

tas transformadoras más sofisticadas, creativas y heterogéneas que enriquezcan y sorprendan “al otro” (este nuevo modelo de consumidor multifacético).

En la nueva realidad social multidimensional, la comunicación *on line* y las redes sociales son prioritarias para Rafael Alberto Pérez. Considera que las empresas se equivocan frente al uso de las redes sociales porque “entran en ellas para vender y no para ganarse la confianza y simpatía de sus nuevos amigos consumidores. Las redes sociales son clubes de amigos y deben entenderse como tal”. A partir del constante crecimiento de la comunicación *on line* (en todas sus formas y herramientas), obliga al comunicador a que tenga que aprender a interpretar este nuevo Universo 2.0. Conocer qué y por qué cambiaron los hábitos de compra y consumo, los nuevos códigos de la comunicación, y que se valida toda la información de las marcas a partir de la opinión de los pares dentro de las redes sociales: existe el “me gusta” o “hacete fan” que permite una mejor reputación de la marca (imagen positiva). Los objetivos de la estrategia de comunicación se transforman: plantear una meta acotada, es recortar la realidad, por lo cual el objetivo deberá cotejar una visión integradora y global que brinda el concepto de “sociedad”. Se trata -también- de crear una trama relacional para que la marca pueda lograr sus intereses, propósitos y metas. Es un Universo en donde la comunicación estratégica “está a la moda” desde su dinamismo y creatividad diferencial constante; la velocidad en la necesidad de información del cibernauta, el impacto creativo que genera la impulsión y recordación necesaria, y la mediamorfosis de la misma Red impulsan los cambios de contenidos, códigos, accesibilidad y conectividad de las diferentes plataformas, soportes o herramientas digitales. La voracidad de utilización y consumo de los nativos digitales o de un usuario con alto nivel de “consumo digital” trae como resultado que si la comunicación no está a “su moda” y supera a la estrategia de la competencia, permitirá que dicho usuario tenga la facilidad de estar a “un click” de no valorarla y aceptarla....; esto sentado en el sillón más cómodo de su casa.

El limitar la actividad del comunicador a un único rol profesional (diseñador, publicitario, relacionista público, creativo, etc.) lo limita en su actividad diaria, fragmenta la realidad de su profesión acotando sus habilidades y capacidades. Esto no significa que el profesional en comunicación no pueda ser “especialista en...”. Al contrario, lo obliga a estar constantemente actualizado y monitoreando los cambios sobre las realidades sociales, contemplando siempre una visión integradora antes de tomar cualquier tipo de decisión estratégica. Esto hace que su quehacer laboral sea proactivo, transformador y optimista, logrando sorprender e impactar creativamente a los públicos.

Abstract: Helping to help poses a reflection on the new role of the professional communications. It wants to reflect a broad view of the communicator work activity within a new context created by a multidimensional reality in which we live. The former role limited by labor discipline must be replaced by a new integrated vision that allows changing the dynamic current understanding.

Keywords: multidimensional - communication paradigm - professional role.

Resumo: Ajudando a ajudar propõe sobre o novo papel do profissional das comunicações. Quer refletir uma visão ampla da atividade de trabalho do comunicador dentro de um novo contexto criado por uma realidade multidimensional em que vivemos. O antigo papel limitado pela disciplina do trabalho deve ser substituída por uma nova visão integrada que lhe permita compreender o dinamismo cambiante atual.

Palavras chave: paradigma da comunicação - multidimensional - papel profissional.

(*) **Flavio Porini:** Lic. en Publicidad (UAJFK 1996). Postgrado en Marketing Estratégico y Operativo. Profesor de la Universidad de Palermo en el Departamento de Comunicación y Creatividad Publicitaria en la Facultad de Diseño y Comunicación.

La investigación científica y su aplicación en las Relaciones Públicas

Esteban Maioli (*)

Resumen: A pesar de una creencia generalizada anclada en el sentido común, el proceso de investigación científica no se encuentra limitado a su uso en el ámbito académico. También el ejercicio profesional de ciertos campos disciplinares requiere de la investigación científica para alcanzar un conocimiento preciso y objetivo de los elementos que conforman parte de su objeto. Tal es el caso de las Relaciones Públicas. Debido a su carácter interdisciplinar, las Relaciones Públicas requieren de la investigación científica para el conocimiento de variados objetos, tales como los distintos públicos a los que dirige sus acciones, los procesos de comunicación estratégica o las dinámicas de poder inherentes a toda interacción social, por sólo mencionar algunas. El artículo pretende esbozar los pasos de la investigación científica y revelar los usos y aplicaciones que la misma tiene en el campo de las Relaciones Públicas.

Fecha de recepción: agosto 2013

Fecha de aceptación: octubre 2013

Versión final: diciembre 2013

Palabras clave: investigación científica - Relaciones Públicas - método científico - interdisciplinariedad.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 122]

Introducción

El proceso de investigación científica es el conjunto de “pasos” necesarios para la producción de conocimiento científico. Tales pasos conforman un proceso coherente que requiere y exige por parte del investigador la toma de ciertas decisiones. Tales decisiones, ciertamente, no son firmes; por el contrario, el investigador permanentemente requiere revisar las decisiones previamente tomadas a medida que avanza en el proceso de investigación científica (Hernández Sampieri et al, 1998).

La investigación es un insumo fundamental para el conjunto de las ciencias, sean estas naturales o sociales. Sin embargo, no sólo el diverso grupo de ciencias se valen de la investigación como proceso para la elaboración de conocimiento científico. Muchas disciplinas que se encuentran en el camino de delimitación de un objeto específico de conocimiento también pueden aprovechar a la investigación científica como herramienta para la obtención de un juicio preciso sobre la realidad. En este sentido, no resulta inadecuado sostener que las Relaciones Públicas requieren de la investigación científica para un adecuado desempeño en sus áreas de trabajo. El conocimiento de los públicos, la medición de las preferencias de cierto grupo social, el juicio sobre condiciones socio-históricas específicas, por ejemplo, son áreas de conocimiento que requieren de la precisión metodológica propia de la investigación científica para su elucidación. Las Relaciones Públicas requieren un conocimiento acabado sobre dinámicas organizacionales, procesos de socialización y resocialización, construcciones y apropiaciones simbólicas, estrategias de manejo de la comunicación y la generación de consensos, relevamiento sobre dinámicas de poder y estructuración. En fin, todos ellos son aspectos que pueden ser conocidos por medio de la indagación empírica, a partir de la aplicación de una serie de pasos y procesos que, en su conjunto, son llamados *investigación científica*.

El proceso de investigación científica

El proceso de investigación científica cuenta con un propósito fundamental: la producción de conocimiento objetivo sobre la realidad, sea natural o social. El conocimiento científico se caracteriza por una serie de elementos distintivos con relación a otras formas de conocimiento, tales como el dogmático o el de sentido común. La ciencia, entendida como una forma peculiar de conocimiento sobre tal realidad, se trata de un juicio racional sobre un recorte empírico concreto, que cuenta con una serie de pasos que siguen las reglas del método avalado o legitimado por la comunidad científica. De tal modo, el conocimiento científico cuenta con ciertas características que le son distintivas: es un conocimiento crítico, fundamentado, verificable, sistemático, unificado, universal, objetivo, comunicable, racional, provisorio, legalista y controlable (Díaz y Heler, 1989)

En concurrencia con las características del conocimiento científico, el mismo propugna por la elaboración o

producción de nuevos saberes objetivos sobre la realidad. El carácter objetivo del conocimiento construido por la ciencia se basa en la producción de un conocimiento que pretende conocer las causas y los efectos, al tiempo que las prioridades o secuencias temporales de los fenómenos o hechos, del modo tal como se suceden en la realidad. Es decir, el proceso de investigación científica pretende elaborar conocimiento sobre el mundo social y natural. Para ello, el rol del investigador es fundamental. Es aquel que aplica las reglas del método, legitimadas por una comunidad académica y científica, y que por medio de ellas, en conjunto con otra serie de recursos bien organizados, alcanza el propósito esbozado inicialmente.

En cierta forma, puede afirmarse que existe un único medio para la producción de conocimiento científico: es la aplicación rigurosa del método. La metodología es, justamente, la disciplina científica que reflexiona sobre los métodos legítimos para la producción de conocimiento científico. Por ello, el método puede ser entendido como un modo razonado de indagación sobre el mundo, que implica el despliegue de una estrategia previamente reflexionada, y la aplicación de una serie de procedimientos, la mayoría de ellos socialmente comprobados. Todo ello persigue un fin o propósito: una comprensión más precisa y ajustada del fenómeno o aspectos del fenómeno que resultan de interés para el investigador.

El conocimiento científico no es producto de la actividad individual, si bien se ejerce por medio de investigadores. En realidad, la imagen del científico que actúa solo en el mundo es más bien una construcción romántica de la práctica científica. La ciencia es una construcción social, pues supone una red de interdependencia mutua, donde una diversidad de actores, individuales y colectivos, se encuentran involucrados en el proceso de construcción del conocimiento. En tanto práctica social histórica, el conocimiento científico también se encuentra institucionalizado, es decir, sus modos de operación se encuentran tipificados, sedimentados, y por ello, las prácticas sociales involucradas se encuentran dentro de marcos más bien rígidos de actuación social. Al mismo tiempo, el conocimiento científico es social en tanto se desarrolla en el seno de un conjunto de instituciones y organizaciones que dan cuenta de su carácter colectivo. En primera instancia, el conocimiento científico se construye en el seno de la academia, de la Universidad y los centros de investigación. También el complejo militar-industrial es un foco significativo de producción del conocimiento. Sin embargo, es la Universidad probablemente el actor colectivo, institucional, fundamental en el proceso de construcción social del conocimiento. No sólo por su implicancia en la conformación específica del conocimiento, sino también por su responsabilidad y actuación en los procesos de circulación y divulgación de los nuevos saberes. Por último, es necesario reconocer el carácter social del conocimiento científico en su condición histórica; es decir, todo conocimiento sienta

su desarrollo en elaboraciones previas y pretende esbozar líneas de investigación futuras. De tal modo, el conocimiento se apoya en el pasado y se prolonga hacia el futuro. Se basa en el conocimiento construido por otros integrantes de la comunidad científica y hace un llamado para que tal comunidad continúe los esfuerzos en el área de conocimiento delimitada (Wainerman y Sautú, 2001).

Todo conocimiento científico se funda sobre una posición paradigmática. Se entiende por paradigma al conjunto de teorías, metodologías, aparatos conceptuales e imágenes sobre el objeto de conocimiento que condicionan y habilitan el modo legítimo del quehacer científico en un momento histórico determinado. La noción, originalmente acuñada por Kuhn, asume un carácter algo distinto en el seno de las Ciencias Sociales. Si bien la reflexión kuhniana aplica al conjunto de la ciencia, es indudable que la concepción de paradigma (o matriz disciplinar) se ajusta mejor al modo de desarrollo de las Ciencias Naturales. En el campo de las Ciencias Sociales no existe un único paradigma vigente y legítimo; por el contrario, existen varios, y todos ellos válidos. En general, es aceptada la existencia de al menos tres paradigmas en el campo de las Ciencias Sociales: el paradigma positivista o empírico-naturalista; el paradigma crítico o crítico-radical; y el paradigma interpretativo o histórico-hermenéutico. (Klimovsky e Hidalgo, 2001). A razón de verdad, debiera sumarse también el paradigma constructivista, de larga tradición en este tipo de ciencias (Bourdieu, 2006). La posición paradigmática es sumamente importante, pues establece el marco más importante desde el cual el científico conoce y entiende el mundo, en sentido amplio, y su recorte de objeto, en sentido más particular.

Los pasos de la investigación científica

Tal como ha sido señalado previamente, la investigación científica consiste en una sucesión de decisiones que el investigador toma a medida que avanza el proceso que implica la construcción de conocimiento. Por tal motivo, la investigación científica puede ser considerada una sucesión de pasos. Tales pasos no supone la toma de una decisión de modo inalterable; por el contrario, las decisiones que implican la construcción de un saber sobre la realidad empírica exigen ser revisadas constantemente, a medida que el proceso investigativo avanza y se despliega.

El paso inicial, y primordial, consiste en la delimitación de un tema de investigación. El tema es un primer recorte que realiza el investigador sobre el mundo objeto de su estudio. En general, la delimitación de un tema de investigación se encuentra condicionada por una serie de factores de diversa índole. Por un lado, una lectura reflexiva de diferentes fuentes bibliográficas obtenidas en distintas instancias, tales como congresos y encuentros, el propio ejercicio profesional o el mero interés personal. Muchas veces, la delimitación temática se encuentra condicionada por la posesión de una idea original, un cuestionamiento central o una orientación a la resolución de problemas, sean de relevancia social, práctica o técnica. Al mismo tiempo, la producción científica, en tanto actividad social, implica también una fuente de

interrogantes que se desarrollan a partir de la contrastación y la discusión intersubjetiva con otros colegas de la comunidad científica. Sin embargo, es necesario resaltar que en ciertos campos disciplinares la delimitación temática se encuentra más vinculada a requisitos propios y específicos del ejercicio profesional. Por ejemplo, en el campo de las Relaciones Públicas y de la Publicidad, la delimitación de un tema de investigación muchas veces se encuentra sujeto a los requisitos de Clientes y otros actores que buscan respuestas acerca del modo de operación de ciertos fenómenos que inciden en su actividad. Con ello, se pretende resaltar el hecho de que la investigación científica no sólo cumple con el objetivo de dar cuenta de aspectos teóricos, propios del campo científico, sino también de aspectos más pragmáticos, vinculados con los aspectos concretos de realización de la actividad principal de estas disciplinas que sirven de soporte a las prácticas económicas de otros actores.

Sea como fuere, una vez realizada esta primera delimitación temática, el investigador debe avanzar en la formulación de un problema de investigación. El problema de investigación es el área de la realidad que es recortada por el investigador y sobre la cual se formula una situación problemática. Implica siempre la descripción detallada del recorte empírico de la realidad. Sobre tal recorte, el investigador formula una situación problemática, que opera como estímulo intelectual para la producción de conocimiento. El problema de investigación, por lo tanto, no resulta auto-evidente, sino que es el resultado de una construcción por parte del propio investigador. La construcción de todo problema de investigación surge a partir de la lectura de ciertas indagaciones preliminares, o lecturas que el investigador ha realizado. Las indagaciones preliminares son investigaciones, también realizadas según las convenciones del campo científico, que operan como importantes guías para el investigador. En principio, las indagaciones preliminares previenen al científico de avanzar sobre un área de conocimiento que ya fue previamente trabajada. En cierto punto, asegura la originalidad del trabajo, ya sea por la formulación de una situación problemática previamente no construida por otro miembro de la comunidad científica; o bien por medio de la revelación sobre el carácter original respecto de investigaciones ya realizadas con anterioridad. Sea como fuese, resulta evidente que las indagaciones preliminares son fundamentales para el investigador, pues a partir de ellas se define el tipo de investigación que el científico llevará a cabo. En general, las indagaciones preliminares son construidas a partir de la lectura crítica de la producción más reciente sobre el tema o problema de investigación. Habitualmente, las fuentes de información más utilizadas para la realización de las indagaciones preliminares las conforman las bases de datos que concentran una plétora de revistas científicas periódicas. También los centros de investigación, públicos y privados, como los centros universitarios y otras organizaciones interesadas en la producción de conocimiento pueden ser importantes fuentes de indagaciones preliminares. La formulación del problema de investigación es un paso primordial, que habilita la posibilidad de avanzar en un sentido tendiente a la construcción del conocimiento. Por ello, el investigador

debe considerar dos elementos absolutamente centrales al momento de construir su problema de investigación: por un lado, la relevancia; por otro, la factibilidad. La relevancia consiste en identificar la importancia que la producción de conocimiento propuesta a partir del problema de investigación puede tener en el campo teórico, metodológico o social (en sentido amplio). Por otro lado, la factibilidad se vincula con la necesidad que tiene el investigador de evaluar la posesión de recursos económicos, materiales, temporales y humanos para alcanzar los fines que la investigación se propone. En el campo de las Relaciones Públicas, la relevancia se encuentra vinculada a la importancia que tiene para el Cliente la información que uno pretende construir a partir de la investigación. La factibilidad se encuentra ligada a una cuidadosa planificación de recursos.

Una vez realizadas las primeras delimitaciones o recortes empíricos del mundo (natural o social) es necesario formular objetivos de investigación. El objetivo de una investigación es un propósito que el científico pretende perseguir y alcanzar (Sampieri et al, 1998). Opera como una guía adecuada para la construcción del conocimiento científico. En general, los objetivos son diferenciados en dos tipos, de acuerdo a su nivel operacional o grado de abstracción. Existen objetivos generales, que proponen propósitos que resultan insuficientes como guía de orientación para la producción de conocimiento. Su grado de generalidad es deseable, pero inadecuado para el desarrollo específico de la investigación. Por tal motivo, de los objetivos generales se desprenden objetivos específicos. Estos últimos son propósitos con un carácter eminentemente operacional. Todo objetivo de investigación implica la formulación de actividades específicas; por tal motivo, se escriben generalmente con verbos que denotan acciones concretas. Al mismo tiempo, exigen una delimitación temporal, espacial y semántica. Es decir, todo objetivo de investigación debe contar con un recorte temporal (sea un período de tiempo o un momento particular). Las investigaciones sincrónicas son aquellas que consideran a la variable tiempo en condiciones de un valor constante, es decir, el tiempo no opera como explicación o correlación entre las otras variables estudiadas. Por el contrario, las investigaciones diacrónicas establecen periodos de tiempo, pretendiendo encontrar en ellos continuidades o rupturas. Por otro lado, el investigador debe realizar una delimitación espacial (o geográfica). La delimitación debe asegurar la posibilidad de aprehender el fenómeno que pretende ser conocido y admite distintos niveles de recorte. La delimitación semántica supone la utilización de términos o palabras que intenten controlar (o al menos limitar) la polisemia del lenguaje. Tal delimitación se realiza, de manera más plena, cuando el investigador avanza en la formulación de un marco teórico o conceptual.

El núcleo conformado por la delimitación temática, el problema de investigación y los objetivos, tanto generales como específicos, es tal vez el conjunto más importante de decisiones que debe tomar el investigador. También es el que resulta más costoso para aquel investigador novel, dado que generalmente confunde la formulación de propósitos investigativos como pasos metodológicos. Por tal motivo, debilidades en la construc-

ción y en la toma de decisiones en estos pasos iniciales implica una falencia que no puede ser resuelto a lo largo del desarrollo de la investigación. De allí la necesidad de que el científico concentre todos sus recursos en una adecuada formulación problemática y enunciación de objetivos de investigación.

Los objetivos, en tanto propósitos, contienen una serie de cuestionamientos o preguntas de investigación. Muchas veces estos cuestionamientos, llamados preguntas de investigación, se pueden concentrar en un conjunto de dimensiones, sobre las cuales luego se conformarán los objetivos de investigación. Por tal motivo, los objetivos generalmente contienen “por detrás” un cuestionamiento. A partir de ellos, entonces, es posible la elaboración de hipótesis. Las hipótesis consisten en enunciados declarativos que operan como respuestas tentativas a los objetivos de la investigación. Si bien no todos los diseños de investigación cuentan con hipótesis explícitamente formuladas, es posible afirmar que todo investigador es capaz de formular una hipótesis de trabajo y que, incluso sin formalizarla, la misma opera como una adecuada guía para el proceso de investigación científica. Existen muchos y variados tipos de hipótesis. En general, los manuales de metodología de la investigación diferencian entre hipótesis de trabajo (o principales), que se configuran como los enunciados principales de carácter tentativo que pretenden ser verificados (o incluso refutados); hipótesis alternativas, que pretenden una opción diferente de respuesta que las hipótesis de trabajo; hipótesis nulas, representadas por aquellos enunciados negativos que pretenden verificar la ausencia del fenómeno estudiado; e hipótesis correlacionales (con su subtipo explicativa), en las cuales se establecen una relación específica entre variables. Existen toda una serie de condicionantes y exigencias que las hipótesis deben cumplir, a los efectos que las mismas efectivamente cumplan con su función orientadora.

Una vez alcanzado este paso de la investigación científica, es el momento en que el investigador articula y elabora un marco teórico. Generalmente, se entiende por marco teórico al conjunto de perspectivas teóricas, construcciones conceptuales y demás elementos teóricos que conforman el marco desde el cual los datos empíricos serán considerados, conceptualizados y analizados. El marco teórico resulta fundamental, en tanto que constituyen aquellos “recipientes” teóricos dentro de los cuales los datos de la realidad, siempre desordenados y caóticos, encuentran un criterio organizador y pueden ser aprehendidos por el investigador. La construcción del marco teórico resulta siempre muy compleja, pues exige la discusión de distintas perspectivas teóricas y la elaboración de un contexto de teorías y conceptos articulado y coherente. Siempre es el resultado de una ardua y profunda revisión bibliográfica o de la literatura, desde una perspectiva crítica. La revisión de la literatura especializada en la temática habilita, entonces, la construcción de estos marcos referenciales teóricos. En muchos casos, el marco teórico asume distintos nombres, de acuerdo a su grado de generalidad o especificidad. Por ello, en varias investigaciones es posible advertir, por un lado, un marco teórico (grandes perspectivas teóricas, incluso el planteamiento de las posiciones paradigmáticas defen-

didadas por el investigador), un marco histórico (que da cuenta de los principales sucesos históricos vinculados al fenómeno bajo estudio); un marco normativo y jurídico, en el cual, tal como indica su nombre, se señalan el conjunto de normas, leyes y estatutos que regulan el fenómeno bajo estudio. En algunos casos, algunos diseños admiten, también, un marco conceptual, conformado por el conjunto de conceptos que, sin formar parte de un cuerpo teórico más amplio y extenso, deben ser incorporados como marcos teóricos desde los cuales se analizará y comprenderá la realidad social empírica. (Ander Egg, 2003).

Una vez construido el marco teórico, es el momento de tomar decisiones vinculadas con las estrategias que deben desarrollarse para conseguir los datos empíricos. En general, en metodología se indica que los datos no se obtienen, sino que se recolectan o, incluso, que se construyen por medio de la aplicación de técnicas válidas y confiables para ello. De acuerdo a la posición paradigmática sostenida por el investigador, es posible asumir una perspectiva cuantitativa o bien cualitativa. La primera de ellas entiende que los fenómenos del mundo natural y social son objeto de cuantificación, y que tal cuantificación indica características del mundo que opera como objeto de conocimiento. La cuantificación sólo es posible porque los atributos que se cuantifican (o miden) son objeto de observación. Por el contrario, la perspectiva cualitativa entiende que lo distintivo del conocimiento no se encuentra a nivel de la mera observación, sino más bien de significaciones sociales que deben ser comprendidas. Los datos cualitativos no dicen nada en términos de su cantidad, pero su carácter es profundamente impactante, en especial por los sentidos que son recuperados. Muchos metodólogos de amplio reconocimiento académico afirman que es posible la integración de diversos métodos de investigación en un mismo diseño, dando como origen a los diseños multi-métodos, también llamados estrategia de triangulación (Bericat, 1998).

El diseño metodológico exige, además, la identificación de las variables principales del estudio y la operacionalización de las mismas, en caso que las mismas no sean medibles de modo “directo”. La operacionalización de una variable reclama la individualización de indicadores o referentes empíricos, que son objeto de medición por medio de alguna técnica de uso habitual (aunque no siempre) en el campo disciplinar. Sin embargo, el mundo empírico es demasiado vasto, e incluso con las precauciones tomadas al momento de delimitar el objeto de estudio, resulta en la mayoría de los casos inaprehensibles para la actividad científica. Por ello, el investigador generalmente realiza un recorte del conjunto de las unidades que conforman su universo. A dicho recorte se lo llama muestra, y la elaboración de la misma también cuenta con una serie de pasos metodológicos que aseguran al investigador la correcta realización de la misma. Si el procedimiento de selección de las unidades que conforman parte de la muestra incluye el azar, la muestra será de tipo probabilística, en tanto que cada unidad tiene la misma probabilidad estadística para ser elegida como parte de tal muestra. Esto resulta muy importante, dado que las muestras obtenidas por este medio pro-

babilístico, se consideran representativas del universo del cual son un recorte. Las muestras al azar simple, sistemáticas, estratificadas o por conglomerados, son tipos obtenidos como consecuencia de esta actividad de muestreo. En caso que no aplicara el azar, es decir, que las unidades que conforman parte de la muestra no tuvieran tal probabilidad estadística igual de ser elegidas como parte de la muestra, los resultados no podrían ser generalizados al conjunto del universo (o población, según algunos especialistas en metodología). En tal caso, se habla de muestras no probabilísticas, tales como las muestras por cuotas, por decisión razonada, intencional o bola de nieve.

El diseño, también, contempla la diferenciación de las muy distintas y variadas técnicas de recolección de datos y de análisis de los mismos. La encuesta, la entrevista en profundidad, la observación científica, el grupo focal, la recolección documental son todas ellas técnicas que permiten recolectar datos empíricos. Tales datos pueden (y deben) ser analizados también por medio de un conjunto de técnicas desarrolladas a tal efecto (tales como el análisis de contenido, el análisis del discurso, el diseño factorial y muchos otros posibles).

El diseño metodológico es un aspecto fundamental de la investigación científica, en tanto que señala el momento de la investigación en el cual el científico se vincula con la realidad empírica. Al mismo tiempo, invita al investigador a asumir una posición creativa, inventiva y sumamente precisa. Todo ello habilita a que la indagación de la realidad resulte en la construcción del “dato”, información proveniente de la realidad empírica que será objeto de análisis a partir de las categorías conceptuales elaboradas previamente en el marco teórico. La ejecución del llamado trabajo de campo, es decir, de la aplicación sistemática, rigurosamente cuidadosa de los límites metodológicos establecidos por cada técnica, le asegura al investigador una calidad superlativa en la construcción del dato, lo que indudablemente mejorará el resultado final de la investigación (Sautú, 2003).

La misma concluye con la elaboración de un informe final, capaz de articular todos los pasos previos en un texto informativo-descriptivo-argumentativo, donde sea posible asegurar que los objetivos propuestos al inicio de la investigación fueron cumplidos y satisfechos. Al mismo tiempo, el informe final resalta el resultado final de las hipótesis, confirmando su verdad o bien asignando su falsedad. La elaboración del informe final debe realizarse de acuerdo a las convenciones académicas o reglas de estilo propias del campo disciplinar. Sea como fuese, la aplicación de estos pasos metodológicos asegura la consecución de un objetivo primordial: la producción de conocimiento bajo las reglas de discurso responsable o discurso científico.

La investigación científica en las Relaciones Públicas o la Publicidad

La investigación científica es el procedimiento primordial para la producción de conocimiento. Sin embargo, existe tal vez una creencia generalizada, aunque errónea, que la investigación científica se circunscribe estrictamente al ámbito de la Academia. Es cierto que la producción de conocimiento encuentra en el ámbito

académico el espacio privilegiado; no obstante, la práctica profesional de ciertas disciplinas que recientemente han delimitado un campo de actuación propio requieren de los insumos provenientes de otros campos disciplinares, algunos de ellos científicos. Tal es el caso de las Relaciones Públicas. Podría definirse a las Relaciones Públicas como la disciplina o técnica encargada de gestionar la comunicación entre una organización y la sociedad o el colectivo social más amplio. La pretensión de la disciplina consiste en la construcción, administración y sostenimiento de una imagen que pudiera ser calificada por la mayoría de la sociedad como positiva o deseable. En este sentido, es posible comprender a las Relaciones Públicas como un conjunto de acciones que se enmarcan en lo que los especialistas del campo denominan comunicación estratégica. La pretensión de estas acciones es que, por medio de su sostenimiento continuado en el tiempo, una organización pueda estrechar y fortalecer los vínculos con los distintos públicos a los que dirige su actividad. De tal modo, la comunicación estratégica implica escuchar activamente a los diferentes públicos, brindar información sobre la organización que resulte relevante para ellos, generar consenso y fidelidad sobre las distintas actividades que la organización emprende. En general, es aceptado que las Relaciones Públicas se encuentran en una posición de “intersección” con otros campos disciplinares. Por ello, se habla generalmente de la interdisciplinariedad de las Relaciones Públicas: esta disciplina se vale de metodologías, técnicas y marcos teóricos elaborados en el seno de otras disciplinas y ciencias, tales como la publicidad, la sociología, la psicología (social), la comunicación social, la ciencia política y varios otros. Este carácter interdisciplinar de las Relaciones Públicas revela, justamente, la necesidad que tiene este novedoso campo profesional de utilizar la investigación científica (acervo de las ciencias naturales y sociales más claramente sedimentadas) como insumo primordial para la construcción de conocimiento fiable sobre el entorno social en donde las relaciones entre la organización y la sociedad tienen lugar. Si bien es aceptado ampliamente que las Relaciones Públicas aún no se configuran como una ciencia propiamente dicha, autonomizada del resto de las reflexiones sobre el mundo social (organizacional, en este caso), existe una porción limitada aunque pujante que pretende sostener e imponer la noción científica de esta delimitación o recorte disciplinar. Esta pretensión de dotar a las Relaciones Públicas de un status científico se sostiene a partir de la afirmación de que la disciplina es capaz de demostrar la posesión de los atributos específicos del conocimiento científico. Es decir, afirman que la información elaborada en el seno de los especialistas del campo es amplia y modificable, sujeta en realidad a los vaivenes de la comprobación empírica. Por ello, sostienen que las Relaciones Públicas también validan el principio de la referencia empírica del conocimiento, al tiempo que la exigencia de la experimentación como vía legítima para la construcción de conocimiento válido sobre el entorno en donde se desarrollan las relaciones que son objeto de la disciplina. Es posible que, si bien en el campo de las Relaciones Públicas se utilice la experimentación,

la contrastación empírica y el método científico, esto se deba más a su carácter interdisciplinar, más que a su delimitación más precisa y autónoma de una sección del mundo social que se configure como objeto de conocimiento propio. Sea como fuese, lo que resulta indudable es la enorme utilización que hacen las Relaciones Públicas de la investigación científica. El conocimiento de las relaciones humanas se vale de desarrollos científicos realizados en el seno de las ciencias sociales más consolidadas, tales como la Antropología, la Sociología y la Ciencia Política. Cuestiones fundamentales como sistemas simbólicos de intercambio social, modalidades de interacción y dinámicas de poder son objetos propios de estos campos disciplinares, al tiempo que también conforman parte del acervo del que se valen las Relaciones Públicas para la generación y el mantenimiento de relaciones eficaces entre las organizaciones y sus públicos. Desarrollos similares pueden ser alocados en los campos de la Comunicación Social, la Psicología General y Social, la Economía e incluso la reflexión filosófica.

Conclusiones

El desarrollo previo ha intentado mostrar de qué modo las Relaciones Públicas hacen un uso extensivo de la investigación científica para la elaboración de conocimiento que sirve de base para cumplir con su propósito principal: la gestión comunicativa entre la organización y los diversos públicos a los cuales se orienta. La investigación científica, entendida como el conjunto de pasos necesarios para la producción de conocimiento legítimo, supone un mecanismo eficaz que se inserta en el campo de las Relaciones Públicas a partir de su carácter interdisciplinar. El artículo ha pretendido mostrar, por un lado, la utilidad que implica la realización de investigación científica para el campo de las Relaciones Públicas; en especial, para la construcción de conocimiento sobre ciertas áreas temáticas que son importantes para la realización de la actividad principal de este novel campo disciplinar. Al mismo tiempo, se ha desarrollado de modo sucinto y sintético las características principales que todo proceso de investigación científica presume. Es menester resaltar que los desarrollos metodológicos aquí presentados no agotan cuestiones que son objeto de polémicas y discusiones profundas en el campo de la Metodología de la Investigación. Por ello, la pretensión del artículo ha sido más bien esbozar, y no agotar, los lineamientos generales con los que cuenta una investigación que pretenda la construcción de conocimiento científico. Es necesario advertir que casi todos (podría incluso decirse que todos) los aspectos o “pasos” aquí presentados pueden ser desarrollados con mucha mayor profundidad. Incluso en el seno de la Metodología son objeto de debates intensos. Sin embargo, es también posible afirmar con certeza que conforman un cierto consenso de cómo debe llevarse a cabo el proceso de construcción de conocimiento válido y fiable sobre la realidad. En contra de los sentidos comunes circulantes, que circunscriben a la investigación científica al ámbito cerrado de la Academia, el presente artículo ha pretendido mostrar los importantes vínculos existentes entre el ejercicio profesional del Relacionista Público y las he-

ramientas metodológicas de las que se puede valer para maximizar los recursos y favorecer al cumplimiento de sus objetivos profesionales por medio de la investigación científica.

Referencias bibliográficas:

- Ander Egg, E. (2003) *Métodos y técnicas de investigación social: técnicas para la recogida de datos e información*. Buenos Aires: Lumen.
- Bericat, E. (1998) *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social*. Barcelona: Ariel.
- Bourdieu, P. (2006) *“El campo científico” en Intelectuales, política y poder*, Eudeba, 2006.
- Díaz, E. y Heler, M. (1989) *El conocimiento científico, hacia una visión crítica de la ciencia*. Buenos Aires: EUDEBA.
- Hernández Sampieri, R. y Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (1998) *Metodología de la investigación*. México, D.F.: McGraw Hill.
- Klimovsky, G. e Hidalgo, C. (2001) *La inexplicable sociedad. Cuestiones de epistemología de las ciencias sociales*. Buenos Aires: AZ.
- Sautú, Ruth (2003) *Todo es teoría: objetivos y métodos de investigación*, Buenos Aires: Ediciones Lumiere.
- Wainerman, C.comp. y Sautú, R. comp. (2001) *La trastienda de la investigación*. Buenos Aires: Lumiere.

Abstract: Despite a widespread belief rooted in common sense, the process of scientific research is not limited to use in academia. Also the practice of certain disciplinary fields of scientific research required to achieve accurate and objective understanding of the elements that make up part of its object. Such is the

case of Public Relations. Due to its interdisciplinary nature, Public Relations require scientific research to the knowledge of various objects, such as the different audiences that drive their actions, strategic communication processes and power dynamics inherent in any social interaction, by to name a few. The article aims to outline the steps of scientific research and reveal the uses and applications that it has in the field of Public Relations.

Keywords: Scientific Research - Public Relations - scientific method - interdisciplinarity.

Resumo: Apesar de uma crença generalizada ancorada no sentido comum, o processo de pesquisa científica não se encontra limitado a seu uso no âmbito acadêmico. Também o exercício profissional de certos campos disciplinares requer da pesquisa científica para atingir um conhecimento preciso e objetivo dos elementos que conformam parte de seu objeto. Tal é o caso das Relações Públicas. Devido à sua natureza interdisciplinar, as Relações Públicas requerem da investigação científica para o conhecimento de variados objetos, tais como os diferentes públicos aos que dirige suas ações, os processos de comunicação estratégica ou as dinâmicas de poder inerentes a toda interação social, por só mencionar algumas. O artigo pretende esboçar os passos da investigação científica e revelar os usos e aplicações que a mesma tem no campo das Relações Públicas.

Palavras chave: pesquisa científica - Relações Públicas - método científico - interdisciplinaridades.

(*) **Esteban Maioli:** Lic. en Ciencia Política (UBA). Lic. en Sociología (UBA). Magíster en Ciencias Sociales con mención en Sociología y Ciencia Política (FLACSO). Doctorado en Ciencias Sociales (FLACSO). Profesor de la Universidad de Palermo en el Departamento de Investigación y Producción de la Facultad de Diseño y Comunicación.

La turbiedad del sentido común y la fotografía.

Fecha de recepción: agosto 2013
Fecha de aceptación: octubre 2013
Versión final: diciembre 2013

Carlos Alberto Fernández (*)

Resumen: En la enseñanza de la fotografía a alumnos que no son de la carrera específica, el sentido común es el padre de casi todas las concepciones erróneas. Se hace necesario modificarlas para que el alumno pueda reconocer la potencialidad del medio. Sin estas correcciones las aplicaciones técnicas y estéticas, serán sólo decorados superficiales.

Palabras clave: fotografía - enseñanza - fotoperiodismo - sentido común.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 126]

Más o menos podemos estar de acuerdo en que un conjunto de juicios y de ideas en los que cree la mayoría de los individuos que integran una sociedad, constituye lo que denominamos sentido común. El *sentido común* obra de sistema general de referencias al que adaptamos nuestros actos y nuestros pensamientos. En última ins-

tancia, la sensación de evidencia que tenemos hacia las verdades del sentido común se sostiene en la costumbre y la repetición (Bouthoul, 1971).

En este marco de referencia habitualmente se entiende que una imagen es de fácil comprensión y es accesible a todo el mundo, sin importar su nivel intelectual o eco-