

INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN UNIVERSITARIOS

Coordinadores

**Estrella Martínez-Rodrigo
Pura Raya-González
Xabier Martínez Rolán**



**MADRID · LONDRES · MÉXICO · NUEVA YORK · MILÁN · TORONTO
LISBOA · NUEVA DELHI · SAN FRANCISCO · SIDNEY
SAN JUAN · SINGAPUR · CHICAGO · SEÚL**

INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN UNIVERSITARIOS

No está permitida la reproducción total o parcial de este libro, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del Copyright. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra.

La información contenida en este libro procede de una obra original entregada por sus autores. Ni McGraw-Hill Interamericana de España ni Fórum XXI se responsabilizan de la exactitud o perfección de la información publicada ni suscriben los contenidos y opiniones vertidas en ellos, que representan exclusivamente el punto de vista de los autores.

El Fórum Internacional de Comunicación y Relaciones Públicas (Fórum XXI), la Sociedad Española de la Comunicación Iberoamericana (SEECI), el Grupo Complutense de Investigación en Comunicación "Concilium" y el Departamento CAP 2 de la UCM auspician la presente colección "Innovación y Vanguardia Universitarias".



© Fórum XXI, 2016

Derechos reservados © 2016, respecto a la primera edición en español, por:

McGraw-Hill/Interamericana de España, S.L.
Edificio Valrealty, 1.ª planta
Basauri, 17
28023 Aravaca (Madrid)

ISBN: 9788448612733

HID: 9780008501495

Depósito Legal: M-42383-2016

Editora: Cristina Sánchez-Trápaga

Director General España y Portugal: Álvaro García Tejada

Director Gerente Universidad y Profesional: Norberto Rosas Gómez

Equipo de preimpresión y diseño de interiores: Jaume Gironés

Diseño de cubierta: ciannetwork

Impresión: Producciones Digitales Pulmen, S. L. L.

34567890 - 9865432017

PRESO EN ESPAÑA - PRINTED IN SPAIN

CONTENIDO

Capítulo 1

La traducción automática y el lenguaje controlado
en el ámbito de la traducción financiera 1
Elena Alcalde Peñalver (Universidad de Burgos -España-)

Capítulo 2

La prevención en los medios. Evolución y Periodismo de Prevención..... 11
Silvia Alende Castro (Universidad de Vigo -España-)

Capítulo 3

Etnografía de los videojuegos: hacia una nueva antropología
de la comunicación 27
Lluís Anyó (Institut Català d'Antropologia -España-)

Capítulo 4

Estado actual del mercado tradicional del videojuego en Japón 43
José Borja Arjona Martín (Universidad de Granada -España-)
María Victoria López Pérez (Universidad de Granada -España-)

Capítulo 5

La prensa escrita desde la dictadura hasta la crisis a
través de las cabeceras más representativas de España 57
Felisa Arribas (Universidad Complutense de Madrid -España-)

Capítulo 6

Herramientas para la selección de textos literarios infantiles..... 75
Luna Baldallo González (Universidad de Huelva -España-)
María Victoria Galloso Camacho (Universidad de Huelva -España-)

Capítulo 7

Periodismo digital, medios e interactividad en Colombia.
Una revisión (1996-2016). 83
Daniel Barredo Ibáñez (Universidad del Rosario -Colombia-)

Capítulo 8

Retos éticos del periodismo económico actual.
Los datos y su correcta utilización en el ejercicio del periodismo 95
Yolanda Berdasco-Gancedo (Universidad a Distancia de Madrid -España-)

Capítulo 9	
La fidelización del capital humano en las empresas y su relación con la comunicación.....	111
<i>Jara Bernués Oliván (Universidad de Zaragoza -España-)</i>	
Capítulo 10	
La evolución de la comunicación oral y las nuevas tecnologías: investigaciones y metodología analítica.....	123
<i>Carmen Rosa Borrás Machado (Universidad Complutense de Madrid -España-)</i>	
Capítulo 11	
Reputación y discapacidad: La gestión inclusiva de la discapacidad como fuente de la reputación empresarial.....	141
<i>Ana María Casado Molina (Universidad de Málaga -España-)</i>	
<i>Marta González Álvarez (Universidad de Burgos -España-)</i>	
Capítulo 12	
Análisis de las noticias científicas en la revista Campus de la Universidad de Granada (1984-2007).....	159
<i>Carlos Centeno Cuadros (Universidad de Granada -España-)</i>	
Capítulo 13	
El futuro de los vendedores de prensa en el siglo XXI.....	173
<i>Alfonso de la Quintana García (Universidad Rey Juan Carlos -España-)</i>	
Capítulo 14	
Herramienta de apoyo a la Evaluación Formativa en Trabajos Fin de Grado y Fin de Máster.....	189
<i>Ana María Díez-Suárez, Laura Álvarez de Prado, Álvaro de la Puente-Gil, Jorge Juan Blanes Peiró, Miguel de Simón-Martín y Alberto González-Martínez</i>	
<i>Grupo de Innovación Docente en Ingeniería Energética y Minera en la Universidad de León -España-)</i>	
Capítulo 15	
A linguagem: importância do lúdico como recurso para aprendizagem diferenciada.....	209
<i>Ária José dos Santos Cunha (U. de Trás-os-Montes e Alto Douro -Portugal-)</i>	
Capítulo 16	
Necesidades de información de los trabajadores de la facultad de comunicación de la Universidad de La Habana.....	219
<i>Yanira Fagundo Martínez (Universidad de La Habana -Cuba-)</i>	
<i>Yoborah Torres Ponjúan (Universidad de La Habana -Cuba-)</i>	
<i>Jesús Alejandro Medina González (Universidad de La Habana -Cuba-)</i>	
Capítulo 17	
El feminismo de la mujer en el siglo XIX y su evolución histórica.....	235
<i>María del Carmen Fernández de Alarcón Roca (Universidad Rey Juan Carlos -España-)</i>	

Capítulo 18	
Artistic relations between the Spanish and Ottoman Empires: Depicting the city of Istanbul in the 18 th century.....	245
<i>Marina Gacto Sánchez (Koç Üniversitesi -Turquía-)</i>	
Capítulo 19	
Comunicar con el arte: La decoración del Salón y Gabinete de los Espejos del Alcázar de Madrid en el siglo XVII.....	261
<i>Esther Galera Mendoza (Universidad de Granada -España-)</i>	
Capítulo 20	
La transferencia del conocimiento en trabajo social. Investigación y experiencia práctica para la innovación.....	279
<i>Francisco Javier García-Castilla (Universidad Nacional de Educación a Distancia -España-)</i>	
<i>Eloy Virseda-Sanz (Universidad Nacional de Educación a Distancia -España-)</i>	
Capítulo 21	
Innovación para la Empresa Informativa con nuevos modelos de negocio.....	293
<i>Pedro García-Alonso Montoya (Universidad Complutense de Madrid -España-)</i>	
Capítulo 22	
Análisis del caso <i>Elle</i> y el discurso informativo de las revistas femeninas durante la crisis en España.....	307
<i>Ruth Gómez de Travesedo Rojas (Universidad de Málaga -España-)</i>	
Capítulo 23	
La campaña electoral de 2011 en España, o la videopolítica como herramienta de marketing 2.0.....	325
<i>Encarnación Hidalgo Tenorio (Universidad de Granada -España-)</i>	
<i>Francisco José Sánchez García (Universidad de Granada -España-)</i>	
Capítulo 24	
Creación de un plan de <i>Social Media</i> para una ONG. El caso de la Fundación Albihar.....	341
<i>Antonio Pedro Leiva Burgos (Universidad de Granada -España-)</i>	
Capítulo 25	
Diversidad cultural-religiosa y formación del profesorado.....	355
<i>Núria Llevot Calvet, Olga Bernad Caverro y Carme Molet Chicot (Universidad de Lleida -España-)</i>	
Capítulo 26	
Análisis cuantitativo del marketing deportivo en los clubes de fútbol de la LFP.....	367
<i>Gema Lobillo Mora (Universidad de Málaga -España-)</i>	
<i>Francisco Javier Romero García (Universidad de Málaga -España-)</i>	

Capítulo 27
 Calidad y audiencia en los informativos de televisión.
 Estudio empírico de Antena 3 y Telecinco 379
M^a Eugenia López Sanz (CEADE -España-)

Capítulo 28
 Rendir cuentas en Twitter: el *ombudsman* en medios españoles 389
Carlos Maciá-Barber (Universidad Carlos III de Madrid -España-)

Capítulo 29
El tiempo entre costuras: de la voz narradora a la enunciación fílmica 401
Ana Malmierca Hernández (Universidad Internacional de La Rioja -España-)

Capítulo 30
 Patrimonio virtual y Educación Artística. Estudio de caso de la iniciativa
 “The next Rembrandt” 417
Rafael Marfil-Carmona (Universidad de Granada -España-)
Dolores Álvarez-Rodríguez (Universidad de Granada -España-)

Capítulo 31
 Propuesta metodológica para el análisis del conflicto sociopolítico:
 la mediatización del proceso independentista catalán 427
Albert Mercadé Massó (Universidad Pompeu Fabra de Barcelona -España-)

Capítulo 32
 El 20 D en las portadas de la prensa española:
 diferentes versiones de los mismos resultados 435
Ainara Miguel Sáez de Urabain (Universidad del País Vasco -España-)
Miguel Ángel Moreno Gallo (Universidad de Burgos -España-)

Capítulo 33
 La Gestión de la Comunicación de Crisis: casos de empresas españolas 453
José Gabriel Mira Agulló, M^a Concepción Parra Meroño y Beatriz Peña Acuña
Universidad Católica San Antonio de Murcia -España-)

Capítulo 34
 Tijuana: Maquiladora Industry, Higher Education,
 and Corporate Citizenship (1965-2000) 471
Victor Molina-Dueñas (Universidad Técnica de Ambato -Ecuador-)
Antoni X. Peñaherrera (Universidad Técnica de Ambato -Ecuador-)
José M. Lavín (Universidad Técnica de Ambato -Ecuador-)

Capítulo 35
 Las portadas de los diarios como sistema de educación en el acoso escolar 483
Amón Navarrete-Galiano (Universidad de Sevilla -España-)

Capítulo 36
 Estudio interdisciplinar de la biomasa en el contexto energético sostenible
 en la Unión Europea 497
José Pablo Paredes Sánchez (Universidad de Oviedo -España-)

Capítulo 37
 Desarrollo de un modelo matemático de los factores de productividad
 laboral en la industria manufacturera en Hermosillo, Sonora (México) 505
Francisca Pedroza Montero
(U. Tecnológica de Hermosillo en Sonora y U. de Sonora -México-)
Silvia Leticia Sánchez Fuentes (Universidad de Sonora -México-)

Capítulo 38
 Efectos del uso estereotipado del género en los spots publicitarios
 sobre la intención de compra de los/as consumidores/as 513
Susana Puertas Valdeiglesias (Universidad de Granada -España-)

Capítulo 39
 Desarrollo de competencias digitales en el periodismo
 para el mejoramiento del perfil profesional 531
Paola Eunice Rivera Salas (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla -México-)
Hilda Gabriela Hernández Flores
(Benemérita Universidad Autónoma de Puebla -México-)

Capítulo 40
 Lo prohibido y lo permitido en la publicidad de medicamentos en España:
 Caracterización y límites lingüísticos 551
Sara Robles Ávila (Universidad de Málaga -España-)

Capítulo 41
 Medios de comunicación durante la Transición española (1975-1982):
 la etapa dorada de la prensa y el boom de la fotografía
 en *La Movida madrileña* 569
Julia Rodríguez Cela (Universidad Complutense de Madrid -España-)
Alicia Parras Parras (Universidad Complutense de Madrid -España-)

Capítulo 42
 Operación “Margen Protector”. La guerra de la información periodística. 587
Alfredo A. Rodríguez Gómez (Universidad Camilo José Cela -España-)
Miguel Ángel Poveda Criado (Universidad a Distancia de Madrid -España-)

Capítulo 43
 La jornada de reflexión y las redes sociales:
 límites de la comunicación política 603
Francisco Javier Ruiz del Olmo (Universidad de Málaga -España-)
Javier Bustos Díaz (Universidad de Málaga -España-)

Capítulo 44
 Metodología interdisciplinar para evaluar el grado de relación intercultural
 de la mujer gitana-vallisoletana 617
Cristina San Juan Velasco (Universidad de Valladolid -España-)
M^a Angeles Delgado Burgos (Universidad de Valladolid -España-)
Carlos García de la Santa Delgado (Instituto Cervantes -Irlanda-)

Capítulo 45
 Toma de decisiones en problemas multiatributo para la selección de expertos. 635
Jorge Luis Santamaría Aguirre (Universidad Politécnica de Valencia -España-)
Marcelo Pilamunga Poveda (Universidad Técnica de Ambato -Ecuador-)
Juan Carlos Santamaría Aguirre (Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ambato -Ecuador-)
Manuel Ramón Lecuona López (Universidad Politécnica de Valencia -España-)

Capítulo 46
 La educomunicación desde 'Prensa escuela Uniautónoma' 653
Clara Janneth Santos Martínez (Universidad Autónoma del Caribe -Colombia-)
Soledad Leal Pacheco (Universidad Autónoma del Caribe -Colombia-)

Capítulo 47
 Hacia una pedagogía de la transición en la primera infancia: un estudio de caso. 671
Silvia Sierra Martínez (Universidad de Vigo -España-)
María Fiuza Asorey (Universidad de Santiago de Compostela -España-)
Angeles Parrilla Latas (Universidad de Vigo -España-)

Capítulo 48
 Dangers and opportunities of Big Data. Creating an appropriate legal framework. 685
Rastislav Spac (Committee of the Regions of European Union -Belgium-)

Capítulo 49
 Demanda de nuevas competencias en el ejercicio de la profesión periodística. Formación específica para el Periodismo de Datos 701
María Purificación Subires Mancera (Universidad de Málaga -España-)

Capítulo 50
 Una experiencia de fotografía mural como medio de investigación y comunicación. 711
Pablo-Luis Tejada Romero (Centro de Magisterio La Inmaculada, adscrito a la Universidad de Granada -España-)

Capítulo 51
 Construcción de la identidad cultural de las comunidades migrantes a través de los nuevos medios digitales 723
Enrique Vaquerizo Domínguez (U. Complutense de Madrid -España-)

Capítulo 52
 La investigación de las prácticas discursivas. Articulaciones y el análisis del discurso en el campo de la comunicación 739
Emilia Vázquez Bonne (Universidad de La Habana -Cuba-)
Mercedes María Nápoles Fernández (Universidad de La Habana -Cuba-)

Capítulo 53
 Transformaciones de la comunicación vinculadas a las TIC. Métodos de investigación 755
Olivia Velarde Hermida (Universidad Complutense de Madrid -España-)
Francisco Bernete García (Universidad Complutense de Madrid -España-)

Capítulo 54
 La crónica política en los medios nativos digitales españoles. 769
José Juan Verón Lassa (Universidad San Jorge -España-)

Capítulo 55
 El abordaje de los trabajos fin de grado en antropología social. 783
Evelina Zurita Márquez (Universidad de Málaga -España-)
Francisco Manuel Llorente Marín (Universidad de Málaga -España-)

BIBLIOGRAFÍA

- EGEA M. Narcocronistas: periodismo literario actual y de denuncia en México. Madrid, Ed. Rincón O. *La comunicación en mutación: remix de discursos*, CL/17-136. Centro de Competencia en Comunicación, Fundación Friedrich Ebert, 2017.
- ES JL, QUINTERO C. *Escribir en prensa*. Prentice Hall. Madrid, 2004.
- M. *La crónica periodística. Tres aproximaciones a su estudio*. Padilla. Sevilla, 2007.
- JO JM. *Cuestión de confianza: la credibilidad, el último reducto del periodismo del siglo XXI*. UOC, Barcelona, 2012.
- JO A. *La crónica periodística: un género personal*. Editorial Universitat de València, 2007.
- ZÁLEZ JC. La crónica periodística. Evolución, desarrollo y nueva perspectiva: desde la historia al periodismo interpretativo. *Global Media Journal Edición Iberoamericana* 2004; nº 1:26-39
- MUÑOZ X. *¿Cómo se construye la crónica periodística?* Redactum. Saarbrücken, 2014.
- . *Teoría de los géneros periodísticos*. UOC. Barcelona, 2008.
- L J. *Redacción periodística. Medios, géneros y formatos*. Síntesis. Madrid, 2003.
- VIVALDI G. *Géneros Periodísticos* (6ª Ed.) Ediciones Paraninfo. Madrid, 1998.
- DE SOUSA J. *Libro de estilo de Vocento*. Ediciones Trea. Gijón, 2003.
- LADEVEZE L. *Periodismo en la red: género, estilos y normas*. Universitat de València, 2015.
- JEZ JM, ALBALAD JM. Nuevas ventanas del periodismo narrativo en español: del boom del boom a los modelos editoriales emergentes. *Textual & Visual Media* 2; nº 5:287-310.
- JEZ WANGÜEMERT C. Las crónicas: algunas ideas sobre la credibilidad en el periodismo interpretativo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* 2005; nº 11:167-180.
- F, VERÓN JJ. *La eficacia de lo sencillo* (2ª ed). Comunicación Social. Sevilla, 2008.
- RRÍA R. *Redacción periodística en Internet*. EUNSA. Pamplona, 2006.
- MESA R. La crónica, un género del periodismo literario equidistante entre la producción y la interpretación. *Espéculo* 2006; nº32.

EL ABORDAJE DE LOS TRABAJOS FIN DE GRADO EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Evelina Zurita Márquez (Universidad de Málaga -España-)
Francisco Manuel Llorente Marín (Universidad de Málaga -España-)

1. INTRODUCCIÓN

"El Yo cognitivo es un Yo que debe aprender a descentrarse frente a los demás (...). Descentrarse significa suspender su juicio y devolver al horizonte de la conciencia los presupuestos de su cultura y de su sociedad, incluso los de su propia historia de vida"

(Maurice Godelier. En el mundo de hoy la antropología es más importante que nunca. 2016).

Los Trabajos Fin de Grado (TFG) se han convertido en un reto en la enseñanza universitaria. Según el Real Decreto 1396/2007 de 29 de octubre, este Trabajo debe estar orientado a la adquisición y desarrollo de las competencias generales de la titulación y, particularmente, las de asignaturas o materias específicas.

El TFG, que se presenta como colofón de los estudios de Grado es afrontado muchas veces por el alumnado con temor, con la indiferencia que reviste la obligatoriedad, con la desconfianza ante lo que se desconoce y, sobre todo, con inseguridad.

El profesorado que debe tutorizar estos Trabajos emprende esta tarea, en la mayoría de las ocasiones, desde el voluntarismo pues las horas asignadas (en la Universidad de Málaga de cinco a diez horas, dependiendo de los Grados), son del todo insuficientes para una tutorización adecuada.

Desde el Área de Antropología social de la Universidad de Málaga, encontramos que buena parte del alumnado de diferentes Grados que decide o le asignan dicha Área para realizar su TFG, presenta carencias importantes en competencias necesarias para desarrollar esta tarea con éxito. Entre ellas resaltamos las siguientes: afrontar la lectura comprensiva-reflexiva de documentos bibliográficos, análisis e interpretación de ideas complejas, expresión coherente de ideas propias y ajenas, así como carencias en el ámbito de la investigación.

Nuestra Área orienta los TFG desde la etnografía, y ello, por la aportación que puede proporcionar este tipo de investigación en los Grados en los que imparte docencia y de donde procede el alumnado de TFG (Criminología, Trabajo Social y

Estudios de Asia Oriental) y por las propias peculiaridades de la ciencia social de la Antropología. Consideramos que la investigación etnográfica no es sólo una metodología adecuada para abordar el conocimiento de problemas y fenómenos que tienen causas sociales y culturales, sino que es en sí misma una 'herramienta' formativa.

En nuestra práctica docente hemos encontrado que el uso de Guías Didácticas elaboradas por la propia Área para trabajar documentos de texto, audiovisuales e incluso para la realización de trabajos en los años iniciales del Grado, facilita al alumnado afrontar tareas académicas para las que se encuentra desprovisto de herramientas. Por ello, nos decidimos a elaborar una Guía Didáctica específica para desarrollar el TFG desde nuestra Área de conocimiento, movidos por:

1. Las carencias detectadas en el alumnado a lo largo de nuestra experiencia docente.
2. Las necesidades que el alumnado nos ha hecho llegar tanto en las clases, tutorías, como en entrevistas de valoración que se les solicita al finalizar el semestre.
3. La utilidad que el alumnado expresa que ha encontrado en otras Guías didácticas.

Si bien existe una extensa literatura acerca de cómo llevar a cabo investigación social, nuestro propósito es diseñar una Guía adecuada al nivel del alumnado de estos Grados, que no son de especialización en la disciplina antropológica.

2. PRIMEROS PASOS

La elección del tutor/a y Área de conocimiento, cuando es posible, es muy recomendable, pues el alumnado opta tanto por la disciplina desde la que va a abordar su TFG, como el docente y su modo de trabajar. A veces, esta búsqueda del tutor/a se convierte en un camino arduo y una parte del alumnado se mueve por títulos de líneas de investigación o títulos de trabajos que un tutor propone. Sugerimos al alumnado que no sea este el criterio, ni siquiera el fundamental, para la elección.

Cuando es posible elegir tutor/a, debiera hacerse desde el conocimiento de cómo trabaja ese Área, los horizontes formativos que se propone y cuáles son las peculiaridades de la disciplina desde la que se pretende acometer el TFG.

Los contactos previos con el tutor/a son vitales para que sean útiles de cara a ir aproximando posiciones acerca de los intereses del alumnado y líneas de investigación que propone el Área, y también para sentar las bases de las condiciones en las que va a realizarse el TFG y las competencias mínimas que van a alcanzarse.

3. EL DILEMA DE LA ELECCIÓN

Uno de los primeros caballos de batalla es el tema/problema o fenómeno sobre el que se va a investigar. Un poco más tarde, solo un poco, aparecerá otro: los aspectos que se van a abordar de dicho tema/problema o fenómeno.

El Área de Antropología social de la Universidad de Málaga ofrece unas líneas de investigación y el tema se concreta acordándolo con el alumnado. Creemos que

desde la elección del tema/problema o fenómeno se está ya andando un camino que puede facilitar u obstaculizar su desarrollo. Proponemos unos criterios a tener en cuenta para dicha elección:

- a) Que sea un tema/problema o fenómeno abordable desde el Grado en el que pretende graduarse.
- b) Que, además, sea posible un acercamiento antropológico al mismo, puesto que es el Área de conocimiento elegido o asignado al alumno/a. Por otro lado, es la disciplina desde la que el tutor/a puede realizar una orientación adecuada.
- c) Que el alumno/a no sólo tenga interés en el tema/problema o fenómeno, sino también una motivación para la indagación sobre el mismo.
- d) Que se establezcan, desde este momento, unos límites lo más precisos posible, así como que sea una realidad etnografiable y que el alumnado pueda tener acceso a ella.

Una vez realizada la elección del tema, es muy conveniente que el alumnado inicie un primer rastreo de documentos, gráficos, mapas, estadísticas, censos, informes, audiovisuales, etc. sobre el mismo para ir contextualizándolo. La búsqueda de bibliografía específica, quedaría para un segundo rastreo de cara a una aproximación al estado de la cuestión.

4. DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN A LA INVESTIGACIÓN PROPIAMENTE DICHA

Antes del diseño del proyecto, debiera realizarse un acercamiento previo a la realidad que va a ser analizada a modo de exploración, con la finalidad de documentarse sobre ella y decidir y planificar desde qué perspectiva se va a orientar la investigación (Quintana, 2006: 51-52). Aconsejamos al alumnado que, desde este momento, lleve consigo el diario de campo, pues pueden encontrar situaciones que podrían ser muy útiles para la posterior investigación: conversaciones en restaurantes, transporte público, visionado de películas, conversaciones informales con familiares, amigos, situaciones en la calle, programas de radio, de TV, etc.

El diseño del proyecto etnográfico, además de necesario, es crucial para un desarrollo adecuado de la investigación. Un buen diseño facilitará que los pasos a seguir en el proceso se dirijan de forma focalizada a la consecución de los objetivos con los medios más apropiados.

El diseño debiera entenderse como la planificación de la investigación, el esbozo de los medios y cómo se va a proceder en la misma. Este debiera entregarse al tutor con suficiente antelación para aclarar, desarrollar, rectificar o modificarlo antes de adentrarse en la investigación propiamente dicha.

El proyecto de investigación tiene que contener, al menos, los siguientes apartados¹ cuidadosamente desarrollados: objeto de estudio, objetivos, marco teórico, metodología, técnicas de investigación, planificación y temporalización.

¹ Estos apartados están fundados en el artículo de Zurita y Llorente, 2015. Aquí se presentan orientados al desarrollo de un TFG.

4.1. Objeto de estudio

En este apartado se aborda la selección de los aspectos concretos en los que se va a centrar la investigación, es decir, las delimitaciones del tema/problema o fenómeno sobre el que se va a indagar, además de la localización del trabajo etnográfico: límites territoriales y/o institucionales donde se va a desarrollar la investigación (barrios, zonas, organismos...) (Rubio y Varas, 1999: 181-183).

Otro aspecto que debe desarrollarse es la contextualización del tema/problema o fenómeno. Esta contextualización podría contener, entre otras informaciones: el marco geográfico, características sociodemográficas y el entorno ecológico-económico. Tratar esta cuestión no significa mostrar una serie de datos sin más, sino que estos deben ser datos útiles e integrados en la investigación. Por otro lado, es necesario explicitar aquí en qué población va a centrarse la etnografía y qué variables van a tenerse en cuenta (edad, sexo, ocupación, etnia, qué relación tiene con el tema/problema o fenómeno).

4.2. Los referentes teóricos

Cualquier investigación debe dar cuenta del marco teórico en el que se encuadra. Este es otro de los caballos de batalla del alumnado. Con frecuencia se confunde el marco teórico con la exposición de un rosario de teorías, ideas de unos y otros (a veces, se convierte en un recorta, copia y pega de párrafos de pensadores e investigadores). Incluso hemos encontrado como marco teórico una lista de prejuicios, estereotipos o conclusiones poco rigurosas presentadas como ideas propias.

Recomendamos centrar este apartado en el desarrollo de las ideas que van a servir de referentes teóricos desde los que se van a recoger, organizar, clasificar los datos del trabajo de campo y, lo que es fundamental, analizar e interpretar los mismos.

El marco teórico debe ser fruto de la selección de los referentes teóricos que van a guiar el trabajo etnográfico, la lectura comprensiva y reflexiva de los mismos e, incluso, la puesta en cuestión de algunos de estos referentes teóricos. Estos no solo deben estar debidamente citados y referenciados, sino imbricados en todo el proceso de investigación.

Este trabajo de gabinete debe realizarse previamente al trabajo de campo, aunque puedan requerirse ciertas lecturas y consultas en el proceso mismo de la investigación.

4.3. Objetivos e hipótesis

Los objetivos de la investigación muestran qué se pretende saber acerca del objeto de estudio, deben precisar sobre qué cuestiones se van a indagar y señalar desde qué perspectiva. Como regla de oro recomendamos que los objetivos sean abarcables, abordables y muy explícitos. Objetivos muy ambiciosos pueden dar al traste con una investigación. Objetivos no abordables: por el tiempo del que se dispone para llevar

a cabo la investigación, por una formación del investigador/a no adecuada para su desarrollo o por un número excesivo de ellos, dificulta sobremanera que culmine con éxito la investigación.

Los objetivos no deben versar sobre lo que se considera deseable abordar, o lo que se cree que puede gustar a quien evalúa (en este caso, el TFG), sino que deben ser resultado de una reflexión sostenida acerca de qué se pretende saber, en relación al grado de profundización que exige el tipo de investigación que se va a llevar a cabo y la finalidad de la misma.

Es conveniente distinguir entre objetivos generales y específicos. Los generales pueden presentarse como grandes bloques temáticos que desglosan el objeto de estudio (recomendamos uno o dos objetivos generales como máximo). Los objetivos específicos deben desgranar cada objetivo general, concretándolo al máximo. Cuanto más y mejor se concreten, más fácil será abordarlos (aconsejamos que se establezcan de tres a cinco objetivos específicos como máximo).

Por otro lado, la utilidad de las hipótesis es servir como guía de la investigación y deben explicitar lo que se está buscando. Pueden ser formuladas como intentos de explicación de los aspectos del tema/problema o fenómeno que se aborda (deben ser concretas, significativas y contrastables mediante datos) (Rubio y Varas, 1999: 175-176). Sugerimos no más de dos o tres hipótesis.

4.4. Metodología y técnicas de investigación

La metodología tiene que adecuarse al objeto de estudio y objetivos propuestos. Según Maurice Godelier en una entrevista con Sophie Caratini, la antropología, como ciencia social, tiene como objetivo abordar las cuestiones desde "la inmersión en la sociedad y cultura como principal imperativo metodológico" (Caratini, 2013: 104).

Nuestra propuesta de trabajo de investigación se orienta a imbricar el tema/problema o fenómeno a investigar con la organización social, económica y política, así como con las ideas y valores de esa sociedad. El propósito es intentar entender los mecanismos complejos y contradictorios que los causan y tratar de explicarlos (Mandly, 2010).

Si bien la metodología cuantitativa puede ser útil como apoyo de estudios sociales, proponemos, en principio, la metodología cualitativa pues es la más apropiada para afrontar el estudio tanto de los discursos como de los significados.

En cuanto a las técnicas de investigación, estas deben ser elegidas por su adecuación al objeto de estudio y metodología, así como que atiendan a los distintos planos que debe abordar el estudio etnográfico: plano de las acciones (comportamientos), plano de los discursos (tanto en el ámbito de lo que se piensa como en el de lo que se dice).

La observación, tanto participante como no participante, se presenta como una técnica básica para atender ambos planos. Como técnicas que pueden completar este espectro, recomendamos la elección de la entrevista (tanto informal, como en

profundidad, estructurada y semiestructurada), y/o la historia de vida. La encuesta puede ser utilizada como una técnica complementaria, pero en ningún caso como alternativa a las anteriores. Obviamos otras técnicas etnográficas porque nos parecen más complejas para un alumnado no especializado en investigación social.

4.5. Planificación del trabajo etnográfico

Una planificación realista ayuda a la consecución de los fines y contribuye a que el alumnado vaya trazando metas que, al ser alcanzadas, le anima a seguir adelante. Debe planificarse todo el proceso, desde la elección del tema hasta la redacción final del Informe o Memoria, pasando por el trabajo de campo.

Puede que no sea posible cumplir a rajatabla lo planificado. Ello no debe ser preocupante, siempre que no se sobrepasen los límites posibles de no poder cumplir con los plazos oficiales de entrega de la Memoria o Informe final.

5. A PIE DE CAMPO

No se puede identificar etnografía y trabajo de campo, pues aquella es más amplia que este. El trabajo de campo es la herramienta fundamental de la etnografía. Es el eje sobre el que pivotará la investigación, pues este ofrecerá los datos que serán analizados e interpretados a la luz del marco teórico. El trabajo de campo requiere también de un diseño previo. Es decir, que previamente a adentrarse en el campo es conveniente realizar lectura reflexiva sobre la literatura acerca de la cuestión. También unas visitas de prospección para una toma de contacto con el contexto en el que se va a investigar y con la población potencial a estudiar, como punto de partida para la posterior selección de la muestra.

5.1. Informantes

La muestra, es decir, esa parte de la población a estudiar de la que se pretende extraer información sobre la totalidad de dicha población, debe ser seleccionada de forma cuidadosa y sistematizada y no caer en incorporar a la muestra a quien primero y más fácilmente se presenta como accesible.

El proceso de selección de informantes suele ser largo y comienza incluso en aquellas primeras incursiones en el campo. Se puede contar con una variabilidad de informantes: aquellos en los que directamente estará centrada la investigación, informantes indirectos que están relacionados colateralmente con el problema o fenómeno que se va a estudiar y los informantes clave o que cuentan con información especializada sin estar implicados directamente (Rubio y Varas, 1999).

La selección debe realizarse priorizando la utilidad de los informantes para la investigación por: su implicación en el problema o fenómeno, por variables como

sexo, edad, estrato social y, también, son factores a tener en cuenta la disponibilidad y disposición a participar en la investigación.

Por otro lado, la muestra debe ser lo suficientemente amplia y variada como para que pueda proporcionar información sobre los distintos aspectos que se van a abordar.

5.2. Dónde y qué información buscar en el trabajo de campo

El trabajo de campo en ciencias sociales exige el contacto directo con personas inmersas directa e indirectamente en el problema/fenómeno que se va a abordar. Y ello porque la indagación etnográfica requiere comprender lo que las personas hacen, dicen y piensan.

"Lo que me interesa es la lógica de los otros. Siguen una lógica para pensar y para actuar. Yo trato de descubrir esa lógica que más tarde dará sentido a sus matrimonios, sus asesinatos, todo lo que hacen" (Godelier en entrevista con Caratini, 2013: 158).

Asimismo, es necesaria también una relación directa con el ámbito territorial y social en el que se va a desarrollar la investigación. Este contacto cercano permitirá la familiarización con el contexto en el que tienen lugar los acontecimientos relacionados con el tema/problema o fenómeno, así como captar informaciones que no pueden obtenerse a través de los discursos.

Por ello, es aconsejable que tanto la observación, entrevistas e historias de vida, se lleven a cabo *in situ*, en el contexto específico de los informantes. La tarea del etnógrafo no es solo la de registrar información, sino que debe analizarla e interpretarla. Para ello es fundamental este contacto directo y continuado con el contexto.

5.3. Registro de la información

La información directa e indirecta debe quedar registrada para su análisis posterior. Se aconseja que para el registro de las entrevistas e historias de vida se utilice grabadora (siempre contando con el consentimiento de los informantes).

La transcripción literal es absolutamente ineludible, aunque sea tediosa y exija un tiempo considerable. Debe ser exactamente fiel a lo dicho por el sujeto en los tiempos y formas en que lo expresa. Para la transcripción existe software informático que agiliza bastante esta pesada tarea. La transcripción permite la posterior ordenación, clasificación, análisis e interpretación de la información.

En las historias de vida es necesaria la transcripción y análisis inicial de la información de una sesión antes de llevar a cabo la siguiente, pudiendo así detectar cuestiones que deben aclararse o desarrollarse en las sesiones posteriores, además de descubrir lagunas que debieran ser cubiertas en sucesivos encuentros.

La observación sistematizada y no sistematizada debe reflejarse en el diario de campo (ya señalamos que puede abrirse al inicio del proyecto de investigación). Aquí

quedarán registrados datos que no pueden recogerse de otro modo y también impresiones personales, ideas que surgen de forma espontánea, etc. a lo largo del proceso de la investigación en general y del trabajo de campo en particular.

El diario de campo tendría que acompañar siempre al investigador para poder tomar nota en el momento que se produce cualquier situación que resulte de interés para la investigación.

Es importante organizar el diario de campo siguiendo unos criterios, esto facilitará, por una parte, organizar y estructurar la información y, por otra, separar esta información de comentarios, sugerencias, impresiones, ocurrencias... Existen algunos criterios utilizados por investigadores sociales como: dividir el diario de campo en secciones, por colores, dedicando página izquierda a recoger reflexiones, sugerencias teóricas y prácticas, etc. y página derecha a registrar solo datos (de contextualización de las entrevistas e historias de vida, datos de observación, etc.). Aconsejamos que el propio alumno/a sea quien establezca los criterios que más se adecúen a su forma de trabajar.

Otros elementos útiles de registro de información son las fotografías, grabaciones audiovisuales, dibujos realizados por el propio investigador, etc.

6. ELABORACIÓN DEL INFORME-MEMORIA FINAL

Si bien las Facultades presentan un esquema de la Memoria final de TFG por titulaciones, desde el Área de Antropología social de la Universidad de Málaga proponemos el siguiente esquema, sin menoscabo de los cambios que el alumnado considere oportunos.

6.1. Introducción

En ella puede presentarse el tema de la investigación, la motivación que ha llevado a su elección, así como el interés de la investigación y qué puede aportar.

6.2. Cuestiones formales

Para el objeto de estudio, referentes teóricos, objetivos e hipótesis, metodología y técnicas de investigación, nos remitimos a lo expuesto en el epígrafe 4. "Del proyecto de investigación a la investigación propiamente dicha", contemplando aquellas modificaciones que se hayan sucedido en cada uno de estos apartados desde el momento inicial del proceso.

6.3. Resultados de la investigación

Este debe ser el epígrafe más amplio de la Memoria. Aconsejamos dividirlo en varios subepígrafes y nombrarlos según el contenido desarrollado en ellos. Recomendamos títulos sugerentes que inciten o, al menos, guíen su lectura.

Encontramos, con frecuencia, Trabajos Fin de Grado en los que los resultados de la investigación se resuelven con una mera presentación de datos, sin análisis e interpretación alguna. Pero aquí es necesaria la organización de la información, clasificación de datos, así como su análisis e interpretación y todo ello en conexión con los objetivos, hipótesis y marco teórico.

Como señalamos más arriba, orientamos dicho análisis e interpretación desde la imbricación con aspectos sociales y culturales, que son los ejes de la disciplina antropológica.

La redacción final de este apartado será resultado de varias redacciones iniciales que deberán ser revisadas conjunta y sistemáticamente por el alumno/a y el tutor/a. Incluso es posible que sea necesaria alguna vuelta breve al campo para cubrir lagunas detectadas o para confirmar ciertos datos que no han quedado asentados durante el trabajo de campo.

6.4. Conclusiones del Informe-Memoria

La tentación permanente del alumnado es abordar este apartado como un breve resumen de la investigación. Sin embargo, debiera ser un epígrafe donde se plasman las ideas principales a las que se ha llegado tras la investigación. Las conclusiones o consideraciones finales deben presentar los logros alcanzados de una forma clara, coherente y reflexiva.

6.5. Bibliografía y otras referencias

En este apartado quedarán referenciados todos los libros, artículos, documentos, webs... citados a lo largo de todo el proceso de la investigación. Recomendamos que se utilice para la citación de fuentes bibliográficas y documentales el formato de citación APA (*American Psychological Association*).

6.6. Anexos

Aquí pueden adjuntarse los documentos gráficos, periodísticos, fotográficos..., que supongan una información complementaria para una mejor comprensión del TFG, tanto para el tutor como para el tribunal evaluador.

7. EPÍLOGO

Uno de nuestros compromisos como docentes de cara a la formación del alumnado y a la consecución de los objetivos académicos, es facilitar tareas que este debe afrontar a lo largo de su carrera universitaria. Los TFG desde el Área de Antropología de la Universidad de Málaga se plantean no sólo como una investigación que debiera

realizarse del mejor modo posible, de cara a la culminación formativa del Grado que la Universidad española ofrece, siro

"también como un trabajo consigo mismo (...), una dimensión ética, que implica humildad y responsabilidad" (Godelier en entrevista con Caritini, 2013: 13)

8. BIBLIOGRAFÍA

- CARATINI S (2013). *Lo que no dice la antropología*. Editorial Disenso. Madrid (España).
- GODELIER M (2016). En el mundo de hoy la antropología es más importante que nunca. *AIBR Revista de Antropología Iberoamericana*, 11: 59-77.
- MANDLY A (2010). *Los caminos del flamenco. Etnografía, cultura y comunicación en Andalucía*. Editorial Signatura. Sevilla (España).
- QUINTANA A (2006). Metodología de investigación científica cualitativa. En: Quintana A, Montgomery W. *Psicología y tópicos de la actualidad*. Lima, UNMSM, pp. 47-84.
- RUBIO MJ, VARAS J (1997). *El análisis de la realidad en la intervención social. Métodos y técnicas de investigación*. CCS. Madrid (España).
- ZURITA E, LLORENTE FM (2015). La etnografía como herramienta formativa en la enseñanza superior. *Opción Revista de Ciencias Humanas y Sociales*. Número extraordinario 1: 574-589.