

PROGRAMA DE MATERIA

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN				
CENTRO ACADÉMICO:	CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	COMUNICACIÓN				
PROGRAMA EDUCATIVO:	LIC. EN COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2012	SEMESTRE:	5	CLAVE DE LA MATERIA:	20282
ÁREA ACADÉMICA:	Semiótica, teorías y metodologías de la comunicación		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	Agosto-Diciembre	
HORAS SEMANA T/P:	2HT / 4HP		CRÉDITOS:	8	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	Presencial		NATURALEZA DE LA MATERIA:	Obligatoria	
ELABORADO POR:	Dr. Salvador De León Vázquez				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	Semiótica, teorías y metodologías de la comunicación		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Agosto, 2020	

DESCRIPCIÓN GENERAL

En este curso teórico-práctico se revisarán, a manera de seminario, las posibilidades y limitaciones de los principales diseños metodológicos empleados en la investigación aplicada a las prácticas de comunicación. Se abordará el asunto de la problematización de un objeto de estudio, las estrategias de indagación, técnicas de recopilación y el análisis de datos para que el alumno sea capaz de proponer e implementar, a partir de decisiones informadas, un proyecto de investigación aplicada. Posteriormente, a manera de taller, los alumnos realizarán diversos ejercicios, apoyándose entre sí, para nutrir su experiencia en investigación más allá de sus propios proyectos, exponiendo sus avances y discutiendo sobre ellos. Se fomentará por lo tanto, la disposición hacia el trabajo en equipo, actitudes críticas y responsables para construir propuestas que atiendan necesidades comunicativas.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

El alumno será capaz de desarrollar un proyecto de investigación aplicada en el campo de la comunicación social, integrando un marco teórico-metodológico y generando a partir de él un trabajo de diseño de instrumentos de obtención de información, recopilación y análisis de datos para generar resultados que fundamenten su práctica profesional en sus principales ámbitos.

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: La Investigación		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA

PROGRAMA DE MATERIA

Al finalizar la unidad, los estudiantes comprenderán las etapas que componen el proceso de investigación y serán capaces de identificar y seleccionar literatura para estudios aplicados en comunicación.	1. ¿Qué es la investigación?	1
	2. Investigación básica y aplicada.	6
	3. Ámbitos de desarrollo de la investigación aplicada	11
	a. Comercial/empresarial	12
	b. Político	14
	c. Social	16
	d. Cultural	16
4. Revisión de casos ejemplares.		
5. Posiciones epistemológicas en el proceso de investigación.		
6. Revisión de literatura especializada		
7. Uso de gestor de referencias y sistema APA de citación.		

UNIDAD TEMÁTICA II: El protocolo de investigación y fundamentos teórico-metodológicos

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al término de la unidad, los alumnos serán capaces de plantear un protocolo sencillo de investigación aplicada a los escenarios de la comunicación, a partir de fundamentos teórico-metodológicos.	1. Planteamiento de problema, preguntas y objetivos de investigación	2
	2. Diseño de hipótesis o argumentación	3
	3. Estado del arte o de la cuestión	4
	4. Marco teórico y conceptual	11
	5. Diseño de la metodología o trabajo de campo	14
	6. Elaboración del protocolo de investigación	18

UNIDAD TEMÁTICA III: Estrategia metodológica

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Cuando la unidad concluya, los estudiantes conocerán las principales técnicas de recolección de datos, y podrán aplicarlas a su proyecto de investigación aplicada.	1. Métodos cuantitativos, cualitativos y mixtos.	6
	2. Técnicas de investigación.	7
	a. Cuantitativas (Encuestas de opinión, medición de audiencias, análisis de contenido, etc.)	8
	b. Cualitativas (Observación, entrevistas, grupos focales, grupos de discusión)	9
	c. Análisis de textos (del discurso, semiótico, argumentativo, iconográfico, etc.)	10
	d. Narrativas (historia oral, de vida, de familia, de trayectorias)	12
	e. Mixtos (Laboratorios vivos, análisis relacional)	14
	f. Análisis de discurso	15
	g. Análisis de contenido	16
	3. Elección de técnicas en función de las categorías analíticas.	17
	19	
	20	
	d)	

UNIDAD TEMÁTICA IV: Sistematización, resultados y divulgación.

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
------------------------	------------	---------------------

PROGRAMA DE MATERIA

Al concluir la unidad, los estudiantes habrán registrado, organizado y analizado los datos recabados en el trabajo de campo para comprender mejor y dar a conocer una problemática de comunicación.	1. Registro y codificación de la información	5
	2.- Sistematización de la información	13
	a) Uso de categorías	17
	b) Relaciones entre categorías	18
	3.- Análisis e interpretación de los datos	a)
	4.- Recursos para presentar resultados:	b)
a) Uso de cuadros	c)	
b) Uso de tablas		
c) Uso de gráficas		
5.- El reporte de investigación y elaboración de propuestas		
6. La difusión de la investigación: el artículo académico, el artículo de divulgación, la ponencia, el cartel y la infografía.		

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Al ser un curso teórico-práctico, se desarrollarán actividades de lectura para generar discusiones y aprendizajes teórico-conceptuales, al mismo tiempo que los estudiantes avanzarán en su propuesta de investigación aplicada, haciendo converger las etapas de desarrollo del trabajo con las lecturas detonadoras de discusión. Asimismo, se utilizarán recursos en diversas plataformas articulados con estrategias de aprendizaje.

Las sesiones serán coordinadas alternadamente por dos profesores(as), quienes se dividirán el trabajo de acompañamiento, asesoría y revisión de trabajos en equipo, con base en los mismos criterios de evaluación.

Al final, los estudiantes entregarán un documento que contenga el desarrollo del trabajo de investigación aplicada en comunicación.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Bibliografía relacionada con la materia, documentos en línea, recursos audiovisuales en formatos digitales, publicaciones académicas y memorias de congresos, bases de datos electrónicas, nacionales e internacionales, además del aula virtual de la UAA.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Participación en actividades presenciales y en línea	20%
Entrega de reportes de lectura, ejercicios y prácticas	20%
Entrega de trabajo intermedio: el protocolo de investigación	20%
Entrega de trabajo final: Reporte de investigación formal y modalidad de divulgación	40%

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS:

1. Ander-Egg, E. (2003). *Repensando la investigación-acción participativa*. España: Lumen.
2. Bernier, M.F., et al (2005). *Pratiques novatrices en communication publique*. Quebec: Université Laval.
3. Chihu, A. (2010). *El framing de la prensa*. México: UAM, Miguel Ángel Porrúa.
4. Chihu, A. (2010). *El framing del spot político*. México: UAM, Miguel Ángel Porrúa.
5. Elizalde, L.H., et al (2006). *La construcción del consenso. Gestión de la comunicación gubernamental*. Argentina: La Crujía, Universidad Austral.
6. González, A. (2003). Los paradigmas de investigación en las ciencias sociales. *Islas* 45(138), 125-135.
7. Guber, R. (2008). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Argentina: Paidós.

PROGRAMA DE MATERIA

8. Infocívica, Poder Ciudadano (2004). *Manual de monitoreo de medios en periodos electorales*. Argentina: La Crujía, Fundación Konrad Adenauer.
9. Jara, R. & Garnica, A. (2009). *Medición de audiencias de televisión en México*. México: Patria.
10. Lindlof, T. y Taylor, B. (2002). Theoretical Traditions and Qualitative Communication Research (29 – 62), Design III: Getting Started (99 – 110) en *Qualitative Communication Research Methods*. USA: SAGE Publications.
11. Lozano, R. (2005). *La comunicación en México: diagnósticos, balances y retos*. México: CONEICC, Tecnológico de Monterrey.
12. Martí, J. (s/f). *La investigación-acción participativa. Estructura y fases*. Manuscrito digital.
13. Mendoza, V. M., Rivera, M. E., González, M. & del Río, J. (2007). Criterios para la presentación de carteles científicos. *Revista de la Comisión de Investigación*, 2.
14. Orozco, G. & González, R. (2011). *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. México: Tintable.
15. Ortega, R. (2011). La investigación aplicada a los derechos humanos. *Métodos*, núm. 1, 15-21.
16. Stahlbrost, A. & Holst, M. (s/f). *The living lab methodology handbook*. Suecia.
17. Tarrés, M.L. (2001). *Observar, escuchar y comprender. Sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. México: El Colegio de México, FLACSO.
18. Vargas, Z.R. (2009). La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 33(1), 155-165.
19. Vilches, L. (1991). *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. España: Paidós.
20. Vilches, L. et al (2011). *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. España: Gedisa.

COMPLEMENTARIAS:

- a) Demers, F. (2014). Periodismo en línea y desarrollo territorial. El caso del sitio *Grafici.ca* en Canadá. *Caleidoscopio*, 30(17), 15-36. Universidad Autónoma de Aguascalientes.
- b) Guerrero, M.A. & Chávez, M. (2009). *Empowering citizenship through journalism, information and entertainment in Iberoamerica*. México: Michigan State University, The University of Miami, Universidad Iberoamericana.
- c) Proulx, S. et al (2008). *L'action communautaire québécoise à l'ère du numérique*. Quebec: Presses de l'Université du Québec.
- d) Roldán, F.J. (s/f). *Qué son los living lab*. Revisado en <http://www.paisdelconocimiento.org/corporativo/4> el 28 de julio de 2014.

SITIOS, ASOCIACIONES DE INVESTIGADORES y REVISTAS:

Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC)

<http://www.amic.mx>

Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC)

<http://alaic.org>

International Association of Communication (ICA)

<https://www.icahdq.org>

International Association for Media and Communication Research (IAMCR)

<https://iamcr.org/>

Qué es una Infografía, cómo se hacen, cómo se diseña una infografía

<http://www.ofifacil.com/ofifacil-infografias-que-es-definicion-como-se-hacen.php>

Centro de Documentación CC-DOC ITESO

<http://ccdoc.iteso.mx/acervo/cat.aspx?cmn=about>

Sage Journal

<http://journals.sagepub.com>

PROGRAMA DE MATERIA

Revista *Comunicación y sociedad*

<http://www.comunicacionsociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc>