



Maestría en Comunicación y Cultura

Ciclo lectivo 2022

Metodología de la Investigación en Comunicación y Cultura

Docentes

Ernesto Meccia

Doctor en Ciencias Sociales, UBA. Magister en Investigación en Ciencias Sociales, UBA. Profesor de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, UBA.

Yamila Gómez

Magister en Investigación en Ciencias Sociales, UBA. Profesora de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA.

Fundamentación

La presente propuesta de enseñanza está destinada a alumnas y alumnos en proceso de idear y elaborar la tesis para la obtención del título de Magíster en Comunicación y Cultura de la Universidad de Buenos Aires. En consecuencia, es una asignatura de apoyo, que busca vincularse a los Talleres de Tesis I y II. Brinda un conjunto de esquemas metodológicos para el análisis de problemáticas empírico-conceptuales propias de las Ciencias de la Comunicación y los Estudios Culturales. Con "esquemas metodológicos" se refiere a un conjunto de procedimientos útiles para responder diversas preguntas de investigación social en comunicación y cultura. Esos esquemas son numerosos y variados. Esta propuesta contiene: 1) análisis de variables por encuesta, 2) análisis cuantitativo de contenidos, 3) análisis socio-lingüístico del discurso, 4) análisis temático de representaciones, 5) investigación en semiótica visual y 6) etnografía del habla y la comunicación.

La idea de apoyo encuentra concomitancia en la forma del dictado de la asignatura: primero se explicará cada esquema metodológico "en abstracto" para luego ejemplificar, a través de alguna investigación empírica en Ciencias de la Comunicación o Estudios Culturales, intentando mostrar la vinculación entre las preguntas de investigación y las estrategias metodológicas. De esta manera también se aspira a mostrar aquello que no es frecuente mostrar: la cocina tantas veces "desordenada" de una investigación.

Objetivos

Se espera que alumnas y alumnos desarrollen las siguientes capacidades:



- a) comprender en profundidad “qué” se entiende por investigación “social” en comunicación y cultura
- b) valorar el papel de la teoría en la construcción del objeto y la formulación de las preguntas de la investigación
- c) construir preguntas y objetivos de investigación social en comunicación y cultura
- d) relacionar la naturaleza de las preguntas y los objetivos con un conjunto –por definición restrictivo- de “métodos” y “técnicas” para obtener evidencias empíricas,
- e) conocer los principales “métodos” de la investigación social en comunicación y cultura
- f) reflexionar sobre sus posibilidades, sus limitaciones y su eventual combinación
- g) imaginar la investigación social como un proceso abierto, y de importancia,
- h) vincular cuestiones abordadas en la cursada con el desarrollo de la tesis.

Unidades

Unidad 1.

1) PENSAR LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

La naturaleza y las complejidades de la investigación en comunicación y cultura. El objeto indócil: entre la interdisciplinariedad y la marcación de áreas de incumbencia propias. Niveles epistemológico, teórico, metodológico y técnico. El papel central de la teoría en el inicio y en el final de la investigación. Metodología cuantitativa y cualitativa. Números que hablan y palabras que cuentan: la estrategia cuantitativa y la estrategia cualitativa más allá de las querellas metodológicas. “Naturaleza” de la pregunta de la investigación y elección de la estrategia. Estrategia cuantitativa, principales atributos: finalidad explicativa, la búsqueda de causas y la covariación de factores, medición penetrante y controlada, posibilidades y condiciones de generalización y de replicación, la lógica hipotético-deductiva. Estrategia cualitativa, principales atributos: finalidad interpretativa, observaciones naturalistas y sin control, lógica exploratoria e inductiva, sobre las dificultades de la generalización y la replicación.

Bibliografía:

ARRUETA, César: “Discusiones acerca de la interdisciplina en Comunicación. Aportes para la especificidad disciplinar” en Revista *Pensar. Epistemología y Ciencias Sociales*, N° 7, 2012.

VASALLO DE LÓPEZ, María Immacolata: “La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas” en Revista *Diálogos de la Comunicación*, N° 56, 1999.



HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto., FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, María del Pilar: "Los enfoques cuantitativo y cualitativo en la investigación científica" en: *Metodología de la investigación social*, México. Mc Graw-Hill. 2014.

SAUTU, Ruth, BONIOLO, Paula, DALLE, Pablo y ELBERT, Rodolfo: "Los supuestos en la investigación cuantitativa y cualitativa" en *Manual de Metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*, Buenos Aires, CLACSO, 2005.

Unidad 2.

DISEÑO, PROYECTO Y PROCESO DE INVESTIGACION SOCIAL

Diseños estructurados y diseños flexibles. Diseños deductivos y diseños inductivos. La centralidad de la naturaleza de los datos a conseguir para responder los objetivos. Datos explicativos y datos descriptivos. Diseño subyacente y proyecto patente. Ejercicios.

¿Qué es un proyecto de investigación en ciencias sociales? Objetivo general y objetivos específicos. La composición de los objetivos: acción cognitiva, dimensiones analíticas, entidad de referencia, tiempo y lugar determinados. Sobre la centralidad de mantener la clave analítica. Ejercicios.

Bibliografía:

BRIONES, Guillermo: "La investigación social cuantitativa" y "Tipos de investigaciones cuantitativas" en: *Metodología de la investigación cuantitativa en las Ciencias Sociales*, Bogotá, Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, 1996.

MENDIZABAL, Nora: "Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa" en VASILACHIS DE GIALDINO, I. (Coordinadora): *Estrategias de investigación cualitativa*, Barcelona, Gedisa, 2009.

SOUZA, María Silvina: "La formulación del problema de investigación: preguntas, origen y fundamento" en SOUZA, María Silvina, GIORDANO, Carlos y MIGLIORATI, Mario (Editores): *Hacia la tesis. Itinerarios conceptuales y metodológicos para la investigación en comunicación*, La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, 2013. (texto optativo)

Unidad 3.

VARIABLES Y ANÁLISIS DE VARIABLES

Hipótesis, variables y covarianza. Definición de variable: en busca de una solución de compromiso entre la noción y la operatividad. Definiciones reales, nominales, ostensivas y operacionales. Variables dependiente e independiente. Variables e indicadores empíricos: cuando el dato no



UBA

1821 Universidad
de Buenos Aires

.UBA sociales

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

puede entenderse sin una definición teórica. Tipos de variable según a) su naturaleza, b) la amplitud de unidades a que refieren, c) su nivel de abstracción, d) la escala que forman, e) su posición en la explicación. Operacionalización de las variables, categorías exhaustivas y excluyentes. Análisis de variables. Ejercicios.

Bibliografía:

CEA D'ANCONA, María de los Ángeles: "La operacionalización de conceptos" en *Metodología cuantitativa: estrategias y técnicas de investigación social*. Madrid: Editorial Síntesis, 1998.

DI VIRGILIO, María Mercedes: "Los métodos, procedimientos y técnicas cuantitativos de construcción y validación del discurso científico". (inédito), material de lectura en "Metodología y Técnicas de la Investigación Social", Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 2007.

DE CHARRAS, Diego, ROMÉ, Natalia, BALADRÓN, GÓMEZ, Yamila, MALLIMACI, Andrea y SCIGLIANO, Sebastián: *Implementación del sistema de indicadores de calidad de emisoras públicas para la evaluación de la Televisión Pública Argentina*, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 2015. (selección)

BABBIE, Earl: "Conceptuación y medición" en *Manual para la práctica de la investigación social*, Bilbao. International Thompson Editores. 2000. (texto optativo)

Unidad 4.

ANÁLISIS DE CONTENIDOS

Los usos del análisis de contenido: describir tendencias, revelar diferencias, comparar mensajes, auditar contenidos. Determinación de la unidad de análisis y de niveles de unidades de análisis (categorías). Categorías de dirección, de valores, de asunto o tópico, etcétera. Codificación y frecuencia de categorías.

Bibliografía:

HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto, FERNANDEZ COLLADO, Carlos y BAPTISTA LUCIO, María del Pilar: "Análisis de contenido" en *Metodología de la investigación*, México (DF), McGraw Hill Interamericana, 2004.

KOZINER, Nadia y ZUNINO, Esteban: "La cobertura mediática de la estatización de YPF en la prensa argentina: un análisis comparativo entre los principales diarios del país" en *Revista Global Media Journal*, vol. 10, N° 19 Monterrey, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 2013.



CANTON, Darío: "El mundo de los tangos de Gardel" en *Revista Latinoamericana de Sociología*, nº 3, volumen 4, 1968.

FERNÁNDEZ, José Luis: "Plataformas mediáticas y niveles de análisis" en: *InMediaciones de la comunicación* N° 11, Montevideo, Revista de la Escuela de Comunicación, Facultad de Comunicación y Diseño, Universidad ORT.

PIÑUEL RAIGADA, José Luis: "Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido" *Sociolinguistic Studies*, N° 3(1), 2002. (texto optativo)

Unidad 5.

ANÁLISIS SOCIOLÓGICO-LINGÜÍSTICO DEL DISCURSO

El método del análisis del discurso. Presentación de nociones básicas: a) discurso, b) texto, c) enunciado, d) enunciador, e) locutor. Texto y contexto: semántica y pragmática. La estructura del trabajo: fuentes secundarias, detección del corpus, reconstrucción del dominio de dispersión, detección y categorización de las estrategias argumentativas. Presupuestos e implicaturas. Subjetividades discursivas. Recursos lingüísticos y orden moral. La significancia de la vertiente "sociológico-lingüística" del análisis del discurso.

Bibliografía:

ÍÑIGUEZ, Lupicinio: "El lenguaje en las Ciencias Sociales. Fundamentos, conceptos y modelos" en: *Análisis del discurso. Manual para las Ciencias Sociales*, Barcelona, UOC, 2003.

MECCIA, Ernesto: "No me discuta. Migración reciente en Argentina y medios de comunicación desde el análisis sociológico-lingüístico del discurso" en *Revista Latinoamericana De Metodología De Las Ciencias Sociales*, 7(1), 2017

VASILACHIS DE GIALDINO, Irene: Condiciones de trabajo y representaciones sociales. El discurso político, el discurso judicial y la prensa escrita a la luz del análisis sociológico-lingüístico del discurso en revista *Discurso y Sociedad*, Volumen 1 (1), 2007.

MECCIA, Ernesto: "Imaginación jurídica y experiencias trans. Una aplicación del método de análisis sociológico del discurso" en: Adriana VALOBRA, Adriana, BARRANCOS, Dora y GUY, Donna J.: *Moralidades y comportamientos sexuales. Argentina 1880-2001*, Buenos Aires, Biblos, 2015. (texto optativo)

Unidad 6.

ETNOGRAFÍA DEL HABLA Y LA COMUNICACIÓN



El método etnográfico. Un método para la descripción profunda de las culturas. Fuerte impronta empírica y holística-particularística. Dimensiones de la investigación etnográfica. Los preparativos, el ingreso al campo, el desplazamiento en el campo, la observación con participación, los informantes, las entrevistas. Formas de posicionamiento del narrador etnógrafo ante los materiales. Observar el habla, ver la comunicación, documentar los conflictos comunicacionales y lingüísticos.

Bibliografía

GUBER, Rosana: "A modo de ejercitación" en *El salvaje metropolitano. Reconstrucción del conocimiento social en trabajo de campo*, Buenos Aires, Paidós, 2004.

GANDULFO, Carolina: *Entiendo pero no hablo. El guaraní "acorrentinado" en una escuela rural: usos y significaciones*, Buenos Aires, Antropofagia, 2007. (selección)

HINE, Christine: *Etnografía virtual*, Barcelona, Editorial UOC, 2004. (selección)

PERLONGHER, Néstor: "Territorios y poblaciones" en *El negocio del deseo. La prostitución masculina en San Pablo*, Buenos Aires, Paidós, 1999. (texto optativo)

Unidad 7.

ANÁLISIS TEMÁTICO DE REPRESENTACIONES SOCIALES

Representaciones sociales: fenómeno, concepto y teoría. Aspectos cualitativos: valor simbólico y lógica asociativa. Aspectos cuantitativos: saliencia y conectividad. Representación como intersección de información, creencia, cultura e ideología. Metodología para la teoría del núcleo central y periférico. Temas prominentes, categorización y reducción progresiva.

Bibliografía:

RODRÍGUEZ SALAZAR, Tania: "Sobre el potencial teórico de las representaciones sociales en el campo de la comunicación" en *Revista Comunicación y Sociedad* N° 11, 2009.

RAITER, Alejandro: "Representaciones sociales" en *Representaciones sociales*, Buenos Aires, Eudeba, 2001.

ZULLO, Julia, ZRETTTER NOSTE, Mariana y SÁNCHEZ, Karina y GARCÍA, Paula: "Salud y educación. Representaciones del imaginario social en la prensa argentina" en RAITER, Alejandro: *Representaciones sociales*, Buenos Aires, Eudeba, 2001.

SAUTU, Ruth, BONIOLO, Paula y PERUGORRIA, Ignacia: "Las representaciones sociales de la corrupción en la clase media" en SAUTU, R. (Compiladora): *Práctica de la investigación cuantitativa y cualitativa. Articulación entre la teoría, los métodos y las técnicas*, Buenos Aires, Lumiere, 2007. (texto optativo)



Unidad 8.

INVESTIGACIÓN EN SEMIÓTICA VISUAL

Lo visual como entidad analítica con espesor propio. Hacia una semiótica de lo “significante fijo”. Distintos soportes para el análisis semiótico visual: fotografías, publicidades, cómics, fotonovelas, paratextos. Funciones en/de las imágenes y niveles de codificación. Técnicas para la reconstrucción de los sistemas semánticos.

Bibliografía:

GARCÍA LÓPEZ, Javier y CABEZUELO LORENZO, Francisco: “El enfoque semiótico como método de análisis formal de la comunicación persuasiva y publicitaria”

GOFFMAN, Erving: “La ritualización de la femineidad” en WINKIN, Y.: Los momentos y sus hombres, Barcelona: Paidós, 1991.

MARINONE, María Belén y MULIERI, María Belén: Conquistas silenciadas: la representación de la mujer en Gente y Caras. Un recorrido desde 1966 a 2010, Tesina de Grado, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires, 2012. (selección)

Metodología de cursada y evaluación

El seminario consta de un encuentro semanal.

La propuesta tiene dos partes: 1) vincular la metodología con las preguntas de investigación (previando la realización de ejercicios de aplicación), asimismo, busca definir qué es un diseño, un proyecto y un proceso de investigación (incluyendo también ejercicios), 2) presenta aplicaciones concretas de métodos y técnicas cuantitativas y cualitativas para la investigación en Ciencias de la Comunicación y Estudios Culturales.

La asignatura se evaluará a través de un trabajo escrito que puede ser: a) la aplicación empírica de alguno de los esquemas metodológicos, b) una sistematización crítica de las investigaciones empíricas útiles para la elaboración de la tesis, o c) una sistematización crítica de los conceptos y teorías útiles para el encuadre de la tesis.