



Taller II – Metodología de la Investigación en Comunicación

Docente a cargo: Lic. Paula Muriel Belmes

Duración: cuatrimestral

Año: 2020

Fundamentación de la materia:

La materia *Taller II* por su ubicación en el tercer año de la carrera, es un espacio que permite conjugar los conocimientos ya anticipados en los años anteriores con la proyección hacia la especialización del último ciclo. *Metodología de la Investigación en Comunicación* se posiciona así en un nodo propicio para contribuir a la formación de los estudiantes en el área particular de la investigación científica.

El campo de la comunicación que en sus comienzos mostró una preocupación creciente por la relación entre los medios masivos de comunicación y sus audiencias; fue rápidamente ampliando su horizonte de intereses, los estudios comenzaron a complejizarse incorporando recursos de otras disciplinas que permitieron expandir sus objetos de estudio y reflexión. Pensar hoy la comunicación en un mundo globalizado supone reformular aquellas fronteras incluyendo aspectos que den cuenta de las transformaciones tecnológicas, culturales y sociales contemporáneas. Este espacio diverso demanda que los estudiantes desarrollen competencias para la investigación básica y aplicada a partir de un ejercicio permanente de pensamiento crítico sobre el objeto a conocer y sobre el sujeto que conoce. Este recorrido se propone provocar la búsqueda de estrategias metodológicas plurales atendiendo a la diversidad y densidad de los objetos a estudiar.

Las correlatividades de la materia establecen que las/os alumnas/os tengan aprobadas *Ciencia y Tecnología* y *Taller I* así como también haber cursado *Comunicación y Cultura I*. Estos requisitos permiten que al momento de cursar *Taller II* se hayan adquirido conocimientos básicos de los problemas epistemológicos que se asocian con el surgimiento del pensamiento de las ciencias sociales en el siglo XIX y los debates propios de ese campo en aquel período y durante el siglo XX. Estas temáticas abordadas en *Ciencia y Tecnología* son el fundamento teórico insoslayable al momento de iniciarse en las metodologías de investigación en particular. En el terreno propio de la comunicación *Taller I* recorre sus múltiples definiciones teóricas y epistemológicas proveyendo de un amplio abanico de recursos interpretativos. En la línea del

relevamiento del corpus de teorías de y sobre la comunicación, *Comunicación y Cultura* / transita las escuelas de pensamiento más reconocidas del siglo XX corto las que, en algunos casos, produjeron sus propias herramientas de investigación. Consideradas de conjunto las tres materias permiten a Taller II ofrecer la oportunidad de introducirse en el universo de la metodología de la investigación en comunicación.

Contenidos mínimos:

- Fundamentos de las técnicas de investigación cuantitativa en Ciencias Sociales y su utilización en los estudios en Comunicación Social. Estadística descriptiva en investigación social. Diseños de muestra y tipos de muestra.
- Las técnicas cualitativas en Ciencias Sociales y su utilización en los estudios en Comunicación Social. El paradigma hermenéutico. Entrevistas cualitativas, exploratorias y en profundidad. Entrevistas grupales. La etnografía. La observación participante y etnográfica.

OBJETIVOS:

Que los estudiantes:

- adquieran herramientas teóricas y metodológicas que les permitan articular los marcos epistemológicos con los requerimientos interpretativos del campo comunicacional.
- ejerciten la capacidad de interpelar desde el pensamiento crítico la relación entre teorías, objetos y métodos.
- desarrollen las competencias básicas que les permitirán efectuar lecturas sistemáticas y críticas de diseños y resultados de investigaciones en Comunicación.
- conozcan las técnicas e instrumentos cuantitativos de recolección, procesamiento y análisis de datos.
- se capaciten en las técnicas e instrumentos cualitativos de recolección, procesamiento y análisis de datos.

Unidades temáticas:

Unidad 1: LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

Las Etapas del Proceso de Investigación. Tipos de diseños de investigación: Exploración, Descripción, Explicación y Predicción. Los Temas de Investigación. El proyecto de investigación en Comunicación: formulación del problema de investigación, preguntas y objetivos; estado de la cuestión; marco teórico, premisas e hipótesis; propuesta metodológica, técnica e instrumental.

Unidad 2: LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA EN COMUNICACIÓN

Los métodos cualitativos y el paradigma interpretativo: el estudio de la comunicación desde una perspectiva hermenéutica. Metodología cualitativa en el campo de la Comunicación: estudios de recepción y consumo de medios; etnografías de audiencias; análisis textual y análisis del discurso; pruebas de productos comunicativos, las redes sociales y las plataformas digitales como objeto del análisis de la comunicación: desde wikipedia a tinder. El diseño de la investigación cualitativa y el trabajo de campo. Las técnicas de recolección cualitativas: observación, historia de vida, entrevista en profundidad y *focus group*.

Unidad 3: LOS MÉTODOS CUANTITATIVOS Y LA ESTADÍSTICA EN LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

Operacionalización y medición: conceptos, dimensiones, variables, indicadores e índices. Tipos de variables y niveles de medición. Medidas estadísticas de posición, tendencia central y dispersión. Técnicas de muestreo: muestreo al azar y no al azar. Técnicas de recolección de datos. Investigación por encuesta: trabajo de campo e instrumentos de recolección (cuestionarios y escalas de medición). Edición, codificación, supervisión y procesamiento de datos cuantitativos. Diseños cuantitativos habituales en la investigación en Comunicación: sondeos de opinión, mediciones de audiencia, segmentación de audiencias y evaluación publicitaria.

Unidad 4: EL ANÁLISIS DE DATOS

El análisis de relaciones entre variables y el contraste de hipótesis: el plan de análisis de la investigación. Lectura e interpretación de cuadros estadísticos. El trabajo con el dato cualitativo. Recursos heurísticos para la codificación. El método comparativo constante. El informe y la presentación de los datos.

Sistema de evaluación y promoción

La asignatura se inscribe en el régimen de promoción sin examen según lo establecido en el Reglamento de Enseñanza y Promoción, artículos 9 y 10. Para aprobar la materia se deberá cumplir con el 80% de asistencia a clases teóricas y prácticas, presentar los trabajos prácticos y un trabajo final monográfico.

Las clases se organizarán en dos momentos: un primer momento que se destinará a la exposición teórica de los temas que incluye el debate y análisis crítico de aquellos. Un segundo momento en el que los estudiantes trabajarán en los ejercicios prácticos que se proponen abordar desde distintas perspectivas un tema común a todo el grupo. El formato Taller favorece la promoción de una práctica más flexible y fluida en la relación pedagógica y en el dominio de los conceptos y herramientas de la investigación en comunicación.

BIBLIOGRAFÍA POR UNIDAD

Unidad 1: LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

Bourdieu, Pierre "El campo científico", en *Intelectuales, política y poder*, Buenos Aires, EUDEBA, 1999, pp. 75-110.

Cea D'Ancona, M. A., *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*, Madrid, Editorial Síntesis, 1996, capítulo 3.

Geertz, Clifford (1987) *La interpretación de las culturas*, México, Gedisa.

Goffman, Erving (2009) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu.

Marradi, A.; Archenti, N.; y Piovani, J. I. (Comp.): *Metodologías de las Ciencias Sociales*, Buenos Aires, Emece Editores, 2007. Capítulos 1, 2 y 3.

Samaja, Juan (2001) *Epistemología y Metodología. Elementos para una Teoría de la Investigación Científica*, Buenos Aires: EUDEBA, 3ra. ed.

Vasallo de Lopes, Maria I. (1999) "La investigación en comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas", en *Revista Diálogos de la Comunicación N° 56*, FELAFACS.

Vasilachis de Gialdino, Irene coord. (2006) *Estrategias de investigación cualitativa*, Barcelona, Gedisa.

Vazquez, Héctor (1994), *La investigación sociocultural. Crítica de la razón teórica y de la razón instrumental*, Buenos Aires, Biblos.

Unidad 2: LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA EN COMUNICACIÓN

Cabello, Roxana (2018), *20 minutos en el futuro. Distancias y relaciones interpersonales en el espacio virtual cambiante*. Buenos Aires, Prometeo.

Cabello Roxana y López, Adrián (2017), *Contribuciones al proceso de apropiación de tecnologías*, Chubut, Ediciones del Gato Gris.

Gaitán Moya, J. y Piñuel Raigada, J., *Técnicas de investigación en Comunicación Social. Elaboración y registro de datos*, Madrid, Síntesis, 1998, capítulos 2 y 3.

Guber, Rosana, *La etnografía. Método, campo y reflexividad*, Bogotá, Grupo Editorial Norma, 2001. Capítulos 3 y 4.

Scribano, Adrián *El proceso de investigación social cualitativo*, Buenos Aires, Prometeo Libros, 2008.

Taylor, S. y Bodgan, R., *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*, Buenos Aires, Editorial Paidós, 1987.

Vasilachis de Gialdino, Irene, *Métodos Cualitativos I. Los problemas teórico-epistemológicos*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina, 1992.

Unidad 2: LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA EN CIENCIAS SOCIALES

Appadurai, Arjun ed. (1991) *La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías*, México, Grijalbo.

Gaitán Moya, J. y Piñuel Raigada, J. (1998), *Técnicas de investigación en Comunicación Social. Elaboración y registro de datos*, Madrid, Síntesis.

Guber, Rosana, (2001) *La etnografía. Método, campo y reflexividad*, Bogotá, Grupo Editorial Norma, 2001.

Scribano, Adrián (2008) *El proceso de investigación social cualitativo*, Buenos Aires, Prometeo Libros.

Taylor, S. y Bodgan, R. (1987) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*, Buenos Aires, Editorial Paidós.

Van Dijck, Jose (2016) *La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales*, Buenos Aires, siglo XXI.

Vasilachis de Gialdino, Irene (1992) *Métodos Cualitativos I. Los problemas teórico-epistemológicos*, Buenos Aires, Centro Editor de América Latina.

Unidad 3: LOS MÉTODOS CUANTITATIVOS Y LA ESTADÍSTICA EN LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

Bourdieu, Pierre y Passeron, Jean-Claude (2003) *Los herederos. Los estudiantes y la organización de la cultura*, México, Siglo XXI Editores.

Hernández Sampieri, Roberto, et al. (1998), *Metodología de la Investigación*, México, Mc Graw Hill.

Lazarsfeld, Paul “Nacimiento y desarrollo de las variables” en Korn, F. comp. (1984) *Conceptos y variables en la investigación social*, Buenos Aires, Nueva Visión.

Wimmer, M. y Dominick, J., (1996) *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*, Barcelona, Bosch Casa editorial S.A.

Unidad 4: EL ANÁLISIS DE DATOS

Glaser, Barney y Strauss, Anselm (1967) *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*, New York, Aldine Publishing Company.

Mora y Araujo, Manuel y otros (1968), *El análisis de datos en la investigación social*, Buenos Aires, Nueva Visión.

Sautu, Ruth comp. (2007), *Prácticas de la investigación cuantitativa y cualitativa. Articulación entre la teoría, los métodos y las técnicas.*, Buenos Aires, Lumiere.

Wainerman, C. y Sautú R. comps. (2001) *La trastienda de la investigación*, Buenos Aires, Editorial Lumiere.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

Baudrillard, Jean *La guerra del golfo no ha tenido lugar*, Barcelona, Anagrama, 1991.

Becker, Howard, *Manual de escritura para científicos sociales*. Buenos Aires, Siglo XXI, 2016.

Carlino, Paula *Escribir, leer y aprender en la universidad. Una introducción a la alfabetización académica*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2013.

Cassany, Daniel *La cocina de la escritura*, Buenos Aires, Anagrama, 2014.

Chalmers, Alan, *¿Qué es esa Cosa Llamada Ciencia?*, Buenos Aires: Editorial Siglo XXI, 2000.

Garfinkel, Harold, (1967) *Studies in ethnomethodology*, New Jersey, Prentice-Hall.

Geertz, Clifford “Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura” en *La interpretación de las culturas*, México, Gedisa, 1987.

Goffman, Erving *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu, 2009.

Guber, Rosana (1991) *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*, Buenos Aires, Editorial Legasa.

Habermas, Jürgen (1984) *Ciencia y Tecnología como Ideología*, Madrid, Técnos.

Hernández Sampieri, Roberto, et al., *Metodología de la Investigación*, México: Mc Graw Hill, 1998.

Ibañez, Jesús, *Del algoritmo al sujeto. Perspectivas de la investigación social*, Madrid, Siglo XXI, 1985.

Jensen, K. B. y Jankowski, N. W. (Edits.) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*, , Barcelona, BOSCH, 1993.

Lago Martrín, Silvia et al. (2018) *Acerca de la apropiación de tecnologías: teorías, estudios y debates*, Chubut, Ediciones del Gato Gris.

Marí, Enrique “Ciencia y ética. El modelo de la ciencia martillo”, en *Doxa*, Nº 10, 1991.

Merton, Robert K. and Barber, Elinor *The travels and adventures of Serendipity: a study in sociological semantics and the sociology of science*, Princeton, USA, Princeton University Press, 2006.

Morley, David, *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Barcelona, Amorrortu, 1996.

Orozco Gómez, Guillermo *La investigación en Comunicación desde la Perspectiva Cualitativa*, La Plata, EPC-UNLP, 1996.

Samaja, Juan, *Epistemología y Metodología. Elementos para una Teoría de la Investigación Científica*, Buenos Aires: EUDEBA, 3ra. Ed. 2001.

Shutz, Alfred, (1974) *El problema de la realidad social*, Buenos Aires, Amorrortu.

Strauss, Anselm and Corbin, Juliet (1990) *Basics of Qualitative Research. Grounded Theory Procedures and Techniques*, USA, Sage Publications Inc.

Verón, Eliseo, *Construir el acontecimiento*, Buenos Aires, Gedisa, 1981.

Vieytes, Rut, *Metodología de la investigación en organizaciones, mercado y sociedad*, Buenos Aires, Editorial de las Ciencias, 2004.

Wainerman, C. y Sautú R. (Comp): *La trastienda de la investigación*, Buenos Aires, Editorial Lumiere, 2001.

Wolf, Mauro, *La investigación de la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós, 1990.

Yacuzzi, Enrique, *El Estudio de Caso como Metodología de Investigación: Teoría, Mecanismos Causales, Validación*, Buenos Aires: Universidad del CEMA, 2005.