

# CAPÍTULO 11

## LA COMUNICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

*Natalia Dominguez y Nahuel Salcedo*

La última etapa de una investigación tiene un valor especial para todo investigador porque es el momento en el que todo su trabajo de campo, sus hipótesis, sus reflexiones teóricas y su implementación metodológica dejan de formar parte de un círculo cerrado –incluso íntimo– para exponerse ante un otro/destinatario que podrá evaluar, criticar, compartir o refutar cuestiones referentes al trabajo. Y principalmente en las investigaciones en comunicación social, dadas las características propias de la disciplina, ese otro será masificado, multiplicando exponencialmente las críticas, ratificaciones y refutaciones. El destinatario es quien resignifica los resultados de la experiencia empírica. De ahí surge la necesidad de que la comunicación de los datos sea lo más clara posible.

Mientras se lleva a cabo una investigación, el investigador maneja ciertos criterios respecto a cómo va a comunicar los resultados de su trabajo. Como en el resto de los momentos de la investigación, debe tomar decisiones. Pero esas decisiones no son sobre posicionamientos teóricos o intervenciones metodológicas, sino que están relacionadas con los destinatarios, con su compromiso particular –con la sociedad, con un centro de investigación, con un medio de comunicación, entre otros–, con sus objetivos como investigador. Todo ello influirá a la hora de definir cómo se realizará la comunicación de la investigación.

El lenguaje, el formato discursivo y el material seleccionado para comunicar deberá tener una coherencia con la línea de investigación. Y el investigador deberá tener plena conciencia de que cada elemento elegido para la comunicación sea el más pertinente, ya que no podrá explicarle personalmente a cada destinatario lo que quiso decir con determinada expresión ni

especificando cual fue cada paso de su trabajo para arribar a la conclusión expuesta. Salvo en el caso de que la investigación sea en el marco de un equipo de investigación con una evaluación interna no masiva, y que el investigador pueda realizar su descargo en un coloquio, pero igualmente es fundamental que evite las dobles interpretaciones o las incoherencias internas entre el trabajo y la comunicación de los resultados.

Respecto a la comunicación de los resultados, el investigador Carlos Sabino, en *El proceso de investigación*, sostiene:

El contenido del informe de investigación no puede ser fijado de modo esquemático para todos los casos, aunque hay algunos elementos que deben necesariamente estar presentes para no afectar la seriedad del trabajo. Ellos son, básicamente, las secciones del trabajo que permiten precisar los objetivos y el sentido de la investigación, el método utilizado, las matrices teóricas en que se inscribe el trabajo y las fuentes y los hechos que nos permitan arribar a determinadas conclusiones. (Sabino, 1992)

Si bien, tal como plantea Sabino, no existe un esquema para realizar un informe de comunicación de resultados, el investigador deberá tener en cuenta una serie de elementos: el lenguaje, las condiciones materiales de producción, las características propias de su investigación, el destinatario y el formato discursivo.

El lenguaje: primero es necesario comprender la falsa neutralidad del lenguaje. Cada palabra tiene su acepción, y a su vez, connotaciones socio-culturales. Por lo cual cada investigador deberá evaluar los conceptos que verá en la comunicación de su investigación. Además, deberá decidir si utilizará un lenguaje técnico, académico o coloquial. Pero esta decisión está vinculada al tipo de destinatario al que apunte. Se recomienda utilizar un lenguaje claro y preciso para que las conclusiones a las que se arriben sean comprendidas con facilidad en distintos sectores de la sociedad (y no sólo en el ámbito reducido de la ciencia en la que se desarrolla la investigación).

Las condiciones materiales de producción: El tiempo en el que se llevó a cabo la investigación, el acceso al campo de estudio y la cantidad de personas que contribuyeron a realizar la investigación serán factores determinantes a la hora de comunicar los resultados por una cuestión esencial: mientras más recursos

económico-geográfico-temporales posea, tendrá más material para arribar a conclusiones sólidas, que deb erán reflejarse en l a comunicación de la investigación.

Las características propias de c ada investigación: En el ámbito de l a comunicación social, no se utilizará la misma lógica de producción de informe final para una investigación periodística, que para una científico/académica o una en planificación comunicacional por los mismos motivos que diferencian los distintos ámbitos de intervención en esta disciplina.

El destinatario: Si se trata de una investigación que se difundirá en un medio masivo de comunicación, es difícil caracterizar a un destinatario único (pese a que cada medio tiene un perfil de su lector/usuario/consumidor). Sin embargo, cada investigación con sus particularidades define desde el inicio algunas características de “para quien” está dirigida pese a que abs olutamente todas las temáticas son de interés social. Esas características particulares serán las que contribuyan a que el investigador se decida por la utilización de determinado lenguaje o formato discursivo. Por ejemplo, si se apunta a que los destinatarios principales de una investigación sean los adultos mayores que no terminaron sus estudios secundarios se utilizará un lenguaje acorde, evitando los conceptos técnicos, y se elegirá un formato discursivo que ellos puedan manejar a la perfección (un programa de radio, una nota de análisis).

El investigador no debe perder de vista que el destinatario es quien termina de “modelar” su investigación en el momento en el que resignifica el caudal de datos que se comunicarán.

El formato discursivo: Para definir el formato en el que se comunicará la investigación, el investigador deberá ser conciente de sus posibilidades de publicación. No es lo mismo escribir una tesina que un informe periodístico. Cada formato tiene sus “reglas” propias. Aquí surgen varias posibilidades, algunas de ellas se enumeran a c ontinuación: un ensayo, un artículo académico, una ponencia, un informe de diagnóstico y líneas de acción, una tesina, un artículo periodístico, un programa de radio, un informe televisivo, un *power point* o un *blog*.