

## PROGRAMA DE MATERIA

### DATOS DE IDENTIFICACIÓN

<b>MATERIA:</b>	<b>INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN</b>				
<b>CENTRO ACADÉMICO:</b>	CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES				
<b>DEPARTAMENTO ACADÉMICO:</b>	COMUNICACIÓN				
<b>PROGRAMA EDUCATIVO:</b>	LIC. EN COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN				
<b>AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:</b>	2019	<b>SEMESTRE:</b>	4	<b>CLAVE DE LA MATERIA:</b>	27569
<b>ÁREA ACADÉMICA:</b>	Semiótica, teorías y metodologías de la comunicación		<b>PERIODO EN QUE SE IMPARTE:</b>	Enero-Junio	
<b>HORAS SEMANA T/P:</b>	2HT / 2HP		<b>CRÉDITOS:</b>	6	
<b>MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:</b>	Presencial		<b>NATURALEZA DE LA MATERIA:</b>	Obligatoria	
<b>ELABORADO POR:</b>	Ana María Navarro Casillas / Emma Nitzel García Guardado				
<b>REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:</b>	Semiótica, teorías y metodologías de la comunicación		<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	Enero, 2024	

### DESCRIPCIÓN GENERAL

Curso teórico-práctico que propone revisar las posibilidades y limitaciones de los principales diseños metodológicos de la investigación aplicada a las prácticas de comunicación. Se abordará la problematización de un objeto de estudio, las estrategias de indagación, técnicas de recopilación y el análisis de datos para que las alumnas y los alumnos sean capaces de obtener resultados sobre la situación concreta de comunicación que estudia.

La información recopilada a través de distintos instrumentos o consultada en diversas fuentes les permitirá identificar problemáticas de comunicación y elaborar diagnósticos sobre temáticas relacionadas a su campo profesional. Esta materia se apoya principalmente de las asignaturas previas de Teoría de la Comunicación I, de manera simultánea se relaciona con Uso e Interpretación de Datos Estadísticos y Teoría de la Comunicación II, asimismo sus contenidos servirán de base para Comunicación Social, Comunicación Política y Seminario de integración. A través de los contenidos y experiencias de aprendizaje de esta materia, se contribuye a los objetivos del Programa Institucional de Formación Humanista y su acreditación parcial.

### OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al finalizar el curso, las y los estudiantes aplicarán técnicas e instrumentos de investigación para recopilar y analizar información que genere resultados con el fin de reconocer problemáticas específicas e integrar diagnósticos de comunicación que fundamenten la práctica profesional con calidad, ética y compromiso social.

## PROGRAMA DE MATERIA

### CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: La Investigación (15 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al finalizar la unidad, las y los estudiantes comprenderán las etapas que componen el proceso de investigación y serán capaces de identificar y seleccionar literatura para estudios aplicados en comunicación.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué es la investigación?</li> <li>2. Investigación básica y aplicada.</li> <li>3. Ámbitos de desarrollo de la investigación aplicada               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Mediático</li> <li>b. Político</li> <li>c. Social</li> <li>d. Cultural</li> <li>e. Otros cruces (salud, deportes, religión, ciudad, etc.)</li> </ol> </li> <li>4. Posiciones epistemológicas en el proceso de investigación.</li> <li>5. Revisión de literatura especializada</li> <li>6. Uso de gestor de referencias y sistema APA de citación.</li> </ol>	<p>1 6 11 12 14 16</p>
UNIDAD TEMÁTICA II: El protocolo de investigación y fundamentos teórico-metodológicos (15 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al término de la unidad, las alumnas y los alumnos serán capaces de plantear un protocolo sencillo de investigación aplicada a los escenarios de la comunicación, a partir de fundamentos teórico-metodológicos.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Planteamiento de problema, preguntas y objetivos de investigación</li> <li>2. Diseño de hipótesis o argumentación</li> <li>3. Estado del arte o de la cuestión</li> <li>4. Marco teórico y conceptual</li> <li>5. Diseño de la metodología o trabajo de campo</li> <li>6. Elaboración del protocolo de investigación</li> </ol>	<p>2 3 4 11 14 18</p>
UNIDAD TEMÁTICA III: Estrategia metodológica (15 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Cuando la unidad concluya, las y los estudiantes conocerán las principales técnicas de recolección de datos, y podrán aplicarlas a su proyecto de investigación aplicada.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Métodos cuantitativos, cualitativos y mixtos.</li> <li>2. Técnicas de investigación.               <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Cuantitativas (Encuestas de opinión, medición de audiencias, análisis de contenido, etc.)</li> <li>b. Cualitativas (Observación, entrevistas, grupos focales, grupos de discusión)</li> <li>c. Análisis de textos (del discurso, semiótico, argumentativo, iconográfico, etc.)</li> <li>d. Narrativas (historia oral, de vida, de familia, de trayectorias)</li> <li>e. Mixtos (Laboratorios vivos, análisis relacional)</li> </ol> </li> <li>3. Elección de técnicas en función de las categorías analíticas.</li> </ol>	<p>6 7 8 9 10 12 14 15 16 17 19 20</p>

## PROGRAMA DE MATERIA

UNIDAD TEMÁTICA IV: Sistematización, resultados y divulgación. (15 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al concluir la unidad, las y los estudiantes reconocerán los procesos de registro, organización y análisis de 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	
	4. Recursos para presentar resultados:	
a) Uso de cuadros		
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 las y 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.

Al final, las y los estudiantes entregarán un documento que contenga los elementos principales del informe 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.

Los materiales de lectura, material de apoyo didáctico serán compartidos a través de la plataforma Aula Virtual, misma que será utilizada para la entrega de trabajos, ejercicios y tareas de los(as) estudiantes.

### EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

<b>Primera evaluación parcial (Estado de la cuestión)</b>	<b>30%</b>
- Fichas y reportes de lectura (40%)	
- Documento de Estado de la cuestión (50%)	
- Participación y trabajo en clase (10%)	
<b>Segunda evaluación parcial (Planteamiento del problema y marco teórico)</b>	<b>30%</b>
- Participación y reportes de lectura (20%)	
- Pregunta y objetivos de investigación (35%)	
- Marco Teórico (45%)	
<b>Tercera evaluación parcial (Protocolo de investigación)</b>	<b>40%</b>
- Estrategia metodológica (30 %)	
- Protocolo de investigación (50 %)	
- Cartel científico (20%)	
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>

### FUENTES DE CONSULTA

## PROGRAMA DE MATERIA

### BÁSICAS:

1. Ander-Egg, E. (2003). *Repensando la investigación-acción participativa*. España: Lumen.
2. Angrosino, M. (2012). *Etnografía y observación participante en investigación cualitativa*. Morata.
3. Banks, M. (2012). *Los datos visuales en investigación cualitativa*. Morata.
4. Barbour, R. (2012). *Los grupos de discusión en investigación cualitativa*. Morata.
5. Filck, U. (2012). *El diseño de investigación cualitativa*. Morata.
6. García, M. del M., Martínez, V., & Riesco, M. A. (2017). *Mendeley. Guía de uso. Grupo de Trabajo de Gestores Bibliográficos*. Universidad de León.
7. Gibbs, G. (2012). *El análisis de datos cualitativos en investigación cualitativa*. Morata.
8. González, A. (2003). Los paradigmas de investigación en las ciencias sociales. *Islas* 45(138), 125-135.
9. Guber, R. (2008). *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Argentina: Paidós.
10. Hernández-Sampieri, R. et al (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.
11. Kvale, S. (2012). *Las entrevistas en investigación cualitativa*. Morata.
12. 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.
13. Martí, J. (s/f). *La investigación-acción participativa. Estructura y fases*. Manuscrito digital.
14. Núñez, G., Marquina, O. & León, L. (2017). *Guía de investigación en ciencias y artes de la comunicación*. Pontificia Universidad Católica del Perú.
15. Orozco, G. & González, R. (2011). *Una coartada metodológica. Abordajes cualitativos en la investigación en comunicación, medios y audiencias*. México: Tintable.
16. Pink, S. et al (2019). *Etnografía digital. Principios y práctica*. Morata.
17. Rapley, T. (2012). *Los análisis de la conversación, del discurso y de documentos en investigación cualitativa*. Morata.
18. Ritchey, F.J. (2008). *Estadística para las ciencias sociales*. McGraw-Hill.
19. Stahlbrost, A. & Holst, M. (2012). *The living lab methodology handbook*. Suecia. Revisado en <https://bit.ly/33pwK0p> el 17 de enero de 2022.
20. Stockemer, D. (2019). *Quantitative methods for the social sciences*. Springer.
21. Tarrés, M.L. (2001). *Observar, escuchar y comprender. Sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. México: El Colegio de México, FLACSO.
22. Vargas, Z.R. (2009). La investigación aplicada: una forma de conocer las realidades con evidencia científica. *Revista Educación*, 33(1), 155-165. <https://bit.ly/3ld8Q6X>

### COMPLEMENTARIAS:

1. 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. <https://bit.ly/3ljDpYZ>
2. Roldán, F.J. (s/f). *Qué son los living lab*. Revisado en <https://bit.ly/3I7X4uC> el 17 de enero de 2022.

### 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/>

## PROGRAMA DE MATERIA

---

Centro de Documentación CC-DOC ITESO

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

*Sage Journal*

<http://journals.sagepub.com>

Revista *Comunicación y sociedad*

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

Red de Revistas Científicas de América Latina y El Caribe, España y Portugal (Redalyc)

<https://www.redalyc.org/>