

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:

TALLER DE METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN APLICADA

CICLO LECTIVO 2017

- a) Año en el que se ubica en el Plan '93: Tercer Año
- b) Régimen: cuatrimestral – 2º cuatrimestre-
- c) Ciclo al que pertenece la asignatura: Ciclo Básico
- d) Equipo de Cátedra: Mencionar a todos los integrantes de la Cátedra
- Apellido y Nombre: Dra. Paulina Beatriz Emanuelli
 - Cargo: profesora titular
 - Dedicación: Exclusiva

 - Apellido y Nombre: Magister. Dionisio Egidos
 - Cargo: Profesor Adjunto
 - Dedicación: semiexclusiva

 - Apellido y Nombre: Lic. Isabel Ortuzar
 - Cargo: Profesora Asistente
 - Dedicación: semiexclusiva

 - Apellido y Nombre: Esp Cecilia Ulla
 - Cargo: Profesora Asistente
 - Dedicación: semiexclusiva

 - Apellido y Nombre: Doctora Claudia Dorado
 - Cargo: Profesora Asistente
 - Dedicación: semiexclusiva

 - Apellido y Nombre Doctora Cecilia Blanco
 - Cargo: Profesora Asistente
 - Dedicación: semiexclusiva

Objetivos de aprendizaje:

Objetivos generales

- Introducir al estudiante en el pensamiento científico y las estrategias teóricas, epistemológicas y metodológicas de la investigación en Ciencias sociales y en comunicación especialmente.

- Proponerle indagar sobre distintas líneas de investigación en comunicación y sus problemáticas en diferentes paradigmas.
- Inicialo en el conocimiento de la importancia de la investigación y la apropiación de herramientas metodológicas para abordar el fenómeno comunicativo e intervenir en él.

Objetivos Finales del Aprendizaje:

Al concluir el Taller esperamos que el alumno esté en condiciones de:

- Conocer nociones generales y específicas de la metodología de la investigación social aplicada a la comunicación.
- Conocer distintas líneas de investigación en comunicación y sus estrategias metodológicas.
- Comprender la importancia de la investigación en el conocimiento del fenómeno comunicativo para intervenir en él.
- Promover la capacidad de identificar y formular problemas, que requieran ser investigados en el campo de la comunicación.
- Conocer para diseñar el instrumental metodológico y técnico necesario para abordar dichos problemas.
- Realizar un ejercicio de investigación exploratoria, en base a problemáticas de comunicación de la realidad local y regional.

e) Unidades y contenidos:

Los contenidos se plantean en dos ejes, cada uno de los cuales supone propósitos específicos:

Bloque I) Concepto de investigación social y en comunicación. Líneas de investigación en comunicación y su contexto de producción, marco teórico - epistemológico.

Bloque II) Proceso de investigación en Comunicación Social.

Desarrollo:

Bloque I) Introducción a la Investigación Social. Líneas de investigación en comunicación y su contexto de producción, marco teórico - epistemológico

Objetivos específicos:

- a. Conocer nociones generales de investigación social, importancia de la teoría en la investigación y su relación con el proceso de construcción del objeto de estudio.
- b. Identificar y situar diversos estudios comunicacionales dentro de distintos contextos y paradigmas de la investigación social.
- c. Reconocer la importancia de la investigación en el conocimiento del fenómeno

- comunicativo para intervenir en él.
- d. Comprender las estrategias metodológicas de abordaje del estudio de la comunicación social en relación a distintas perspectivas epistemológicas.

UNIDAD I:

- Investigación social: concepto y elementos. Teoría e investigación social. Tipos y esquemas de investigación.
- Coexistencia paradigmática. Estrategias cualitativa y cuantitativa en investigación social. Triangulación teórica y metodológica.
- Líneas de investigación en comunicación y su marco contextual, teórico - epistemológico

Bloque II: Proceso de investigación en Comunicación Social.

Objetivos específicos:

- Identificar los distintos momentos y etapas del procedimiento de investigación.
- Comprender las decisiones metodológicas que deben tomarse para abordar el objeto de estudio en cada paso del proceso.
- Promover la capacidad de identificar fenómenos a estudiar y formular problemáticas que requieran ser investigadas en el campo de la comunicación. Reflexionar sobre esa práctica.
- Aplicar los conocimientos a un ejercicio de investigación en comunicación.

UNIDAD II: Proceso de investigación (1era. Parte): Momento Lógico.

- Importancia de la planificación en la investigación.
- Momentos y etapas del proceso de investigación.
- Génesis de la investigación. Elección y delimitación del tema a investigar. Determinación de los objetivos de estudio.
- Formulación de interrogantes y del problema de investigación.
- Elaboración del marco teórico-conceptual. Definición de conceptos.

UNIDAD III: Proceso de investigación (2da. Parte): Momento Metodológico

- Hipótesis y premisas: noción e importancia. Tipos de hipótesis; elementos que la componen; condiciones para su formulación.
- Variables. Indicadores y categorías. Operacionalización de variables.
- Unidades de análisis. población y muestra, tipos de muestreo. Corpus.

UNIDAD IV: Proceso de investigación (3era. Parte): Momento técnico.

- Criterios para la selección de técnicas de recolección de datos.
- Técnicas de recolección de información usuales en la investigación de la comunicación: observación, entrevista, encuesta. Análisis de contenido.
- Elaboración, prueba y corrección de los instrumentos de las técnicas.

UNIDAD V: Proceso de investigación: trabajo de campo y momento teórico.

- Trabajo de campo. Aplicación de los instrumentos. Obtención de la información.
- Procesamiento, análisis, interpretación de los datos e informe final.
- Presentación de los resultados y elaboración del Informe final.

f) Bibliografía para cada unidad:

UNIDAD I

- Sautu, Ruth “Acerca de qué es y no es investigación científica en ciencias sociales” en Wainerman, Catalina y Sautu, Ruth (2004) La trastienda de la investigación. Edit. Lumiere. Bs. As.
- Sautu, Ruth (2003) “Todo es teoría: objetivos y métodos de investigación”. Edit. Lumiere. Bs. As. (Cap. II: El diseño de una investigación: teoría, objetivos, métodos).
- Sautu, Ruth y otros (2005) “Manual de metodología”. Edit. Clacso. Bs. As. (Cap. 1: La construcción del marco teórico en la investigación social).
- Yuni, José y Urbano, Claudio (2006) “Ciencia en movimiento: paradigmas y cambio”. Edit. Brujas. Cba. (Cap. III: Mapas y herramientas... Investigación etnográfica e investigación-acción).
- Vasilachis, Irene (1992) “Métodos cualitativos I” Edit. Centro editor de América Latina. Bs. As. (Tesis 3, 4 y 5).
- Gallart, María “La integración de métodos y la metodología cualitativa” en Forni y otros (1993) Métodos cualitativos II: la práctica de la investigación. Centro editor de América Latina. Bs. As.
- Hernández Sampieri, Roberto y otros (1998) “Metodología de la investigación”. Edit. Mc. Graw Hill. Bs. As. (Cap. 1).

- Equipo de Cátedra Taller de Metodología de la Investigación Aplicada. (2009). Manual: “Herramientas de Metodología para investigar en Comunicación” TOMO 1: Conceptos, reflexiones y ejercicios prácticos. Edit. Copy. ECI. UNC. Cba. (Cap. II).

ACTIV. PRÁCTICA N° 1

- ✓ Fuentes Navarro, Raúl “Pensamiento comunicacional latinoamericano y convergencia digital. Retos epistemológicos y académicos” en del Valle y otros (Eds.) (2011), Cultura latina y revolución digital. Gedisa. Barcelona.
- ✓ De Moragas Spá, Miquel “La investigación sobre comunicación y cultura en América Latina” en de Moragas Spá, M. (ed.) (2011), Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa. Edit. Gedisa. Barcelona.
- ✓ Marques de Melo, José “El campo científico de la comunicación en América Latina: perspectiva histórica”. / En Bolaño, C. y otros (2015): La contribución de América Latina al campo de la comunicación. Edit. Prometeo. Bs. As.
- ✓ Torres, William “Investigar la comunicación y formar comunicadores en América Latina hoy: una conversación con Jesús Martín Barbero. En Bolaño, C. y otros (2015): La contribución de América Latina al campo de la comunicación. Edit. Prometeo. Bs. As.
- ✓ Gutiérrez, Eduardo “Historia y comunicación: recorridos, tensiones y posibilidades del sub-campo de estudios en América Latina”. En Bolaño, C. y otros (2015): La contribución de América Latina al campo de la comunicación. Edit. Prometeo. Bs. As.
- ✓ Arcila, Carlos y Calderín, Mabel “Comunicación digital, redes y procesos. Balance de la investigación en América Latina”. En Bolaño, C. y otros (2015): La contribución de América Latina al campo de la comunicación. Edit. Prometeo. Bs. As.
- ✓ Alvarez, Gloria “Etnografía virtual: exploración de una opción metodológica” en Revista Q de Educación, comunicación y tecnología. Vol. 3 N° 6 (enero-junio de 2009). Univ. Pontificia Bolivariana. Medellín, Colombia.

- ✓ Corona, José M. “Etnografía de lo virtual: experiencias y aprendizajes de una propuesta metodológica para investigar internet” en Revista electrónica Razón y Palabra. N° 82 (marzo-mayo 2013). México.

UNIDAD II:

- Sabino, Carlos (1996) “El proceso de investigación” Edit. Lumen. Bs. As. (Cap. 3: La investigación científica).
- Hernández Sampieri, Roberto y otros (1998) “Metodología de la investigación”. Edit. Mc. Graw Hill. Bs. As. (Cap. 2).
- Equipo de Cátedra Taller de Metodología de la Investigación Aplicada. (2009). Manual: “Herramientas de Metodología para investigar en Comunicación” TOMO 1: Conceptos, reflexiones y ejercicios prácticos. Edit. Copy. ECI. UNC. Cba. (Caps.: IV y V).

UNIDAD III:

- Equipo de Cátedra Taller de Metodología de la Investigación Aplicada. (2009). Manual: “Herramientas de Metodología para investigar en Comunicación” TOMO 1: Conceptos, reflexiones y ejercicios prácticos. Edit. Copy. ECI. UNC. Cba. (Caps.: VI y VII).

UNIDAD IV:

- Equipo de Cátedra Taller de Metodología de la Investigación Aplicada. (2012). Manual: “Herramientas de Metodología para investigar en Comunicación” TOMO 2.1: Técnicas de recolección y análisis de la información. Edit. Copy ECI. UNC. Cba. (Caps.: I, II, III, IV, V, y VI).

UNIDAD V:

- Equipo de Cátedra Taller de Metodología de la Investigación Aplicada. (2012). Manual: “Herramientas de Metodología para investigar en Comunicación” TOMO 2.1: Técnicas de recolección y análisis de la información. Edit. Copy ECI. UNC. Cba. (Caps: VII y VIII).

BIBLIOGRAFIA GENERAL COMPLEMENTARIA

- Blanchet, A y otros "Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales". Ed. Narcea, Madrid, 1989.
- Cea D'Ancona, María de los Angeles Metodología cuantitativa: Estrategias y Técnicas de Investigación Social. Síntesis. Sociología. Madrid. 1995.
- Díaz, Esther y Heler, Mario. "El conocimiento científico" Eudeba. Bs. As. 1989.
- Greenwood, Ernest " Metodología de la Investigación Social" Paidos, Bs. As
- Jensen K.B. y Jankowski N.W. "Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas" Colección Bosch de Comunicación, 1993, Barcelona.
- Mayntz, Renate y otros "Introducción a los métodos de la Sociología empírica" Alianza, Madrid 1980.
- Orozco Gómez, Guillermo. "La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa". Ediciones de Periodismo y Comunicación. Univ. La Plata. La Plata. 1991.
- Piñuel Raigada, José Luis y otro "Metodología General: Investigación en la comunicación Social" ED Síntesis, Madrid, 1995.
- Rodríguez Gómez Gregorio y otros, Ed. Aljibe, México DF 1996.
- Rojas Soriano, Raúl (1991) "Guía para realizar Investigaciones Sociales" Ed. Folios, México. Cap. II, VI, V, VI y VII Pág. 47 – 171.
- Rojas Soriano, Raúl; "Guía para realizar Investigaciones Sociales" Ed. Folios, México, 1991.
- Sampieri, R.; Fernández Collado, C.; Lucio, Pilar; "Metodología de la Investigación" Mac Graw Hill, México. 1998.
- Selltiz , Jahoda y otros; " Métodos de Investigación en las relaciones sociales". Rialp. 1965.
- Sierra Bravo; R, "Tesis doctorales y trabajos de investigación científica". 3º Edición. Paraninfo, Madrid, 1994.
- Sierra Bravo; R. "Técnicas de investigación social" Paraninfo, Madrid, 1994.
- Taylor y Bodgan (1990)" Introducción a los métodos cualitativos de investigación" Paidos, Bs. As
- Vallés Martínez, Miguel.; "Técnicas cualitativas de investigación Social" Síntesis. Madrid. 1996.
- Wimmer, Roger y Dominick, Joseph "La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos". 1993. Barcelona.
- Wolf, Mauro "La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas". PAIDOS. Buenos Aires. 1ª Edición . Año1987.

Se ampliará con bibliografía durante el cursado

g) Condición académica de los alumnos :

Alumnos promocionales:

- Asistir a no menos de un 80% de los encuentros de comisión.
- Aprobar los cuatro prácticos.
- Aprobar las integraciones teóricas individuales, con 7 (siete) o más.
- Aprobar el Ejercicio de Investigación con 7 o más.

Alumnos regulares:

- Asistir a no menos el 80 % de los encuentros de comisión.
- Aprobar los cuatro prácticos.
- Aprobar la integración teórica individual, con 4 o más.
- Aprobar el Ejercicio de Investigación con por lo menos 4.

El alumno que no se ubique en ninguna de estas categorías quedará automáticamente libre.

h) Modalidad evaluativa:

Evaluaciones en el cursado

Se plantea realizar dos “integradores teórico-prácticos” con los contenidos desarrollados en el taller. Estos integradores – similares a parciales - constituyen la nota individual. Todos los alumnos deben aprobar el 1er. Integrador o en su defecto recuperarlo.

Los promocionales, deberán aprobar los dos integradores con 7 (siete) o más. Un alumno aplazado en el 1er. integrador no podrá ser promocional.

El 2º integrador abarcará todos los contenidos dictados en el taller y será para alumnos que opten por la condición de promocional.

Los alumnos regulares con aplazo o ausentes en el 1er. integrador, podrán hacer el recuperatorio que abarcará los mismos contenidos que el 1er. integrador. La nota del integrador o su recuperatorio deberá ser de 4 o más.

El ejercicio integrador de investigación, realizado por grupos de trabajo, constituirá la nota de práctica y deberá ser 7 o más para promocionales y 4 o más para regulares.

Evaluaciones Finales

El examen final del alumno promocional consistirá en la presentación del trabajo final aprobado y una evaluación por escrito del proceso de aprendizaje realizado en la cátedra.

El examen final del alumno regular será oral y a programa abierto. Salvo alguna excepción justificada.

Modalidad de examen libre

Por ser Taller, es esencial para la aprobación la elaboración de un producto. En este caso se trata de un ejercicio de investigación. Presentar el ejercicio de investigación completo 20 días antes de la fecha del examen al que aspira presentarse el alumno. Se informará al estudiante mediante dos dictámenes si el trabajo ha sido aprobado y que observaciones tiene. Cuando haya aprobado el trabajo, el alumno se presentará primero a un examen escrito (ejercicios de integración teórico- práctica) y de aprobarlo pasará al oral (teórico a programa abierto), donde se realizará la defensa del trabajo presentado y se profundizarán contenidos teóricos del Taller.

i) Criterios de evaluación

Los prácticos evaluables son cuatro y tres de ellos se aplican en un ejercicio de investigación integrador.

Se trabaja con guías que son entregadas para ser realizadas y revisadas en el espacio áulico y fuera de él en un tiempo determinado.

Los grupos de trabajo para realizar los ejercicios de investigación no deberán superar las 5 personas.

Por la característica de proceso del ejercicio de investigación, los prácticos deben ser aprobados en su totalidad, para regularizar la asignatura.

j) Modalidad pedagógica:

El proceso de enseñanza aprendizaje se realiza basado en la participación y reflexión de los alumnos y docentes sobre los contenidos teóricos aplicados a la práctica.

Las fechas de prácticos e integrador teórico son avisadas el primer día de clase.

Con la presentación de la asignatura se expone el cronograma de trabajo con las fechas de entrega de modo que los alumnos puedan organizar sus tiempos para el estudio.

La ejercitación práctica se desarrolla luego de la integración teórica de los temas.

Los encuentros teórico-prácticos son aproximadamente diez y se desarrollan distintas actividades de aplicación en el aula.

Firma del profesor Titular.

Aclaración: Profesora Dra. Paulina Beatriz Emanuelli

Legajo: 27410