

**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACION EN CIENCIAS SOCIALES

Curso de verano 2020

Titular: Agustín Salvia

Adjunto: Eduardo Donza

Plantel Docente:

Yamila Gómez (JTP)

Jésica Pla (JTP)

María Noel Fachal

Daniela Leis

Patricia Lorenzen

Astor Masetti

Diego Paredes

Diego Quartulli

María Laura Raffo

Berenice Rubio

Malena Saguier

Alejandro Szer

Cristian Manchego Cárdenas (Ad Honorem)

Propuesta

El objetivo principal de esta asignatura es introducir a los alumnos de la carrera de Ciencias de la Comunicación en las lógicas, las prácticas, los métodos, los procedimientos y los recursos de investigación en ciencias sociales, profundizando en aquellos problemas, diseños y técnicas denominados cuantitativos, teniendo siempre como marco más general el campo social de producción de sentido.

Se espera que los alumnos puedan plantearse problemas relevantes de investigación relacionados con el campo comunicacional, manejar los componentes y las invariantes principales del proceso de investigación social, conocer y ejercitar la lógica y los procedimientos implicados en la inferencia científica, formular y testear hipótesis teóricas de investigación, desprender consecuencias observables significativas, seleccionar adecuadamente el objeto de estudio, relevar información primaria o secundaria válida y fiable para responder las preguntas de investigación, elaborar bases de datos, aplicar diferentes técnicas de análisis, generar conocimiento relevante a partir de los hechos estudiados y elaborar proyectos e informes de investigación.

A partir de ello se busca que los alumnos valoraren la importancia que tiene la representación teórica de los problemas, la objetivación de hechos y la práctica de la inferencia como componentes necesario del método científico para la construcción de conocimiento relevante sobre el mundo de las representaciones sociales. Al finalizar el curso se espera que los estudiantes cuenten con herramientas teórico-metodológicas y técnicas básicas para abordar problemas de investigación desde una perspectiva científica en el campo de la comunicación.

Objetivos

- a) Que los alumnos conozcan aspectos epistemológicos y teórico-metodológicos vinculados con la investigación científica en ciencias sociales, el proceso de investigación, el razonamiento abductivo para la contrastación de hipótesis y la inferencia científica.
- b) Que los alumnos se aproximen a la práctica científica en investigación social con especial atención a la problematización, formulación, construcción de diseños hipotético-deductivos comparativos, en procura de generar inferencias válidas y fiables sobre problemas relacionados con campo de la comunicación.
- c) Que los alumnos conozcan y analicen diferentes procedimientos y técnicas de medición y análisis de datos, propios de la práctica de las ciencias sociales, en función de ajustar y/o especificar de manera válida modelos descriptivos y/o explicativos sobre el mundo socio-comunicacional.
- d) Que los alumnos se familiarizan con la terminología, las técnicas y los procedimientos utilizados para la medición, análisis e interpretación de datos estadístico-cuantitativos en el campo de la investigación sobre medios de comunicación impresos, medios audiovisuales, medición de audiencia, estudios de opinión público, temas de agenda, evaluaciones psicosociales y/o socio-políticas relacionadas con la comunicación.
- e) Que los alumnos desarrollen una práctica concreta de investigación científica a través del planteo de un problema, la formulación de hipótesis, el relevamiento de información, el análisis de datos y la interpretación, todo lo cual debe desarrollarse y culminar con la adecuada redacción de un proyecto de investigación y la elaboración de un informe de resultados.

Modalidad de trabajo

El trabajo se distribuirá en clases obligatorias teóricas y prácticas. Durante el desarrollo de los prácticos los alumnos profundizarán la lectura de la bibliografía, revisarán con los docentes los temas problematizados en los teóricos, realizarán ejercicios de aplicación de carácter grupal, desarrollarán un problema de investigación y transitarán las diversas etapas investigativas culminando con el relevamiento de los datos, su análisis, interpretación y elaboración de un informe de resultados y un proyecto de investigación. Los teóricos son de contenido obligatorio, las temáticas vistas en teóricos no son suplantadas por las clases prácticas.

Formas de Evaluación

Para poder ser alumno regular de la materia es necesario:

- contar con el 75 % de asistencias a prácticos y a teóricos
- desarrollar las guías de lectura que se presenten en la cursada de prácticos
- aprobar los parciales y los trabajos prácticos que se asignan durante la cursada
- realizar un trabajo práctico final de investigación grupal (proyecto de investigación e informe de resultados), con presentación escrita y oral.

Para promover la materia SIN EXAMEN FINAL es necesario tener 75% de asistencia a prácticos y teóricos, obtener una nota de 7 o más en cada instancia de examen parcial y en el trabajo práctico final, y aprobar las guías asignadas durante la cursada. La nota final se obtendrá promediando el trabajo práctico final con el promedio de parciales.

Para poder rendir EXAMEN FINAL es necesario obtener una nota de al menos 4 en las evaluaciones durante la cursada y haber aprobado las instancias de trabajos prácticos.

Si una de las evaluaciones es aplazo o ausencia se tiene derecho a instancia de recuperación. Asimismo, si las actividades grupales no fueron aprobadas, estas deberán obligatoriamente ser recuperadas.

Firma de libretas

Al finalizar la cursada los docentes de prácticos asentarán en las libretas universitarias de los alumnos:

- La aprobación sin examen final con su correspondiente nota
- La aprobación de la parte práctica que habilita a presentarse a examen final, según corresponda.

Nota: Es importante que cada alumno complete este trámite para evitar inconvenientes posteriores por posibles omisión o extravío de las constancias de aprobación, tanto de la materia como de sus actividades prácticas.

Unidades Temáticas

I.- La práctica científica y la realidad social. El conocimiento científico y su efecto de sentido sobre lo real.

Epistemología, metodología y técnicas de investigación científica. La producción de conocimiento. El poder, el saber y sus dispositivos en el campo científico. La construcción de conocimiento y sus referencias en el mundo real. Descripción, explicación y comprensión científica. Los principales obstáculos epistemológicos. El proceso de investigación. La relación teoría y hechos. Invariantes del trabajo de investigación (inferir, descubrir y validar). La lógica abductiva y la inferencia científica. Criterios, reglas y procedimientos propios del método científico. Diferentes métodos de descubrimiento y validación científica. Investigación cuantitativa y cualitativa. Estrategias alternativas, diseños y técnicas de relevamiento, procesamiento y análisis de información.

II.- La insoportable levedad del dato. Los métodos, procedimientos y técnicas de construcción y validación de información empírica.

El objeto, el método y las condiciones de realización. Las hipótesis de investigación. Proceso de operacionalización. De los conceptos a los indicadores. Las técnicas de muestreo. La estrategia y las técnicas de investigación estadística. Instrumentos de recolección de datos: encuestas, registros y censos. Instrumentos de recogida de datos en la medición de audiencias. Datos de seguimiento de medios. El dato y la matriz de datos: su construcción y validación. Uso de estadística descriptiva e inferencial. Porcentajes, razones, medias y medidas de dispersión. Cuadros de contingencia (estructura, formato y lectura de los cuadros). El análisis estadístico de asociación y correlación. Nociones de análisis multivariado: aumento del porcentaje de explicación, identificación de interpretaciones espurias y clasificación de unidades de análisis o variables.

Análisis de contenido. Estadísticas en comunicación: prácticas, valores y representaciones sociales; la construcción de sentido en la opinión pública; producción y consumo de medios impresos y audiovisuales; la agenda setting y la comunicación; medición de audiencia (rating o índice de audiencia, hogares viendo televisión, personas utilizando radio, niveles de participación en redes sociales, cuota o share, etc.); entre otros ejemplos.

III.- Ejercicios de problematización e inferencia científica sobre el campo socio-comunicacional. Redacción de proyecto e informes de resultados.

Diferencia entre proyecto y proceso de investigación. Una vuelta a la relación entre teoría y hechos de investigación. El proceso de conocimiento. Reconocimiento de las condiciones de producción, sentidos de saber y de poder del conocimiento social. Espacio social y poder simbólico. Posición político-ideológica del investigador y la necesidad de objetivación y descentración. Desarrollo en grupo de una práctica de investigación socio-comunicacional. Presentación de proyecto y de un informe de resultados. Protocolo de investigación (elección y definición del problema, justificación, objetivos, perspectiva teórica, hipótesis, variables e indicadores, estrategia de análisis); trabajo de campo y/o selección de información secundaria; análisis sistemático de la información y elaboración de informes de resultados.

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

Unidad I

Materiales de Teóricos Obligatorios

BABBIE, E.: Manual para la práctica de la investigación social. Cap. 4. Bilbao. International

BACHELARD, G.: La Formación del Espíritu Científico; Cap. 1: "La Noción de Obstáculo Epistemológico. Plan de la Obra". Siglo XXI Editores. Bs. As. 1974.

BUNGE, M.: "El método de la ciencia." Capítulo 4: "Problema".

MANES, Facundo: "Por qué la evidencia no logra cambiar lo que pensamos", 4/02/2018, <http://www.perfil.com/noticias/elobservador/por-que-la-evidencia-no-logra-cambiar-lo-que-pensamos.phtml>

PIAGET, J.: "La situación de las ciencias del hombre dentro del sistema de las ciencia". En Jean Piaget, J.M. Mackenzie, Paul Lazarsfeld y otros, Tendencias de la investigación en ciencias sociales. Alianza-UNESCO. 1982.

SALVIA, A.: "El Acto de Conocer y el Proceso de Investigación". Teórico de la Cátedra Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales. Carrera de Ciencias de la Comunicación, FCS-UBA, 2006/2007.

VERÓN, E., La semiosis social: parte I ("Fundaciones"), Cap. 1: "Lo ideológico y la científicidad". Buenos Aires, Gedisa, colección "El mamífero parlante", 1987.

Materiales de Prácticos Obligatorios

CASERMEIRO DE PERESON, A.; DE LA TORRE, L. Y TÉRAMO, M.: Buenos Aires elige presidente: un estudio en el marco de la teoría de la agencia setting. EDUCA. Buenos Aires. 2009.

SUNKEL, G., "Modos de leer en sectores populares. Un caso de recepción". En Nueva Sociedad, nº 175. 2001.

Unidad II

Materiales de Teóricos Obligatorios

ABRITTA, GUILLERMO: Noción y Estructura del Dato. Publicación interna de la Cátedra. UBA. Facultad de Ciencias Sociales. Carrera de Comunicación. 1999.

BLALOCK, H. (2000). Introducción: objetivos y límites de la estadística, en Estadística Social. México DF: Fondo de Cultura Económica.

CEA D'ANCONA, M.: Metodología cuantitativa: Estrategias y técnicas de investigación social. Cap. 5 y 9.

CHITARRONI, H.: La relación entre variables: construcción y análisis de tablas de contingencia. Apuntes N° 2. Departamento de computación para Ciencias Sociales. Universidad del Salvador. Buenos Aires. 1996

DI VIRGILIO, M.: Los métodos, procedimientos y técnicas cuantitativos de construcción y validación del discurso científico. Teórico N° 7. Carrera de Ciencias de la Comunicación. FSOC. UBA.

DIEZ MEDRANO, J., "Métodos de análisis causal" (Cap. 2), Cuadernos Metodológicos 3 / CIS, Madrid.

HYMAN, Herbert: Survey design and analysis. Cap. 3 "El modelo del experimento y el control de las variables", The Free Press, Glencoe, 1965.

MÉNDEZ, A.: Metodologías y técnicas de investigación aplicadas a la comunicación. Cap. 3 y 7.

RAGIN, C.: La construcción de la investigación social. Introducción a los métodos y su diversidad. Capítulo 6.

Materiales de Prácticos Obligatorios

ABRITTA, GUILLERMO: Noción y Estructura del Dato. Publicación interna de la Cátedra. UBA. Facultad de Ciencias Sociales. Carrera de Comunicación. 1999.

CEA D'ANCONA, M.: Metodología cuantitativa: Estrategias y técnicas de investigación social. Cap. 9 y 10.

MÉNDEZ, A.: Metodologías y técnicas de investigación aplicadas a la comunicación. Cap. 3 a 7.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ARIAS ASTRAL, A. y FERNÁNDEZ RAMÍREZ, B.: "La encuesta como técnica de investigación social". En Rojas Tejada, A., Fernández Prado, J. y Perez Meléndez, C. (Eds); Investigar mediante encuestas. Fundamentos teóricos y aspectos prácticos. Síntesis Psicología. Madrid. 1998.

BUNGE, M.: La investigación científica, su estrategia y su filosofía; Cap. 4: "El Problema", Barcelona, Ed. Ariel, 1979.

BOURDIEU, P.: Pensamiento y Acción, "Cuestión de palabras. Una visión más modesta del rol de los periodistas", Buenos Aires, 2003.

BOURDIEU, P. y WACQUANT, L.: Respuestas por una antropología reflexiva, "Una duda radical". México. Grijalbo. 1995.

CAÏS, J., "Metodología del análisis comparativo" (Cap. 2 y 3), en *Cuadernos Metodológicos* No. 21, CIS, Madrid, 1997. FOTOCOPIA.

CASADO, S.: La medición de audiencias en la televisión abierta de la Capital Federal y el Gran Buenos Aires. Tesina de Grado de Carrera de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires. Centro de Documentación del SInCA. 2003.

CONCEPT MEDIA: Ratings Olímpicos. Departamento de Research. Buenos Aires. 2012. Extraído de: http://www.agenciasdemedios.com.ar/wp-content/uploads/2012/08/Juegos-Ol%C3%ADmpicos-2012_Versi%C3%B3n-para-prensa.pdf

CORTES F. Y RUBALCAVA M. R.: "Introducción." En *Métodos Estadísticos Aplicados a la Investigación en ciencias Sociales*. El Colegio de México, 1997.

CORTES, F.: Método científico y política social. A propósito de las evaluaciones cualitativas de programas sociales. Cap. 1. El Colegio de México. Centro de Estudios Sociológicos.

CORTES, F.; "Algunos aspectos de la controversia entre la investigación cualitativa y la investigación cuantitativa" y "Selección no aleatoria y validez", Capítulo / Sección I y II, en *Método científico y política social*. El Colegio de México, 2008.

DE LA TORRE, L y TÉRAMO, M. T. (2004). La noticia en el espejo. Medición de la calidad periodística: la información y su público. Editorial Educa.

FLICK, U.: Cap. 8 "Entrevistas semiestructuradas", Cap. 9 "Las narraciones como datos", Cap. 12 "Observación, etnografía y métodos visuales" y Cap. 7 "Estrategias de muestreo" en *Introducción a la investigación cualitativa*, Madrid, Morata, 2004.

IBOPE: Informe Bimestral sobre Audiencia, Monitoreo y Consumo de medios y productos. Buenos Aires. 2011.

IBOPE, s/f. Indicadores de Audiencia, Monitoreo y Evaluación de Pautas Publicitarias. Extraído de: <http://www.ibope.com.ar/ibope/wp/glosario>

KING, G., R. O. KEOHANE Y S. VERBA, *Designing social inquiry: scientific inference in qualitative research*, Princeton University Press, 1994, Cap. 1 y 2. (En español: *El diseño de la investigación social*, Madrid: Alianza, 1999).

KISH, L. *Diseño estadístico para la investigación*, Cap. 1 (págs. 1-30). España: Siglo XXI Editores, 1995.

LANDI, O.: Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión, "El televidente y su pantalla", Buenos Aires, Planeta, 1993.

LANDI, O., VACCHIERI, A. Y QUEVEDO, L.: Públicos y consumos culturales de Buenos Aires. SELECCIÓN. CEDES, Buenos Aires, 1990.

MARTÍN CRIADO, E.: "Los decires y los haceres". Cap. 8. En *Papers*, nº 56. MAYNTZ, R., HOLM, K. Y HÜBNER, P.: *Introducción a los métodos de la sociología empírica*, Ed. Alianza Editorial. 1983.

MECCIA, E., "Esa cosa llamada ciencia: ¿Observar para teorizar o teorizar para observar?". Teórico General de la materia Metodología y Técnicas de Investigación en Ciencias Sociales, Carrera de Ciencias de la Comunicación, FCS-UBA, 2006/2007.

MORLEY, D., Televisión, audiencias y estudios culturales, "El marco masculino-femenino en que las familias ven televisión". Cap. 6 (pp 200-229). Ed. Amorrortu. 1996.

OLIVEIRA, O y GARCIA, B.: "Encuestas ¿hasta dónde?". En Revista Mexicana de Sociología, año XLIX. México. 1987.

PIAGET, J.: La Toma de Conciencia, "Conclusiones", Ed. Morata, Barcelona, 1976. Extraído de: www.catedras.fsoc.uba.ar/salvia/catedra/series/N4

REICHARDT, C. y COOK, T. D.: Métodos cualitativos y cuantitativos en investigación evaluativa, "Hacia una superación del enfrentamiento entre los métodos cualitativos y los cuantitativos" en Madrid. Morata. 1986.

RITCHEY, F., Estadística para ciencias sociales. El potencial de la imaginación estadística. Cap. 4, p.p. 100 a 111. McGraw-Hill. Buenos Aires. 2001.

RODRÍGUEZ, F.: Televisión y Locus de Control: Cultivo del miedo y el autoritarismo en los televidentes norteamericanos. Universidad de las Américas, Puebla. / University of Massachusetts, Amherst. s/f.

SAMAJA, J.: Epistemología y Metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica. Parte I: "El Proceso de Investigación y sus Dimensiones". EUDEBA, 3ra. Ed. 2001.

SUNKEL, G.: "Cuestiones Metodológicas" En: La prensa sensacionalista en los sectores populares. Ed. Norma, Buenos Aires, 2002.

SUNKEL, G.: "Una mirada otra. La cultura desde el consumo". En: Daniel Mato (coord.): Estudios y Otras Prácticas Intelectuales Latinoamericanas en Cultura y Poder. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO) y CEAP, FACES, Universidad Central de Venezuela. Caracas. Pp: 287-294. Extraído de: www.globalcult.org.ve/pdf/Sunkel.pdf

VERON, E. "Ideología y comunicación de masas: La semantización de la violencia política" Publicado en VV. AA. Lenguaje y comunicación social, Nueva visión, Buenos Aires, 1971.

WIMMER, R. Y DOMINIK, J., La investigación científica de los medios de comunicación. Cap. I: "Ciencia e Investigación".