62	55	Difusión	25	91	Movimiento	16
20	Importante	61	56	Superación	25	92	Orientar	16
21	Ayuda	59	57	Análisis	24	93	Proyección	16
22	Desarrollo	58	58	Estudiar	24	94	Sentimientos	16
23	Indispensable	58	59	Veracidad	24	95	Socializar	16
24	Necesaria	56	60	Verdad	24	96	Vida	16
25	Investigar	56	61	Ayudar	24	97	Escribir	16
26	Transmitir	51	62	Lenguaje	23	98	Informativa	16
27	Entendimiento	50	63	Relacionarse	23	99	Participación	15
28	Formación	49	64	Grupos	22	100	Práctica	15
29	Relación	48	65	Observar	22	101	Convivir	15
30	Conocer	47	66	Estudio	22	102	Transmisión	15
31	Pasión	43	67	Creatividad	21	103	Apoyo	15
32	Organización	42	68	Disciplina	21	104	Comunidad	14
33	Aprendizaje	42	69	Carrera	20	105	Cuestionar	14
34	Esencial	39	70	Compañerismo	20	106	Innovación	14
35	M. Comunicación	39	71	Entrega	20	107	Labor social	14
36	Aprender	37	72	Tecnología	20	108	Teoría	14

#	Palabra definidora	"M"	#	Palabra definidora	"M"	#	Palabra definidora	"M"
109	Socialización	14	145	Básica	10	181	Mediar	9
110	Medios de Com.	14	146	Me Gusta	10	182	Organizativa	9
111	Crear	13	147	Ser Humanístico	10	183	Persona	9
112	Retroalimentación	12	148	Intercam. Pensam	10	184	Relacion. demás	9
113	Soluciones	12	149	Un Gusto	10	185	Sistema de org.	9
114	Trabajar	12	150	Com. con Pers.	10	186	Superarse	9
115	Unión	12	151	Acercamiento	9	187	Una base	9
116	Vital	12	152	Apertura	9	188	Utilizar los medios	9
117	Aburrida	10	153	Com. Grupal	9	189	Com. a masas	8
118	Actualidad (anál.)	10	154	Conciencia	9	190	Compen. Social	8
119	Atención	10	155	Dedicación	9	191	Compleja	8
120	Búsqueda	10	156	Educación	9	192	Conflicto	8
121	Com. Personal	10	157	Empeño	9	193	Conjunto	8
122	Comunión	10	158	Escuela	9	194	Crecimiento	8
123	Contacto	10	159	Estudio Sociedad	9	195	Énfasis	8
124	Elemental	10	160	Felicidad	9	196	Estrategia	8
125	Estar al día	10	161	Ideas Desord.	9	197	Experiencia	8
126	Estímulo	10	162	Incluyente	9	198	Familia	8
127	Estudio Medios	10	163	Involucrarme	9	199	Fortalecimiento	8
128	Ética	10	164	Libertad	9	200	Hermanos	8
129	Humanidades	10	165	Masas	9	201	Influencia	8
130	Manipulación	10	166	Mi Decisión	9	202	Madurez	8
131	Mediador	10	167	Multifuncional	9	203	Maestros	8
132	Modelo	10	168	Padres	9	204	Noticias	8
133	Multidisciplina	10	169	Pensamiento	9	205	Problemas	8
134	Opinión	10	170	Profesionalismo	9	206	Relación Grupal	8
135	Proyecto de vida	10	171	Realid. (Crítica A)	9	207	Rel. Humanas	8
136	Racionalizar	10	172	Rel.Públicas	9	208	Saber escribir	8
137	Saber Expresarte	10	173	Tolerancia	9	209	Sinceridad	8
138	Saber Hablar	10	174	Universal	9	210	Sobresalir	8
139	Satis. mis neces.	10	175	Ayuda Social	9	211	"Todólogo"	8
140	Sistema	10	176	Expresarme	9	212	Área de estudio	8
141	Desarr. Humano	10	177	Herr. de Trabajo	9	213	Mi carrera	8
142	Lo que me gusta	10	178	Interés	9	214	Comprender	8
143	Apasionante	10	179	Trabajo social	9	215	Conoc. problemas	8
144	Plática	10	280	Lectura	9	216	Enlace	8

Anexo 4 - Generatriz de Comunicación (segunda parte)

#	Palabra definidora	"M"	#	Palabra definidora	"M"	#	Palabra definidora	"M"
217	Experiencias	8	252	Radio	7	287	Horario	6
218	Humanidad	8	253	Rel. otras person.	7	288	Identidad	6
219	Ideales	8	254	Ruptura fronteras	7	289	Imágenes	6
220	Influir	8	255	Saber actuar	7	290	Integridad	6
221	Respetar	8	256	Vía de Comunica.	7	291	Labor	6
222	Forma de convivir	8	257	Viajes información	7	292	Licenciatura	6
223	Difusora	8	258	Confianza	7	293	Maraña	6
224	Expresarse	8	259	Creativo	7	294	Mercadotecnia	6
225	Vínculos	8	260	Enseñar	7	295	Nuevos retos	6
226	Ayudar sociedad	8	261	Producir	7	296	Plan de trabajo	6
227	Comunicarme	8	262	Servicio sociedad	7	297	Preparación	6
228	Acuerdo	7	263	Comunicar Ideas	7	298	Realizar	6
229	Atreverte	7	264	Socializarme	7	299	Resol. conflictos	6
230	Benéfica	7	265	Socializarse	7	300	Responder	6
231	Calificaciones	7	266	Contribuir	7	301	Ser emprendedor	6
232	Claridad	7	267	Adaptación	6	302	Televisión	6
233	Compasión	7	268	Agradable	6	303	Transformación	6
234	Comunicólogos	7	269	Aldea Global	6	304	Trascender	6
235	Controversia	7	270	Amplia	6	305	Valorada	6
236	Crítica	7	271	Armonía	6	306	Vanguardia	6
237	Devalorado	7	272	Audiovisual	6	307	Ver hacia el futuro	6
238	Dialogar	7	273	Confiabilidad	6	308	Divertida	6
239	Elemento útil	7	274	Cordial	6	309	Entenderse	6
240	Enseñanza	7	275	Dar a conocer	6	310	Estrategias	6
241	Entretener	7	276	Desaprovechado	6	311	Fundamentos	6
242	Estructura	7	277	Desenvolverte	6	312	Importancia	6
243	Funcionamiento	7	278	Diversidad	6	313	Noticia	6
244	Global	7	279	Diversión	6	314	Realista	6
245	Indagar	7	280	Emociones	6	315	Relacionar	6
246	Ingenio	7	281	Esfuerzo	6	316	Actuar	6
247	Interpretación	7	282	Estresante	6	317	Intercambios	6
248	Palabra	7	283	Fructífera	6	318	Acción	6
249	Pérdida	7	284	Fuente	6	319	Creación	6
250	Producción	7	285	Generar	6	320	Sociabilizar	6
251	Prog. Comuinca.	7	286	Hogar	6	321	Auxiliar	6

Anexo 5 - Generatriz de Investigación

#	Palabra definidora	"M"	#	Palabra definidora	"M"	#	Palabra definidora	"M"
1	Conocimiento	601	37	Interacción	37	73	Inteligencia	17
2	Información	179	38	Pasión	37	74	Soluciones	17
3	Conocer	177	39	Realidad	36	75	Comunicar	17
4	Aprendizaje	125	40	Resultados	34	76	Fuentes	17
5	Indagar	118	41	Necesidad	34	77	Lectura	17
6	Aprender	117	42	Método	33	78	Aportación	16
7	Trabajo	104	43	Métodos	32	79	Construcción	16
8	Buscar	97	44	Teorías	29	80	Disciplina	16
9	Búsqueda	96	45	Conocimientos	29	81	Esencial	16
10	Responsabilidad	92	46	Amor	28	82	Experiencia	16
11	Dedicación	86	47	Concentración	26	83	Organización	16
12	Descubrir	86	48	Entrega	26	84	Informativa	16
13	Análisis	78	49	Apoyo	26	85	Aburrida	15
14	Cultura	73	50	Informar	26	86	Complicada	15
15	Saber	68	51	Comparar	26	87	Conclusión	15
16	Descubrimiento	67	52	Enseñanza	26	88	Explicación	15
17	Observación	63	53	Herramienta	26	89	Interpretar	15
18	Interesante	58	54	Leer	24	90	Mente	15
19	Necesaria	57	55	Aportar	24	91	Interactuar	15
20	Estudio	57	56	Educación	23	92	Practicar	15
21	Importante	48	57	Experimentar	23	93	Aplicar	14
22	Analizar	48	58	Formación	23	94	Comprender	14
23	Verdad	46	59	Ayuda	22	95	Innovación	14
24	Sabiduría	46	60	Comprobar	22	96	Proceso	14
25	Comunicación	56	61	Tiempo	22	97	Proyecto	14
26	Teoría	42	62	Unidad	22	98	Trabajo de campo	14
27	Profundizar	41	63	Fundamental	21	99	Profundidad	14
28	Compromiso	39	64	Hipótesis	21	100	Solución	14
29	Esfuerzo	39	65	Reflexionar	21	101	Datos	13
30	Reflexión	39	66	Práctica	20	102	Encontrar	13
31	Tediosa	35	67	Libros	20	103	Trabajar	13
32	Interés	35	68	Cuestionar	19	104	Tecnología	12
33	Entender	34	69	Explorar	19	105	Labor Social	12
34	Estudiar	34	70	Fundamental	18	106	Avance	10
35	Desarrollo	32	71	Habilidad	18	107	Básica	10
36	Sociedad	32	72	Gente	17	108	Concientizar	10

Anexo 5 - Generatriz de Investigación (segunda parte)

#	Palabra definidora	"M"	#	Palabra definidora	"M"	#	Palabra definidora	"M"
109	Crecimiento	10	145	Hechos	9	181	Eficaz	8
110	Documentarse	10	146	Legado	9	182	Emoción	8
111	Elemento	10	147	Magnificación	9	183	Hermanos	8
112	Enriquecedora	10	148	Medios	9	184	Intercambio	8
113	Excelente	10	149	Padres	9	185	Involucrar sentidos	8
114	For. autoempleo	10	150	Percepción	9	186	Larga	8
115	Fuente Básica	10	151	Respeto	9	187	Ordenada	8
116	Fuente Conocim.	10	152	Saber Investigar	9	188	Planear	8
117	Generar	10	153	Sociólogos	9	189	Potencial	8
118	Pensamiento	10	154	Segura	9	190	Procedimiento	8
119	Preparación	10	155	Compleja	9	191	Racionalidad	8
120	Proponer Ideas	10	156	Dato	9	192	Respuestas	8
121	Resol. Problemas	10	157	Elementos	9	193	Trabajo Duro	8
122	Retroalimenta	10	158	Experiencias	9	194	Útil	8
123	Todo	10	159	Interpretación	9	195	Visión	8
124	Funcionalidad	10	160	Apasionante	9	196	Construcc. social	8
125	Ideas Nuevas	10	161	Pensar	9	197	Experimentación	8
126	Indagación	10	162	Sociedad-Rubros	9	198	Explicar	8
127	Observar	10	163	Analizar entorno	9	199	Formativo	8
128	Proyectos	10	164	Educativo	9	200	Generar conoc.	8
129	Investigar	10	165	Metódica	9	201	Importancia	8
130	Confusa	10	166	N. conocimientos	9	202	Planeación	8
131	Importante (Base)	10	167	Social	9	203	Buscar resp.s	8
132	Inter.Personales	10	168	Informado	9	204	Estudiar Más	8
133	Profundizar Algo	10	169	Conoc.nuevo	9	205	Generadora	8
134	Conoc./Informa.	10	170	Exploración	9	206	Hilar Buenas Id.	8
135	Autores (Fuentes)	9	171	Metodologías	9	207	Indagadora	8
136	Calidad	9	172	Aclarar	8	208	Ardua	8
137	Cansada	9	173	Alimento	8	209	Conocer Más	8
138	Cientificidad	9	174	Ampliar	8	210	Lecturas	8
139	Ejercicio	9	175	Antropología	8	211	Metodología	8
140	Entrevistas	9	176	Bien	8	212	Acontecimiento	7
141	Escudriñar	9	177	Carácter	8	213	Ambiciosa	7
142	Estratégica	9	178	Creación	8	214	Camino	7
143	Extender	9	179	Cuantificable	8	215	Causas	7
144	Fácil	9	180	Detallar	8	216	Celosa	7

#	Palabra definidora	"M"	#	Palabra definidora	"M"	#	Palabra definidora	"M"
217	Certeza	7	250	Comprensible	7	283	Optativa	6
218	Contribuir	7	251	Constructiva	7	284	Psicología	6
219	Cualidades	7	252	Manejo de Datos	7	285	Recompensa	6
220	Decisión	7	253	Necesitar	7	286	Relación	6
221	Deducción	7	254	Teorizar	7	287	Renovación	6
222	Diseñar	7	255	Estudios	7	288	Sacrificio	6
223	Diversidad	7	256	Ver temas interés	7	289	Sistematizar	6
224	Entusiasmo	7	257	Usar un método	7	290	Tarea	6
225	Esquemas	7	258	Un conocimiento	7	291	Técnica	6
226	Fomentar	7	259	Académico	6	292	Valorada	6
227	Funcional	7	260	Actualización	6	293	Clara	6
228	Ideas	7	261	Apropiación	6	294	Conclusiones	6
229	Obtención	7	262	Argumentar	6	295	Contribución	6
230	Participación	7	263	Compartir conoc.	6	296	Crear	6
231	Precisa	7	264	Criterio	6	297	Superación	6
232	Proceso Lento	7	265	Crítica	6	298	Cuantificación	6
233	Producción	7	266	Dar	6	299	Instruir	6
234	Recopilación	7	267	Desaprovechada	6	300	Fundamentada	6
235	Sucesos	7	268	Efectos	6	301	Innovador	6
236	Pilar Base	7	269	Especular algo	6	302	Medio	6
237	Ciencia	7	270	Estilo	6	303	Novedad	6
238	Comparación	7	271	Estructura	6	304	Obtener	6
239	Comprensión	7	272	Examen	6	305	Producto	6
240	Comprometer	7	273	Hogar	6	306	Razonar	6
241	Desarrollar	7	274	Indispensable	6	307	Enfadosa	6
242	Detallada	7	275	Insatisfacción	6	308	Aportación ideas	6
243	Educativa	7	276	Introducción	6	309	Comunicarte	6
244	Enriquecerse	7	277	Laborioso	6	310	Saber más	6
245	Entendimiento	7	278	Modificar	6	311	Tener tiempo	6
246	Objetivo	7	279	Muestras	6	312	Trabajo (laboral)	6
247	Respuesta	7	280	No Sé	6	313	Generosa	6
248	Dedicar Tiempo	7	281	Nuevo	6	314	Algo nuevo	6
249	Científicos	7	282	Objetiva	6	315	Sistema estudio	6

Bibliografía

- Álvarez-Gayou Jurgenson, J.L. (2003). *Cómo hacer investigación cualitativa. Fundamentos y metodología*. México:Paidós.
- Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) Consultado en línea en <http://dle.rae.es/>
- Fairchild, Henry P. (1997). *Diccionario de Sociología*. México:FCE.
- Galindo Cáceres, J. (1995). “Hacia una reconstrucción reflexiva del campo académico de la comunicación”, en: J. Galindo y C. Luna (Coords), *Campo académico de la comunicación, hacia una reconstrucción reflexiva*. México:ITESO–CONACULTA.
- Gutiérrez Vidrio, S. (2003). “Las representaciones sociales en el campo de la comunicación”, en: *Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación X*, México:CONEICC.
- Paoli, A. (2000). *Comunicación e información. Perspectivas teóricas*. México:Trillas–UAM.
- Rodríguez Gómez, G., Gil Flores, J. y García Jiménez, E. (2001). *Metodología de la investigación cualitativa. España:Ediciones Aljibe*.
- Sandín Esteban, Ma. P. (2004). *Investigación Cualitativa en Educación. Fundamentos y tradiciones*. México:Mc Graw-Hill.
- Valdez Medina, J. L. (2005). *Las redes semánticas naturales, usos y aplicaciones en psicología social*. México:UAEM.
- Zermeño Flores, A. I., Arellano Ceballos, A. C. y Ramírez Vázquez, V. A. (2005). “Redes semánticas naturales: técnica para representar los significados que los jóvenes tienen sobre televisión, Internet y expectativas de vida”, en: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, 22, México:Universidad de Colima.

Recibido: 26 de noviembre de 2015

Aprobado: 5 de abril de 2016