

**PROGRAMA DE LA ASIGNATURA: Análisis de la Comunicación II - B**

**CICLO LECTIVO 2017**

- a) Año en el que se ubica en el Plan '93: 4TO Y 5TO
- b) Cuatrimestre al cual pertenece la asignatura: 2do.
- c) Ciclo al que pertenece la asignatura: Superior

**Orientación/es**

- Investigación: si
- Institucional: si
- Gráfica: si
- Audiovisual: Opcional
- Radiofónica Opcional

**d) Equipo de Cátedra:**

- **Apellido y Nombre:** MANSILLA, HECTOR OSVALDO
- **Cargo:** Profesor Asociado a cargo
- **Dedicación:** Semiexclusiva
- **Titulación:** Dr. En Cs. Sociales (Universidad de Buenos Aires)
  
- **Apellido y Nombre:** GIOVINE; MANUEL
- **Cargo:** Profesor Asistente
- **Dedicación:** Simple
- **Titulación:** Especialista en Análisis de datos (CEA)

## e) Objetivos de aprendizaje:

### *FUNDAMENTACIÓN*

El actual plan de estudios ubica esta asignatura en el ciclo profesional de las diferentes orientaciones. Es de carácter obligatorio para los alumnos de cuarto año de la Orientación en Investigación y Planeamiento de la Comunicación y quinto de las Orientaciones en Comunicación Institucional y Comunicación Gráfica, y opcional para los alumnos de quinto año de las orientaciones en Comunicación Radiofónica y Comunicación Audiovisual. Independientemente de las especificidades de todas y cada una de las distintas orientaciones, la presente propuesta educativa procura articular una apropiación reflexiva de las técnicas de análisis cuantitativo que contemple la discusión de las dimensiones ontológicas, epistemológicas, metodológicas y axiológicas implicadas en el abordaje científico de los fenómenos de comunicación social y en el ejercicio profesional del comunicador en las diferentes áreas del campo profesional.

La propuesta general busca servir de base y oportunidad para que los cursantes de las distintas orientaciones adquieran conocimientos necesarios para transitar la construcción de su propio perfil profesional. Se pretende entonces, que el estudiante reconozca cuándo las técnicas de investigación y análisis cuantitativo pueden y deben ser usadas, qué alternativas de investigación y análisis existen, cómo reconocer su efectividad y cómo aplicarlas en el marco de los problemas pertinentes a cada orientación tanto en lo referente a la investigación de base y aplicada como al diseño de estrategias de comunicación. Para lo cual, se requiere de la sistematización de los elementos claves de la indagación y análisis cuantitativo vinculando la reflexión epistemológica con las prácticas y el lugar del comunicador social.

La sistematización y la reflexión en torno a la pertinencia del abordaje cuantitativo permitirán integrar los desarrollos teóricos-prácticos aportados por otras materias del ciclo básico – Metodología de la Investigación Aplicada- y, en especial, la discusión sobre la diferencia y la posibilidad de complementariedad con los métodos cualitativos retomará los contenidos contemplados en Análisis de la Comunicación I. Se pretende entonces, que los alumnos den continuidad a los contenidos desarrollados tanto en Metodología de la Investigación como en Análisis de la Comunicación I en el marco de la reflexión en torno a las diferencias entre el abordaje cualitativo y el análisis cuantitativo y la posibilidad de su integración desde

las perspectivas que proponen una triangulación intermetodológica. A su vez, la continuidad de los contenidos abordados en asignaturas anteriores será enriquecida a través de la lectura y discusión de los aportes y el lugar que ocupa el análisis cuantitativo en el desarrollo de la Investigación sobre Comunicación en América Latina.

Si bien la asignatura puede verse como instrumental y de utilización de cálculos matemáticos y rutinas de aplicación estadísticas, el enfoque adoptado por la cátedra se ubica en el análisis de los fenómenos de comunicación social a través de **modelos de pensamiento relacional basados en representaciones gráficas con base numéricas de la dimensión estructural de aquellos fenómenos (como momento objetivista)**. Por lo que se pretende que el alumno adquiera destrezas en el razonamiento y la correcta comprensión de problemas prácticos que incluyan tanto el uso de técnicas cuantitativas como la lectura e interpretación de resultados. En este sentido, se da mayor importancia a la comprensión de los conceptos estadísticos utilizados que a su cálculo numérico y los algoritmos matemáticos implicados. En suma se trata de Análisis de la Comunicación (en tanto hecho social total) por lo que la propuesta se diferencia del Análisis de Datos y no contempla en sus exposiciones o desarrollos el rigor matemático propio de otros contextos de aplicación y se reduce a la aplicación de las técnicas de uso más frecuente en Comunicación y Ciencias Sociales.

## **OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo General**

Contribuir al desarrollo de la capacidad para elegir los procedimientos de tratamiento y análisis de datos más adecuados al estudio de la comunicación social tanto en la investigación de base y aplicada como en el diseño de estrategias de comunicación. Se espera que al finalizar el curso los alumnos hayan logrado conocer las principales técnicas de indagación y análisis cuantitativo y su aplicación en el desarrollo de proyectos concretos desde una reflexión crítica sobre su estatuto epistemológico y su utilidad y ubicación al interior del campo de las investigaciones sobre Comunicación Social en América Latina.

### *Objetivos Específicos*

- Desarrollar habilidades para la observación y el análisis crítico de los fenómenos de comunicación desde el marco metodológico propuesto por la asignatura.
- Entrenar en el manejo del instrumental metodológico y técnico para el abordaje de problemas de investigación pertinentes a cada orientación.
- Analizar críticamente informes de investigaciones realizadas en el campo de la comunicación social.
- Ubicar los métodos cuantitativos dentro del desarrollo de la Investigación sobre Comunicación en América Latina.
- Contribuir a una buena interacción grupal a través de guías de lectura y la coordinación de la reflexión integradora final en torno a los ejes de cada clase.
- Estimular la creatividad e integración de conocimientos para la producción de reflexiones propias de los alumnos a través de un régimen de trabajo que proporcione paulatinamente los contenidos teóricos, metodológicos y técnicos-instrumentales para su desarrollo profesional.

Para dar cuenta de estos objetivos se presentan los contenidos temáticos sobre la base de cinco módulos que articulan la asignatura

### **f) y g) Unidades y contenidos y Bibliografía básica y complementaria para cada unidad:**

#### **Unidad 1:**

El análisis cuantitativo de los fenómenos de comunicación y la reflexión epistemológica en torno a los marcos teóricos–metodológicos de la investigación científica en ciencias sociales. La comunicación Social: complejidad del objeto. Ruptura y construcción. El análisis de datos como componente del diseño del proyecto de investigación

### *Contenidos conceptuales*

De una **epistemología a priori** a la reflexión sobre las cuestiones ontológicas, epistemológicas y metodológicas en la investigación en ciencias sociales.

La construcción del problema en la investigación social. Objeto real y objeto teórico. Ruptura y construcción. **La comunicación como práctica social**. Explicar y comprender la comunicación a partir de la explicitación de las categorías conceptuales en relación con las prácticas sociales.

El análisis cuantitativo en las tendencias de la investigación en comunicación en América Latina

**Objetivos específicos:** Se espera que al finalizar la unidad los alumnos hayan logrado:

- Comprender la complejidad de la comunicación social como objeto de estudio y la pertinencia de la utilización de métodos y técnicas cuantitativas para su abordaje desde una reflexión epistemológica sobre el estatuto de cientificidad de las ciencias sociales.
- Ubicar la construcción de los datos y los tipos de análisis cuantitativos como complemento de la ruptura con el sentido común en el marco del diseño de proyecto de investigación en comunicación.
- Visualizar las ventajas del empleo conjunto de métodos cuantitativos y cualitativos de indagación.
- Adquirir la capacidad de aplicar estos conocimientos en el diseño y puesta a punto de sus propios proyectos (elaborados durante el cursado de las asignaturas complementarias). Se prevé así, articular los contenidos y prácticas realizadas en las asignaturas relacionadas (particularmente Metodología de la Investigación Aplicada y Análisis de la Comunicación I y los Seminarios de Trabajos Finales de cada orientación)

**Tiempo previsto para su desarrollo:** Dos semanas

#### **Selección Bibliográfica:**

Se propone como ***bibliografía básica*** de la unidad:

Guba, E. G., Lincoln, Y. S.: "Competing Paradigms in Qualitative Research" en Denzin, N. K. Lincoln, Y. S. (eds): *Handbook of Qualitative Research* Cap. 6, Sage Publications, California, 1994, pp. 105-117. Traducción de Mario E. Perrone.

Vasallo de Lopes, María Immacolata (2001). "Reflexiones sobre el estatuto disciplinario del campo de la comunicación" en Vasallo de Lopes, M. I. y Fuentes Navarro, R. (comps.) *Comunicación, campo y objeto de estudio*. Guadalajara, México, ITESO

Bourdieu, Pierre (1984) "Espacio Social y Génesis de Clases" En *Sociología y Cultura* Grijalbo. México, pp. 281-309

Bourdieu, P., (1991) *El Sentido Práctico*. Prólogo, Cap1, 2 y 3, Taurus Humanidades, Madrid.

Costa, R y Mozejko, D (2009) *Gestión de las Prácticas: Opciones Discursivas*, Homo Sapiens Ediciones, Rosario, pp. 9-21

**Material para prácticos:**

- Kaplún, Gabriel.: "Comunicación Sindical ¿De la asamblea al televisor?" en DIALOGOS De la Comunicación, Nº 54 FELAFACS, Lima, 1999
- Rossana Reguillo: "Los laberintos del miedo. Un recorrido para fin de siglo" en Revista de Estudios Sociales. Nº 5. Colombia. Enero 2000

**Bibliografía complementaria:**

- Baranger, Denis (2004) Epistemología y metodología en la obra de Pierre Bourdieu. Prometeo Libros. Bs. As.
- Bourdieu, P., Chamboredon, J-C y Passeron, J-C (1987) El oficio del sociólogo. Presupuestos epistemológicos. Siglo XXI. México.
- Corbetta, Piergiorgio: Metodología y Técnicas de Investigación Social. Ed. Mc Graw Hill. España. 2003
- Fuentes Navarro, Raúl.: "La investigación de la comunicación en América Latina: Condiciones y perspectivas para el siglo XXI" en DIALOGOS De la Comunicación, Nº 56 FELAFACS, Lima, 1999.
- Grimson, Alejandro; Varela, Mirta. (2002) "Culturas populares, recepción y política. Genealogías de los estudios de comunicación y cultura en la Argentina." En: Estudios y otras practicas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder. Daniel Mato (compilador). CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Caracas, Venezuela. pp.: 153 - 156
- Maxwell, Joseph A.: "Qualitative Research Design. An Interactive Approach" Sage Publications, 1996, Cap 1, 2 y 5. traducción de María Luisa Graffigna. Revisada y corregida por Irene Vasilachis de Gialdino

- Martín-Barbero, Jesús (1998) De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. 5ª Edición. Convenio Andrés Bello. Santa Fe de Bogotá.
- Martín-Barbero, Jesús (1999) “Recepción de Medios y Consumo Cultural: Travesías” En: El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación. Guillermo Sunkel (Compilador) Convenio Andrés Bello. Santa Fe de Bogotá
- Vasallo de Lopes, Ma Immacolata.: “La investigación de la Comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas.” en DIALOGOS De la Comunicación, Nº 56 FELAFACS, Lima, 1999.
- Vasilachis de Gialdino, Irene: “Métodos Cualitativos I. Los problemas teóricos epistemológicos”. Centro Editor de América Latina. Bs As. 1992
- Wainerman, Catalina / Sautu, Ruth. “La trastienda de la investigación” Editorial de Belgrano, Bs. As. 1997, Cap. 7 “Acerca de qué es y no es investigación en ciencias sociales”.
- Wallaerstein, Inmanuel. “Las incertidumbres del saber” Ed. Gedisa. S.A. Barcelona. 2005.

**Unidad II:** El análisis cuantitativo en las tendencias de la investigación en comunicación en América Latina (*continuación*) De la Teoría a los datos. La lógica de la construcción de datos. Estrategias de producción de datos en investigaciones sobre comunicación.

### *Contenidos conceptuales*

La estructura de los datos. Unidades de análisis, variables y valores. Tipo y usos de escalas de medición. La matriz de datos. Indicadores e índices. Espacio de propiedades: Concepto, reducción de un espacio de propiedades. Validez y confiabilidad

**Objetivo específico:** Entrenar en el manejo del instrumental metodológico y técnico para el abordaje cuantitativo de problemas de investigación en comunicación social pertinentes a cada orientación. En continuidad con la unidad 1 aquí se intentará superar la cuestión puramente instrumental de la metodología para insertarla en un marco de comprensión que permita una apropiación reflexiva de las herramientas utilizadas en el manejo de datos y en su construcción.

Se espera que al finalizar la unidad los alumnos hayan adquirido destrezas para la construcción y organización matricial de datos en sus distintos niveles de medición. Asimismo se espera que sepan reconocer y analizar críticamente construcciones

propuestas y utilizada en distintas investigaciones sobre comunicación (la propuesta prevé trabajar con investigaciones del campo de los estudios sobre comunicación)

*La aplicación de las diferentes técnicas a los proyectos de los alumnos, así como el análisis de casos intenta profundizar y dar continuidad a los desarrollos teórico-prácticos correspondientes a Metodología de la Investigación Aplicada y Análisis de la Comunicación I donde los alumnos tienen en un primer contacto con el uso y las ventajas de cada técnica, como así también dar apoyo a los proyectos de tesis emprendidos en el marco de los Seminarios Finales.*

**Tiempo previsto para su desarrollo:** Dos semanas

### **Selección Bibliográfica:**

#### ***Bibliografía Básica:***

Baranger, Denis. “Construcción y Análisis de Datos: Introducción al uso de técnicas cuantitativas en la investigación social” Ed.Universitaria. Universidad Nacional de Misiones. Cátedra . Posadas 1999. Cap 1,2 y 5

Bologna, Eduardo. “Estadística para Psicología y Educación” 3ra Ed. - Córdoba. Ed Brujas. 2013. Cap 2 y 3.

#### ***Material para prácticos:***

Josefina Vaca – Horacio Cao. “Tecnologías de Comunicación e Información en las Provincias” en Tram(p)as de la comunicación y la cultura N° 14. UNLP. Junio 2003

Sabino, Carlos “El proceso de investigación social: Cap 8 “Indicadores e Indices” Ed Lumen Humanitas. Bs As. 1996

Asociación Argentina de Marketing. Revisión y Actualización del Índice de Nivel Socioeconómico. 2006

#### ***Bibliografía complementaria:***

- Cea D´Ancona, Ma. Angeles. “Metodología Cuantitativa: Estrategias y Técnicas de Investigación Social” Ed. Síntesis. España. 1999. Cap 1, 2, 4, 7, 9 y 10.
- García Canclini, Néstor (1999) “Consumo Cultural: Una Propuesta Teórica” En: El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación. Guillermo Sunkel (Compilador) Convenio Andrés Bello. Santa Fe de Bogotá



- García Canclini, Néstor (2001) “Definiciones en transición”. En: Estudios Latinoamericanos sobre cultura y transformaciones sociales en tiempos de globalización. Daniel Mato. CLACSO.
- Padua, Jorge. “Técnicas de Investigación Aplicadas a las Ciencias Sociales” Fondo de Cultura Económica. México. 1979. Cap IV, V y VI.

Nota: Otra bibliografía complementaria se irá señalando durante el desarrollo del curso (en particular otras Investigaciones y Tesis como material de análisis para clases prácticas)

**Unidad III:** El análisis cuantitativo en las tendencias de la investigación en comunicación en América Latina (*continuación*) Análisis de los datos. Sistematización de la información y procesamiento de datos. Organización y representación de un conjunto de datos. Las tablas de distribución de frecuencias. Técnicas de lectura y problemas lógicos del análisis de la información contenida en ellas. Descripción de los datos La representación numérica de los conceptos y el análisis univariable.

#### *Contenidos conceptuales*

Estadística Descriptiva con una variable. Tablas, gráficos y medidas resumen. Distribuciones de frecuencias. Representaciones gráficas, diagrama de barras, histograma, polígono de frecuencias y ojiva. Medidas de posición y tendencia central: moda, mediana, cuarteles, deciles y centiles, la media aritmética. Comparación entre las medidas de tendencia central. Introducción a las medidas de variabilidad. Varianza, desviación típica y coeficiente de variación. Exposición y revisión crítica de los procedimientos de tratamiento y análisis de datos cuantitativo adecuado a los problemas de investigación en comunicación

**Objetivo específico:** Proveer a los estudiantes los fundamentos básicos del análisis estadístico univariado que les permitan incrementar su capacidad de tratamiento y análisis exploratorio de la información presente en investigaciones e intervenciones propias del campo profesional. Asimismo se pretende dar apoyo al desarrollo de los trabajos de tesis de grado llevados a cabo por los alumnos del curso

**Tiempo previsto para su desarrollo:** Dos semanas

**Selección Bibliográfica:**

### ***Bibliografía Básica:***

Bologna, Eduardo. “Estadística para Psicología y Educación” 3ra Ed. - Córdoba. Ed Brujas. 2013. Cap 2 y 3.

### ***Material para prácticos:***

Mata, María Cristina.: “Públicos y Consumos Culturales en Córdoba – Proyecto de Investigación Nº 258. Centro de Estudios Avanzados. U.N.C. 1997.

\* Nota: Al igual que para los prácticos de la unidad II se irá señalando durante el desarrollo del curso otra bibliografía complementaria (en particular otras Investigaciones y Tesis) como material de análisis para clases prácticas

### ***Bibliografía complementaria:***

- Grasso, Livio. “Introducción a la Estadística en Ciencias Sociales y del Comportamiento” Universidad Nacional de Córdoba. Facultad de Filosofía Y Humanidades. 1999. Cap 3, 4, 5, 6 y 8
- Padua, Jorge. “Técnicas de Investigación Aplicadas a las Ciencias Sociales” Fondo de Cultura Económica. México. 1979. Cap VIII y IX
- Blalock, Hubert.: “Estadística Social” Fondo de Cultura Económica, México, 1998

**Unidad IV:** Análisis de los datos (*continuación*) El análisis de relaciones entre variables. La tabla de contingencia. Tipos de lecturas y uso de porcentajes. Representaciones gráficas con dos variables

### ***Contenidos conceptuales***

Análisis estadístico bivariado. Las tablas de contingencia y el análisis de la relación entre variables. Forma lógica de la tabla. Cálculo y lectura de los porcentajes. Análisis simétrico y asimétrico de una tabla. Reglas de Zeisel. Análisis de la relación entre variables. Medidas de asociación. La diferencia porcentual. El test del  $\chi^2$  (chi-cuadrado) Interpretación y significación estadística. Introducción al análisis de correspondencias. Análisis Factorial de Correspondencias simple o binario. Lectura de gráficos factoriales. La crítica al análisis estandar de datos, la construcción del espacio social y el análisis de correspondencias múltiples. Análisis de los espacios y campos construidos en investigaciones en comunicación social

**Objetivo específico:** Se espera que al finalizar la unidad los alumnos hayan adquirido habilidades para componer, leer y analizar tablas susceptibles de expresar las múltiples relaciones existentes entre las variables e indicadores de las diferentes dimensiones teóricas que intervienen en los procesos de comunicación social. Se pretende también que desarrollen su capacidad crítica para la lectura del análisis de relaciones entre variables realizado en el campo de las investigaciones en comunicación en América Latina. A su vez los contenidos desarrollados en la unidad pretenden ser una introducción al *analyse des dones* o “escuela francesa del análisis de datos” particularmente en lo referido al análisis factorial de correspondencias simple o binario y la lectura de gráficos factoriales y de manera más general al estudio del espacio social como dimensión central de las prácticas productoras de sentido que constituyen la red discursiva de la sociedad.

**Tiempo previsto para su desarrollo:** Dos semanas

**Selección Bibliográfica:**

***Bibliografía Básica:***

Baranger, Denis: “Construcción y Análisis de Datos: Introducción al uso de técnicas cuantitativas en la investigación social” Ed.Universitaria. Universidad Nacional de Misiones. Cátedra. Posadas 1999. Cap 4 y 6

Moscoloni, Nora: “Las Nubes de Datos: Métodos para analizar la complejidad” Ed Universidad Nacional de Rosario. 1º Edición 2005

***Material para prácticos:***

Nora Moscoloni y Rubén Costa. “El procesamiento de sondeos de opinión mediante análisis multidimensional” en Temas y Problemas de Comunicación. Nº 5 Año 11. Vol 13 2003/2004 Universidad Nacional de Río Cuarto. 2005.

Marcelino Bisbal y Pasquale Nicodemo “El consumo cultural en Venezuela” en: *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación.* Guillermo Sunkel (Compilador) Convenio Andrés Bello. Santa Fe de Bogotá. 1999

***Bibliografía complementaria:***

- Follari, Roberto. Relevo en las ciencias sociales latinoamericanas. Estudios culturales transdisciplinariedad y multidisciplinariedad, Diálogos de la Comunicación Nº 63, diciembre 2003, pp. 31-36

**Unidad V:** Análisis de los datos El uso de datos secundarios. Principales fuentes de datos secundarios: censos y encuestas demográficas. Temas prioritarios, clasificación, ventajas y desventajas Evolución histórica. Aspectos metodológicos y operativos. Indicadores básicos

### *Contenidos conceptuales*

Los censos de población. Características y finalidades. Relación con otras fuentes secundarias de datos demográficos. Variables incluidas en la boleta censal. Los censos de población en la Argentina. Evolución histórica. Aspectos metodológicos y operativos. Disponibilidad de la información. Encuesta Permanente de Hogares: características, objetivos, periodicidad y antecedentes históricos. Universo y definición de la muestra. Redefinición del operativo. Principales variables de individuos, hogares y viviendas. Las cédulas de la encuesta. Difusión de resultados. Bases de usuarios: disponibilidad, posibilidades de trabajo.

**Objetivo específico:** Se espera que al finalizar la unidad los alumnos dispongan de un panorama sobre la disponibilidad de datos estadísticos secundarios, hayan adquirido conocimientos básicos sobre los alcances y limitaciones de las fuentes secundarias disponibles y estén en condiciones de elegir y trabajar fuentes de información que se adecuen a sus propios proyectos de tesis de grado

**Tiempo previsto para su desarrollo:** Una semana

### **Selección Bibliográfica:**

#### ***Bibliografía Básica:***

Welti, C. "Fuentes de datos". En Demografía I (pp. 39-51). México: PROLAP .1997.

INDEC, 2002. "Aspectos metodológicos del Censo 2001". En Censo Nacional de Población, Hogares y Vivienda 2001. Resultados Provisionales (pp. 2-5). En <http://www.indec.mecon.gov.ar>

INDEC, 2003. La nueva Encuesta Permanente de Hogares en Argentina. [www.indec.mecon.gov.ar](http://www.indec.mecon.gov.ar).

INDEC, Base usuaria ampliada de EPH (BUA). [www.indec.mecon.gov.ar](http://www.indec.mecon.gov.ar) (distintas versiones para cada año).

INDEC, Encuesta Permanente de Hogares. Diseño de registro y Estructura para las bases de trabajo. [www.indec.mecon.gov.ar](http://www.indec.mecon.gov.ar) (distintas versiones para cada año).

**Material para prácticos:**

Argentina (1872). “Cédula Censal”. Primer Censo de la República Argentina, verificado los días 15, 16 y 17 de septiembre de 1869. Buenos Aires, Imprenta del Porvenir.

Argentina (1898). “Cédula Censal”. En Segundo Censo de la República Argentina, mayo 10 de 1895. Buenos Aires, Taller Tipográfico de la Penitenciaría Nacional.

INDEC, Informes de Prensa. (contienen información sobre indicadores de Mercado de trabajo, referida a los diferentes aglomerados a lo largo del tiempo). [www.indec.mecon.gov.ar](http://www.indec.mecon.gov.ar): Página de Inicio / Búsqueda temática / Trabajo e ingresos / Empleo y desempleo / Informes de prensa

**h) Condición académica de los alumnos :**

**Regular**

Condiciones de regularidad: tener el 70% de Trabajos Prácticos aprobados (dos de tres) y el examen parcial con 4 o más (o su recuperatorio)

**Promocional**

Condiciones de promoción: tener el 100% de Trabajos Prácticos aprobados (tres de tres) con examen parcial aprobado con 7 o más

**Libre**

**i) Modalidad evaluativa:**

Parcial: uno de carácter individual y escrito que prevé una instancia de recuperación

Prácticos: Tres trabajos prácticos grupales a desarrollar en clases

Examen final:

Alumnos regulares: examen escrito que prevé desarrollos conceptuales y ejercicios de análisis de datos

Alumnos Libres: ídem que los regulares pero de mayor extensión con anexo básico eliminatorio

## **j) Criterios de evaluación**

La asignatura intenta articular el carácter práctico de sus contenidos con la reflexión crítica sobre los mismos por lo que los trabajos de los grupos deberán demostrar el dominio de los procedimientos desarrollados con relación a la pertinencia de las técnicas elegidas en relación a los problemas de investigación planteados, la correcta aplicación de las mismas y la reflexión sobre los supuestos que le otorgan validez a los resultados presentados.

Para la evaluación de las actividades prácticas se considerará el seguimiento permanente sobre los logros de cada grupo y la reflexión en torno a la tarea docente y la dinámica de las clases prácticas a fin de realizar los ajustes necesarios.

## **k) Modalidad pedagógica: Criterios para el dictado de clases**

### *Dinámica de Clases Teóricas*

Las clases de carácter teórico prevén la exposición del docente a cargo de los temas y ejes de la unidad según el material bibliográfico. Conjuntamente se presentarán casos para analizar a modo de ejemplos.

### *Dinámica de Clases Prácticas*

Se parte del supuesto que los alumnos conforman grupos y equipos de trabajo en materias complementarias (Metodología de la Investigación Aplicada, Análisis de la Comunicación I etc), por lo que se prevé la continuidad del trabajo grupal para la realización de las clases prácticas y la entrega de los Trabajos Prácticos evaluables (tres).

La secuencia de actividades propuesta se centra en el trabajo grupal de análisis de casos específicos de investigación y diseño de estrategias de comunicación en América Latina. La coordinación de los espacios de encuentro quedará a cargo de

los docentes quienes animarán las clases prácticas considerando el avance conjunto de los diferentes grupos. En este sentido, la integración de las clases teóricas y prácticas deberán reflejarse de manera progresiva en la producción de informes escritos y en la participación activa durante las clases.

Para el desarrollo de las clases prácticas será necesario que los alumnos dispongan con anterioridad de las consignas de lectura previstas para el trabajo en aula sobre los casos propuestos. Las mismas revisten un carácter de apoyo al alumno para facilitar la lectura de los materiales y dar unidad a los trabajos de los diferentes grupos. A su vez, estas consignas pretenden articular la lectura de los materiales en torno a los ejes que constituirán la discusión en las clases prácticas a través de ejercicios de aplicación.

Tanto para la aclaración de dudas en torno a las lecturas previas como para la elaboración de los informes escritos se asistirá a los alumnos y grupos en los horarios de consulta.

## I) Cronograma tentativo de Cátedra

<b>CRONOGRAMA TENTATIVO DE ACTIVIDADES DE CÁTEDRA 2017</b>			
<b>ASIGNATURA / SEMINARIO: Análisis de la Comunicación II</b>			
<b>EXÁMENES PARCIALES</b>		<b>1º</b>	
Fecha de examen		24/10	
Fecha de entrega de nota		31/10	
<b>EXAMEN RECUPERATORIO</b>		<b>1º</b>	
Fecha de examen recuperatorio		07/11	
Fecha de entrega de nota recuperatorio		14/11	
<b>TRABAJOS PRÁCTICOS / INFORMES EVALUABLES</b>		<b>1º</b>	<b>2º</b>
Fecha de entrega de Trabajo Práctico		29/08	26/09
Fecha de entrega de nota		05/09	03/10
			<b>3º</b>
			10/10
			17/10
<b>OTRAS ACTIVIDADES DESTACADAS (Visitas, jornadas, charlas, etc.)</b>			<b>Fecha</b>
<b>FECHA DE FIRMA DE LIBRETAS (Día y horario)</b>		Martes 14 de noviembre – 18hs	

Dr. Héctor Mansilla  
Profesor Asociado a cargo.  
Legajo: 37560

(Presentar solo en formato digital al mail: [academica@fcc.unc.edu.ar](mailto:academica@fcc.unc.edu.ar))