

LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

Guía para la dirección del trabajo final de grado

Alejandro Álvarez Nobell
aalvareznobell@gmail.com

La siguiente guía surge del trabajo de la discusión, el seguimiento y la dirección de trabajos finales de grado en Comunicación, a partir de las dudas y sugerencias que han ido produciendo en tales procesos. No es un manual, ni una receta (ya que atentaría con la dialéctica propia del proceso de investigación), sino más bien un repositorio de recomendaciones y pautas comunes de trabajo.

El enfoque está orientado a trabajos que incluyen estudios de casos, pero su estructura es adaptable en general a los distintos tipos de trabajos posibles de realizar. Debe ser complemento de los **manuales de metodología** y de los **reglamentos propios** de cada institución.

1. Etapas (Duración promedio: 10 meses)

- a. Contacto y acuerdos de trabajo (semana 1)
- b. Momento epistemológico:
 - Elección del tema: preguntas, casos posibles de estudio, motivaciones, intereses. (Semana 2 y 3)
 - Investigación preliminar: abordaje descriptivo de la institución a estudiar. Búsqueda de problemas de la realidad. VER ANEXO I (Semana 4 a 6)
 - Planteamiento investigador: tema, antecedentes, problema, objetivos, hipótesis (Semana 7 a 9)
 - Marco teórico: antecedentes, teoría del objeto, conceptualizaciones (Semana 10 a 14)
- c. Momento técnico y metodológico.
 - Marco Metodológico: diseño metodológico, muestreo, operacionalización, instrumentos, pruebas (Semana 15 a 17)
 - Trabajo de campo (Semana 18 a 22)
- d. Momento teórico
 - Análisis e interpretación de datos (Semana 22 a 26)
 - Conclusiones (Semana 27)
 - Elaboración final del informe (Semana 28 y 29)
- e. Evaluaciones
 - Correcciones y estilo (Semana 30)
 - Primera Lectura integral del director (Semana 31 a 33)
 - Correcciones (Semana 34)
 - Lectura Final y carta de recomendación (Semana 35)
- f. Presentación
 - Maquetado e imprenta (Semana 36 y 37)
 - Presentación (Semana 38)
 - Defensa oral (A las 4 semanas)

2. General

- Se debe tener mucha claridad en tipo de trabajo a realizar en función de la reglamentación vigente.

La investigación en comunicación

Guía para la dirección del trabajo final de grado

- Es normal en un proceso de elaboración científica que haya cambio a diario en los planteos, los objetivos, las estructuras, por eso es muy importante seguir una secuencia lógica.
- Ir avanzando en las cuestiones de forma y de fondo de manera paralela.
- No se debe entrar al campo sin tener un planteo investigador definido del todo.
- División del trabajo: el producto final no puede ser un mosaico como producto de las divisiones internas que realizaron para poder avanzar.
- Más allá de los títulos que separan, el texto debe ser uno sólo, debe haber una coherencia perfecta, como eslabones de una misma cadena.
- A los fines de la evaluación, el Director puede sugerir a la Institución integrantes del tribunal que sean expertos en la materia en cuestión.
- Es muy importante tener presente la siguiente secuencia y coherencia:
 - o Problema = Objetivo general
 - o Preguntas de investigación = Objetivos particulares
- Por lo general el contenido del trabajo es el siguiente:
 - o **CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.** Se especifica el objeto de estudio, su delimitación, justificación y relevancia; como así también los antecedentes relevados, el problema y los objetivos sobre los cuales versará el estudio.
 - o **CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL.** Aquí se realiza una introducción al análisis del sector en el cual se encuentra nuestra unidad de análisis; una descripción detallada de la historia de la misma y de su realidad actual. Este capítulo es el resultado de una investigación preliminar que nos permitió un acercamiento a la realidad organizacional y su consecuente elección como caso de estudio.
 - o **CAPÍTULO III: MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL.** Este apartado responde al objetivo de constituir una teoría del objeto sobre la temática seleccionada que nos permitiese partir de conceptos comunes, determinar las variables y dimensiones para el trabajo de campo y luego, ser fuente para el análisis y la interpretación de los resultados. En él damos cuenta de los trayectos existentes sobre las distintas perspectivas y teorías; seleccionamos y describimos un modelo de análisis a los fines de nuestros propósitos; y conceptualizamos en detalle las dimensiones y variables de estudio.
 - o **CAPÍTULO IV: MARCO METODOLÓGICO.** En este capítulo se desarrolla la perspectiva metodológica adoptada. También se especifican el diseño metodológico elegido, las diferentes técnicas de recolección y análisis de datos, con la descripción de las unidades de análisis y tipo de muestreo utilizado. Por último, se realiza una descripción del trabajo de campo.
 - o **CAPÍTULO V: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.** Este apartado tiene por fin, analizar cada uno de los objetivos planteados a la luz de los datos recolectados acerca de las variables del estudio y con base en la teoría del objeto propuesta.
 - o **CAPÍTULO VI: DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN.** Aquí se propone una sistematización de los resultados a modo de diagnóstico comunicacional (Este capítulo no siempre está, sino según los objetivos planteados).
 - o **CAPÍTULO VII: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.** A partir del diagnóstico se determinan aquellos puntos claves sobre los cuáles realizar estrategias comunicacionales futuras. También se plantean posibles interrogantes que puedan orientar futuras investigaciones y estudios sobre la cuestión.

2.1. Estructura formal (para el informe)

- o Portada
- o Hoja de respeto
- o Título
- o Dedicatoria
- o Índice de Contenidos
- o Índice de Tablas
- o Capítulo I: Introducción

La investigación en comunicación

Guía para la dirección del trabajo final de grado

- Presentación, delimitación y justificación del tema
- Antecedentes
- Problema y objetivos de investigación
- Estructura de trabajo
- Capítulo II: Marco Referencial
 - Situación contextual y análisis del sector
 - Características de la organización
- Capítulo III: Marco Teórico - conceptual
- Capítulo IV: Marco Metodológico
 - Tipo y diseño de investigación
 - Técnicas de recolección de datos
 - Unidad de análisis y muestreo
 - Operacionalización de variables
 - Instrumentos de recolección de datos
 - Trabajo de campo
- Capítulo V: Análisis e interpretación de datos
 - Análisis de datos
 - Interpretación y conclusiones preliminares
- Capítulo VI: Conclusiones y recomendaciones
- Bibliografía
- Anexos

3. La Introducción (15 a 20 páginas)

- **Presentación:** cuál es el objeto de estudio, el tema sobre el cual se va a indagar. Es un planteo de tipo genérico. Ej: la comunicación interna en las organizaciones
- **Delimitación:** campo de estudio que se va a abordar.
- **Justificación del tema:** qué importancia tiene para que justifique su estudio y cuál va a ser nuestro aporte.
- **Antecedentes sobre el TEMA/PROBLEMA:** que se ha hecho sobre el tema. No deben faltar los antecedentes de prácticas académicas: congresos, carreras, especializaciones; y los trabajos realizados en la ECI respecto al tema. Procuren estructurar los antecedentes en Autores y corrientes, líneas de investigación, trabajos finales realizados y actividades de extensión o profesionales sobre el tema. Debe ser más bien descriptivo/enumerativa, más que argumentativo.
- **Problema:** preguntas de investigación, planteamiento, objetivo general y particulares.

4. Marco referencial (3 a 5 páginas)

- Debe contener una descripción detallada y sistematizada de la realidad organización o del caso de estudio, el contexto y/o sector. Ver ANEXO I.

5. Marco teórico-conceptual (20 a 30 páginas)

- El marco teórico se construye en forma de pirámide invertida, de lo general a lo particular SIEMPRE.
- Tiene 3 partes: antecedentes (descriptivos), teoría del objeto (argumentativo) y catálogo de conceptos (descriptivo).
- Tiene que ser un corpus homogéneo, muy claro, bien sistematizado. Se nota cuando es un copy page. OJO con eso.
- No debe haber reiteraciones sin sentido, ni lagunas teóricas.

La investigación en comunicación

Guía para la dirección del trabajo final de grado

- Cuando se hace la revisión bibliográfica/fuentes uno debe dar cuenta de los que se llama "La biblioteca". Significa conocer (mencionar en el trabajo) las distintas corrientes sobre un tema (por ejemplo: el concepto de cultura es abordado desde el funcionalismo, el estructuralismo, etc.). Para cada uno de estas corrientes hay autores clásicos y seguidores (más contemporáneos).
- Respecto de las líneas de investigación, tiene que ver con las diversas dimensiones de estudio respecto de un tema. Por ejemplo, en los estudios los discursos hay líneas que van desde el emisor, otras desde el mismo mensaje, y otros desde el receptor.
- Una forma práctica es ir construyendo un mapa conceptual de temas y autores que vayas relevando sobre su tema de estudio. Revisar los autores presentes en la bibliografía de cada antecedente. Esos les permite armar una red de relaciones de temas, autores, corrientes y líneas de investigación. Identifiquen de cada antecedente que tenga, autor/es, tema, año, corriente/perspectiva y concepto clave. Pueden identificar la frecuencia también con la que es referenciado. A su vez van vinculando y/o relacionado cada antecedente entre sí.
- No deben sintetizar ni utilizar todos lo que lean o investiguen, si debe citarlo luego en la bibliografía, y deben dar cuenta y justificar lo que eligieron y lo que no eligieron para su marco teórico. Por ejemplo, no me pueden hablar que van a entender a la organización como un sistema (funcionalismo) y que van a entender a la comunicación como manifestaciones de la cultura (que es una perspectiva interpretativa).
- Los artículos de revistas suelen ser muy claros y esquemáticos, y la bibliografía actualizada. Ese es una gran fuente. Vean artículos de los últimos 5 años, que a su vez se construyen con antecedentes de hasta 5 años para atrás (eso por normas editoriales)

6. Marco metodológico (5 a 10 páginas)

- Tipo y diseño de investigación: varían según los textos de metodología.
- Técnicas de recolección de datos: deben ser acordes al diseño seleccionado.
- Unidad de análisis y muestreo: deben ser precisados con exactitud.
- Operacionalización de variables: surge del marco teórico, no puede indagarse nada que no haya sido planteado en la teoría del objeto oportunamente. Tener en cuenta el nivel de abstracción de las variables/indicadores/ítems.
- Instrumentos de recolección de datos: debe proponerse un modelo, hacer las pruebas y ajustes.
- Trabajo de campo: se debe relatar el proceso llevado a cabo, dando cuenta de la experiencia.

7. Análisis e interpretación de datos (20 a 25 páginas)

- Se debe seguir la estructura de la operacionalización.
- La tabulación y el análisis para ser bien precisos.
- La interpretación puede denominarse conclusiones preliminares.
- Sistematicen más la información poniendo títulos, subrayando, poniendo negrita en las variables que analizan.
- Este capítulo se puede desdoblar si hay una propuesta de modelo de intervención.

8. Conclusiones (5 a 10 páginas)

- Recuperan explícitamente los objetivos y deben fundamentar su cumplimiento o no.
- Temas pendientes, autocríticas al trabajo, futuras preguntas de investigación para nuevos trabajo.

9. Bibliografía (hasta 5 páginas)

- El 70% de las referencias debe ser de los últimos años, a excepción de aquellas temáticas que no lo hagan recomendable. Al menos el 50% serán referencias a artículos de revistas científicas universitarias, excepto si se trata de un tema tan original que no haya hemerografía científica pertinente. Se acepta hasta el 20% de autocitación, con un máximo de 3 autocitas, sólo de textos

La investigación en comunicación

Guía para la dirección del trabajo final de grado

publicados. Sólo se incluirán referencias bibliográficas que hayan sido citadas en el texto del artículo. Parte de la bibliografía ha de ser en lengua inglesa.

- No olvidar las fuentes que se utilizaron para la investigación preliminar (web de la empresa, documentos X, etc.)
- Agreguen en la bibliografía el texto sobre las normas APA para citar y las referencias bibliográficas.
- Los anexos (desgrabaciones, entrevistas, etc.) suelen ir en un CD pegado en la contratapa.
- Los artículos, si están online, sólo deben ir correctamente reseñados en la bibliografía, NO SE ANEXAN.

10. Recomendaciones de redacción y estilo

- Las normas más utilizadas para la citación son las APA. Se adjunta en el ANEXO II
- Revisen MUY BIEN los interlineados y la puntuación.
- Hagan la citación correcta de los trabajos finales rastreados. NO SON TESIS... son TRABAJOS FINALES DE GRADO
- Las notas al pie no son nunca bibliográficas, son aclarativas o ampliatorias de algún concepto
- Las grandes enumeraciones se hacen con punto y coma.
- Los puntos aparte implican un cambio de idea, concepto, planteamiento. Con lo cual el párrafo debe tener sentido en sí mismo. Si hay un cambio de tema, y no se justifica un subtítulo, va una línea en blanco.
- No usar términos ambiguos del tipo: muchos, pocos, algunos...
- La redacción debe estar en pasado, en tercera persona del singular. Ustedes dan cuenta de lo realizado.
- Los capítulos llevan un párrafo de introducción siempre. Es muy difícil que el tribunal lea todo el trabajo de corrido.
- CUIDADO con las repeticiones... Nuestra lengua es muy rica, usar sinónimos, sino el trabajo peca de muy pobre y es aburrido leerlo.
- Ojo con impresiones espacio temporales que acaban en lagunas... No usar: en nuestro país, en la ciudad, el año pasado, etc. Se pone: En Argentina, en Córdoba... etc.
- Los números van en letra... salvo que sean montos complejos mayores a mil, o sean fechas.
- Las grandes enumeraciones se comienzan con dos puntos, no con comas.
- Ojo con las descripciones que no aportan datos relevantes (Ej: las calles entres las que queda la casa central, cómo llegar a la oficina de Luis...)
- No usar vulgarismos. Ej: se va... Correcto: SE ACCEDE.; entran.... INGRESAN; pegado.... CONTIGUO; parte de atrás... SECTOR POSTERIOR.
- No se atribuyan valoraciones propias de la empresa. Hagan citas directas o indirectas según corresponda.
- No se usan abreviaciones propias del chat!!!: q, Gte., Gral,

La investigación en comunicación

Guía para la dirección del trabajo final de grado

ANEXO I

AUDITORÍA Y DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL PARA LA INVESTIGACIÓN PRELIMINAR

LA ORGANIZACIÓN

- Razón Social. Nombre, dirección, teléfono, fax, casilla de correo, etc. Sector Institucional al que pertenece: público, privado o tercer sector (OSC, Cooperativas, fundaciones, mutuales, etc.).
- Descripción de la actividad/actividades
- Historia: año de constitución, dónde, cuándo y quienes la formaron; motivaciones y condiciones del contexto. Etapas fundamentales en la evolución institucional (breve desarrollo)
- Lineamientos de acción: objetivos institucionales, misión, visión, valores. Políticas generales de acción en relaciones internas y externas.
- Identidad Visual: logo, elementos lingüísticos, cromáticos e icónicos. Slogans. (Indagar si hubo modificaciones o cambios sustanciales y sus motivos.)
- Localización y dimensiones: sede principal, sucursales, filiales, delegaciones, franquicias. Estructura edilicia: descripción considerando estilos, colores, materiales predominantes en fachada es interiores, amoblamiento decorativo, iluminación, distribución de espacios.
- Estructura organizativa (organigrama de funcionamiento). Identificación de la función de Comunicación en el organigrama.
- Recursos Humanos: fundador/res, formación, reciclaje, cohesión interna, implantación sindical, retribución e incentivos.
- Instituciones con las que se relaciona: proveedores, clientes, asesores, gobiernos, otras instituciones (Mapa de Públicos).

COMUNICACIÓN INTERNA

- Indagar si existe un área de comunicación interna, sus responsables, presupuesto y recursos humanos asignados. Describir su funcionamiento.
- Indicar si existe una política de comunicación interna explícita, si se aplica y si tiene coherencia con las demás políticas de la organización. Describe como se planifica la comunicación.
- Indagar y describir el público interno (cantidad, sexo, edad, clase social, tipo de relación con la organización)
- Identificar y describir los medios que utiliza la organización para la comunicación interna. Indagar el origen y la justificación en la utilización de cada una de esas técnicas.
- Indagar si se recaba, y de qué manera, la opinión del público interno.
- Indagar si la organización ha pasado por alguna crisis interna y cómo la ha superado.
- Considerar la distribución del espacio y la ambientación como manifestación de la comunicación. Realizar un relevamiento fotográfico de la organización y acompañarlos de observaciones.

COMUNICACIÓN EXTERNA

- Indagar si existe un área de comunicación externa, sus responsables, presupuesto y recursos humanos asignados. Describir su funcionamiento. Si se terceriza, de qué manera se realiza.
- Indicar si existe una política de comunicación externa explícita, si se aplica y si tiene coherencia con las demás políticas de la organización. Describe como se planifica la comunicación.
- Identificar y describir los medios y técnicas que utiliza la organización para la comunicación externa. Analizar y adjuntar ejemplos.
- Indagar si la organización tiene determinados los públicos meta (por edad, sexo, clase social, intereses, medios de comunicación, etc.)

La investigación en comunicación

Guía para la dirección del trabajo final de grado

ANEXO II

FORMAS DE CITACIÓN Y REFERENCIAS

En base al Manual de Estilo de la American Psychological Association (APA).

INTRODUCCIÓN

¿Por qué usar un Manual de Estilo?

Se recomienda utilizar un Manual de Estilo para redactar un documento ordenado, estructurado y organizado. A su vez, al usar un Manual de Estilo se le permite a los lectores ubicar las fuentes de referencia que haya utilizado el investigador para lograr el escrito.

¿Qué es el APA?

Este Manual de Estilo describe los requerimientos para preparar y presentar manuscritos. Está dividido en capítulos y cada uno aborda elementos desde que se tiene un concepto inicial (tema) hasta la publicación del manuscrito. Por ejemplo, cómo organizar el material, expresar las ideas, el estilo adecuado de acuerdo al tipo de manuscrito, información sobre el uso de procesadores de palabra y el formato para las referencias bibliográficas. Aunque existen otros manuales de estilo, APA es el más recomendado por su sencillez y fácil manejo.

ESTILO DE REDACCIÓN

Formato del manuscrito:

1. Márgenes: 1" a la izquierda, derecha, abajo y arriba; excepto en las tesis que, por motivos de la encuadernación, se deja un margen izquierdo de 1.5".
2. Tipografía: Times New Roman, tipo 12 (legibilidad).
3. Espacio: doble espacio entre líneas en todo el texto (incluyendo las notas a pie de página y la lista de referencias o bibliografía).
4. Títulos: deben contener de 10 a 12 palabras (concisión).
5. Portada: encabezamiento, título completo (puede usar subtítulos también), autor y fecha y otros elementos que le sean requeridos.
6. Bajo ningún concepto, se justifica (Justify) el escrito.

MANEJO DE INFORMACIÓN EN EL TEXTO

Citas directas:

- Transcribir literalmente de un texto

1. Menos de 40 palabras

- Se incorporan en el texto y se escribe entre comillas y su debida procedencia (apellido autor, año y página).
- Ejemplo:

Se habla constantemente sobre las diferencias entre los sexos: "En estudios psicométricos realizados por la Universidad de Connecticut, se ha encontrado que los niños tienen menos habilidades que las niñas" (Ferrer, 1986, p. 454).

2. Más de 40 palabras

- Se escriben fuera del texto, en bloque indentando 5 espacios a la derecha o un tab, en doble espacio. Al terminar la cita, se escribe entre paréntesis el apellido del autor, año de publicación y el número de páginas. Puede escribirse el apellido

La investigación en comunicación

Guía para la dirección del trabajo final de grado

y el año al anunciar la cita, escribir la cita en bloque y cerrar con el número de página o el año y página. Queda a discreción del autor el orden en que escribe estos elementos: apellido autor, año y número de página).

- Ejemplo:

Miele (1993) encontró lo siguiente:

El "efecto de placebo" que había sido verificado en estudio previo, desapareció cuando las conductas fueron estudiadas de esta forma. Las conductas nunca fueron exhibidas de nuevo aún cuando se administraron drogas verdaderas. Estudios anteriores fueron claramente prematuros en atribuir los resultados al efecto de placebo (p. 276).

Citas indirectas:

- El autor parafrasea la información que obtiene de un texto y utiliza sus propios términos. Por eso, debe hacer referencia al autor original y al año de la publicación y no adjudicarse planteamientos ajenos. Estas, también, se incorporan en el texto.
- Ejemplos:

a) De acuerdo a Meléndez Brau (2000), el trabajo afecta los estilos de ocio...

b) En un estudio sobre la influencia del trabajo sobre los estilos de ocio... (Meléndez Brau, 2000)

c) En el año 2000, Meléndez Brau estudió la relación entre los estilos de ocio y el trabajo...

Comunicaciones personales (cartas, memorandos, correos electrónicos, conversaciones telefónicas, etc.):

- No se incluyen en la lista de referencias.
- Sólo se citan en el texto proporcionando las iniciales y el apellido del emisor y una fecha exacta de cuándo se efectuó la comunicación personal.
- Ejemplo:
 - T. K. Lutes (comunicación personal, 19 de mayo, 2005)

Traducciones:

- Si desea traducir una cita al idioma en que está redactado todo el texto lo puede hacer indicando por ejemplo: [(Traducción al español)]

Notas a pie de página:

- Notas de pie de página de contenido = complementan o profundizan información importante dentro del texto; no deben incluir información complicada, impropia o no esencial.
- Notas de pie de página de autorización de propiedad literaria = reconocen la fuente de las citas.

Apéndices:

- Permite que el autor proporcione al lector información detallada que distraería al leerse en el cuerpo del escrito.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Es una identificación consistente de textos en función de un reglado de citación universal que permite a todo lector potencial, aunque no conozca el lenguaje, acceder a la referencia. Debe proporcionar la información que contenga los datos básicos para la identificación y búsqueda de las fuentes utilizadas para lograr el manuscrito.
1. *Lista de referencias* = sólo se incluye aquellas referencias citadas en el texto.
 2. *Bibliografía* = todo lo que se cita en el texto y otras fuentes utilizadas que no necesariamente se mencionan en el documento.

La investigación en comunicación

Guía para la dirección del trabajo final de grado

¿Cómo hacer la lista de referencias o la bibliografía?

- Al redactar la lista de referencias o bibliografía, debe escribirla a doble espacio.
- Si esta información conlleva más de una línea, la primera va pegada al margen izquierdo, sin indentar. Las subsiguientes se escriben 5 espacios a la derecha o dando un tab.
- Siempre se hace la lista en orden alfabético.
- Si posee varias fuentes de un mismo autor, éstas se escriben comenzando por la publicación más antigua.
- A continuación, presentamos varios ejemplos básicos.

Libros:

Autor, A. (año). *Título*. Ciudad, País: Nombre de la casa editora.

Revistas:

Autor, A. (año). Título del artículo. *Título de la revista, volumen, #- # páginas*

Dos autores:

Cone, J., & Foster, S. (1993). *Dissertations and thesis from start to finish: Pshychology and related fields*. Washington, DC: American Psychological Association.

Publicado por una agencia de gobierno:

Australian Bureau of Statistics. (1991). *Estimated residents population by age and sex in statistical local areas, New South Wales*, (No. 3209.1) Canberra, Australian Capital Territory: Autor.

Varios editores y nueva edición:

Robbinson, J., & Oquendo, R. (Eds.). (1996). *Interventions with minority youth* (6ta. Ed.). San Diego, California: Jossey-Bass.

Capítulos en libros:

Bailey, J. (1989). México en los medios de comunicación estadounidenses. En J. Coatsworth y C. Rico (Eds.), *Imágenes de México en Estados Unidos* (pp. 37-78). México: Fondo de Cultura Económica.

Artículos en revistas académicas (journals):

Apellido, Iniciales del Nombre. (año de publicación). Título del artículo en letra sencilla y sin subrayar. *Título, número del volumen (todo scursiva), #-#* de las páginas.

Artículo de revista académica, un sólo autor:

Bekerian, D.A. (1993). In search of the typical eyewitness. *American Psychologist*, 48, 574-576

Artículo de revista popular, un sólo autor:

Posner, M.I. (1993, October 29). Seeing the mind. *Science*, 262, 673-674.

En revistas donde no se señala el volumen, pero sí el número del ejemplar, poner éste entre paréntesis:

Pérez, M. (1997). El caso de los balseiros cubanos desde la óptica del periódico El Norte de Monterrey. *Revista de Humanidades*, (2), 191-212.

Periódico:

Apellido, Inicial el Nombre. (año de publicación). Título del artículo en letra sencilla y sin subrayar. *Título del periódico* pp. #-#.

La investigación en comunicación

Guía para la dirección del trabajo final de grado

Artículo de periódico mensual, carta al editor:

Markovitz, M.C. (1993, May). Inpatient vs. outpatient [Letter to Editor]. *APA Monitor*, p. 3.

Tesis de maestría no publicada:

Rocafort, C., Sterenberg, C., & Vargas, M. (1990). *La importancia de la comunicación efectiva en el proceso de una fusión bancaria*. Tesis de maestría no publicada, Universidad del Sagrado Corazón, Santurce, Puerto Rico.

Cinta cinematográfica:

Scorsese, M. (Productor) & Lonergan, K. (Guionista/ Director). (2000). *You can count on me* [Cinta cinematográfica]. EE.UU.: Paramount Pictures.

Series de televisión:

Millar, R. (Productor). (1989). *The mind* [Serie de televisión]. Nueva York, NY, EE.UU.: WNET.

Grabación de música:

Compositor, A. (Fecha de la propiedad literaria). Título de la canción [Grabada por el artista, en caso de que no sea también el compositor]. En *Título del álbum* [Medio de grabación: disco compacto, disco, casete, etc.]. Localidad: Marca. (Fecha de grabación, si es diferente de la correspondiente a la propiedad literaria)

FUENTES ELECTRÓNICAS

Publicación Periódica

Apellido, Inicial del nombre. (año de publicación). Título del artículo en letra sencilla. *Título de la publicación en letras cursivas*, volumen, número. Recuperado mes día, año, de <http://www.direcciónelectrónica.com>

Documento en línea

Apellido, Inicial del nombre. (año de publicación). *Título del documento en letras cursivas*. Recuperado mes día, año, de <http://www.direcciónelectrónica.com>

Artículos de Internet de publicaciones que existen en papel:

VandenBos, G., Knapp, S., & Doe, J. (2001). Role of reference elements in the selection of resources by psychology undergraduates. *Journal of Bibliographic Research*, 5, 117-123. Retrieved October 13, 2001, from <http://jbr.org/articles.html>

Artículos de revista que sólo se publica en Internet:

Fredrickson, B. (2000, March 7). Cultivating positive emotions to optimize health and well-being. *Prevention & Treatment*, 3, Article 0001a. Recuperado el 20 de noviembre, 2000, from <http://journals.apa.org/prevention/volume3/pre0030001a.html>

Documento sólo, sin autor ni fecha identificada:

Gvu's 8th WWW user survey. (n.f.). Recuperado el 8 de agosto, 2000, de <http://www.cc.gatech.edu/gvu/usersurveys/survey1997-10/>

Documento disponible en la página electrónica de una universidad:

La investigación en comunicación

Guía para la dirección del trabajo final de grado

Chou, L., McClintock, R., Moretti, F., Nix, D. (1993). *Technology and education: New wine in new bottles: Choosing pasts and imagining educational futures*. Recuperado el 24 de agosto de 2000, de la página electrónica de Columbia University, Institute for Learning Technologies: <http://www.ilt.columbia.edu/publications/papers/newwine1.html>

Artículo recuperado de una base de datos:

Borman, W., Hanson, M., Oppler, S., Pulakos, E., & White, L. (1993). Role of early supervisory experience in supervisor performance. *Journal of Applied Psychology*, 78, 443-449. Recuperado el 23 de octubre de 2000, de la base de datos PsycARTICLES.