

PROGRAMA DE ASIGNATURA

1. NOMBRE CURSO:

Taller de métodos de investigación en comunicación y medios.

2. NOMBRE CURSO EN INGLÉS:

Workshop on media and communication research methods

3. TIPO DE CRÉDITOS DE LA ASIGNATURA

SCT	UD	OTROS
------------	-----------	--------------

4. NÚMERO DE CRÉDITOS

--

5. HORAS DE TRABAJO PRESENCIAL DEL CURSO

Tres (3)

6. HORAS DE TRABAJO NO PRESENCIAL DEL CURSO

Tres (3)

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Lograr que los y las estudiantes desarrollen competencias de investigación cualitativa aplicada a los procesos de comunicación mediática: discursos, contenidos, significaciones, usos y apropiaciones.

8. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

1. Lograr que los y las estudiantes conozcan, comprendan, discutan y apliquen metodologías cualitativas de investigación y análisis de los fenómenos discursivos producidos por los medios de comunicación.
2. Lograr que los y las estudiantes conozcan, comprendan, discutan y apliquen metodologías cualitativas de investigación y análisis de los fenómenos de significación, apropiación y usos sociales de los medios, sus contenidos y usuarios.

9. SABERES/CONTENIDOS

El presente curso se propone como un taller práctico de aplicación de metodologías cualitativas de investigación y análisis de los procesos de comunicación mediática. Su objetivo principal es dotar a los y las estudiantes de un conocimiento básico y de una experiencia concreta de uso y aplicación de técnicas, herramientas y dispositivos susceptibles de ser utilizados para la comprensión de los fenómenos de producción discursiva, consumo, apropiación y usos sociales de los medios y de sus contenidos.

El taller se plantea desarrollar una investigación cualitativa, a partir de tres ámbitos de análisis distintos (la producción, los discursos y los procesos de uso/apropiación), respecto de un fenómeno mediático específico y actual. Se busca con ello brindar la oportunidad de establecer una mirada comparada entre los resultados de la utilización de metodologías de análisis de contenido, análisis de discurso, entrevista en profundidad, grupos focales y observación etnográfica, estableciendo las potencialidades y limitaciones de cada dispositivo metodológico, así como los ámbitos de aplicación y las perspectivas epistémicas de las cuales emergen.

Esta actividad se comprende como una focalización en la investigación sobre comunicación y medios de los cursos “Sociología de la Comunicación”; “Metodología de la Investigación social I y II”; “Técnicas Cualitativas I y II” (cursos que son prerequisites)



Las temáticas y contenidos a desarrollar son:

1. Contextos teóricos.
2. Investigación cualitativa y medios de comunicación.
3. Técnicas, herramientas y dispositivos.
4. Diseño de la investigación.
5. Monitoreo y acompañamiento.
6. Análisis final.

10. METODOLOGÍA

El curso se desarrollará sobre la base de:

1. Presentaciones y discusión de técnicas, herramientas y dispositivos.
2. Desarrollo de una investigación aplicada a un fenómeno mediático específico, considerando las etapas y pasos pertinentes.

11. METODOLOGÍAS DE EVALUACIÓN

Las evaluaciones se harán en base a los avances del trabajo y de su resultado. Estas son:

1. Avance 1 (20 %)
2. Avance 2 (20%)
3. Avance 3 (20%)
4. Trabajo Final (40 %)

12. REQUISITOS DE APROBACIÓN

- Nota 4 o más
- Asistencia del 70%

Importante:

Esta actividad se comprende como una focalización en la investigación sobre comunicación y medios. Por lo tanto, los cursos que son prerrequisito para este taller son:

1. “Sociología de la Comunicación”;
2. “Metodología de la Investigación social I y II”;
3. “Técnicas Cualitativas I y II”.

13. PALABRAS CLAVES

Investigación cualitativa, medios de comunicación, tecnología

14. BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

- Ibañez, Jesús. *El Regreso del Sujeto. La investigación social de Segundo Orden*. (España: Ed. Siglo XXI, 1994).
- Ruiz, Olabuénaga, José. *Metodología cualitativa*. (Bilbao: Ediciones de la Universidad de Deusto, 1999).
- Jensen, K.B. y N.W. Jankowski. *Metodologías Cualitativas de Investigación en Comunicación de Masas*. (Barcelona: Edit. Bosch, 1993).
- Schwartz, Howard y J. Jacobs. *Sociología Cuantitativa*. (México: Trillas, 1995).
- García F. Manuel, Jesús Ibañez y Francisco Alvira. *El análisis de la Realidad Social. Métodos y Técnicas*. (Madrid: Alianza Editorial, 1992).
- Krueger, Richard A. *El Grupo de Discusión*. (Madrid: Ediciones Pirámide S.A., 1991). Capítulos 2, 3, 4, y 5.



15. RECURSOS WEB

--

NOMBRE COMPLETO DEL DOCENTE RESPONSABLE

Bernardo Amigo Latorre
