

## PROGRAMA

### **A. Antecedentes Generales:**

|   |                               |
|---|-------------------------------|
| - Nombre de la asignatura                               | : Investigación de Audiencias |
| - Código  | : PCI228                      |
| - Carácter de la asignatura (obligatoria/ electiva)     | : Obligatoria                 |
| - Pre – requisitos                                      | : No tiene                    |
| - Co – requisitos                                       | : No tiene                    |
| - Créditos  | : 08                          |
| - Ubicación dentro del plan de estudio (semestre o año) | : Cuarto semestre             |
| - Horas académicas de clases por período académico      | : 64                          |

### **B. Intenciones del curso:**

La principal intención de la asignatura es desarrollar habilidades relacionadas con la indagación, la exploración y el desarrollo del conocimiento en torno a las conductas humanas y la creación artística a través del método científico, todo a un nivel introductorio.

Desde tiempos ancestrales el ser humano se ha preocupado por conocer y desentrañar el escenario social en el que vive. Es por eso que periodistas, cineastas y publicistas necesitan conocer aquellos fenómenos y factores que provocan el cambio cultural en la sociedad.

Por otra parte, la asignatura promueve el aprendizaje del pensamiento ya que la investigación en sí misma es un vehículo que desarrolla un intelecto planificado, auto-conciente, sistematizado y, al mismo tiempo, una mente abierta, que busca respuestas, que es flexible y que se quiere aproximar más allá de su realidad inmediata. Asimismo, la asignatura permite imprimir un sello riguroso ya que a través del método científico el estudiante aprenderá que debe someterse a criterios y normas destinados a dar seriedad a los resultados, por lo que debe ser metódico, ordenado y buscar siempre la precisión durante la investigación, de manera de dar cuenta de una interpretación de la realidad tomada con instrumentos y acciones confiables y válidos que den pie a una verdad representativa.

Complementariamente, y dado que esta asignatura pertenece al Programa de Comunicación Integrada de Periodismo, Cine y Publicidad, también promueve la competencia genérica de la UDD visión analítica y las competencias transversales definidas por la Facultad de Comunicaciones, adaptación al entorno y el pensamiento crítico e investigativo. Del mismo modo, contribuye a plasmar los valores y principios que caracterizan a la UDD: ética, responsabilidad pública, liderazgo y espíritu emprendedor.

### **C. Objetivos Generales del Curso:**

#### **A nivel conceptual:**

- Conocer la naturaleza y el proceso de la investigación científica comprendiendo los distintos paradigmas de investigación y los procesos metodológicos y técnicos propios de las Ciencias Sociales y de las Ciencias de la Comunicación para conocer fenómenos y comportamientos comunicativos como objeto de estudio.
- Conocer distintos modelos de investigación de audiencias para comprender la forma en que los fenómenos comunicacionales son medidos y analizados.

#### **A nivel procedimental:**

- Construir un proceso de investigación de un fenómeno comunicacional desde la formulación del problema, la selección del enfoque y las técnicas adecuadas para llevar a cabo una investigación.
- Analizar los resultados de una investigación de audiencias en términos de exposición, contenidos, eficacia, entre otros factores propios de la investigación de audiencias.

#### **A nivel actitudinal:**

- Evidenciar la búsqueda del conocimiento a través del rigor, la precisión y el respeto por los criterios y normas que rigen el método científico de investigación.
- Desarrollar una actitud para el pensamiento ordenado y planificado que permita obtener resultados eficientes y confiables

### **D. Contenidos:**

#### **1ª Unidad: El hombre en la búsqueda del conocimiento.**

##### **A nivel de conocimientos declarativos**

- Conocer: el objetivo primordial del investigador.
- Ciencia: concepto, definición y clasificación.
- El método científico y sus elementos: los conceptos, las variables, la hipótesis, el marco teórico.
- La relación entre el método científico, las ciencias sociales y la expresión cultural.
- El problema de investigación

### **A nivel procedimental**

- Analizar el rol del investigador dentro de las comunicaciones y de la expresión cultural, teniendo en cuenta el paradigma del método científico.
- Elaborar un pre-proyecto de investigación tomando en cuenta los elementos que conforman el método científico.
- Construir un problema de investigación en base a un fenómeno comunicativo.

### **A nivel actitudinal**

- Evidenciar rigor y búsqueda de la precisión de la información en el trabajo escrito y en el trabajo de campo.

## **2° Unidad: Los Paradigmas**

### **A nivel de conocimientos declarativos**

- Paradigma positivista (cuantitativo) y paradigma interpretativo (cualitativo)
- Diferencias de los paradigmas.
- Los paradigmas y sus enfoques en la expresión cultural y las comunicaciones.
- El papel del investigador en los paradigmas.

### **A nivel procedimental**

- Analizar el rol del investigador en las comunicaciones en los diferentes paradigmas de la investigación.
- Comparar el paradigma cualitativo y el paradigma cuantitativo y generar conclusiones respecto de su uso en la investigación de fenómenos comunicativos.

### **A nivel actitudinal**

- Evidenciar rigor bibliográfico para asociar las teorías de los paradigmas a la realidad de la investigación de audiencias y de conductas humanas.

## **3° Unidad: Metodología cuantitativa**

### **A nivel de conocimientos declarativos**

- Investigación experimental, factores y elementos.
- Investigación no experimental:
  - *Investigación exploratoria*
  - *Investigación descriptiva*
  - *Investigación asociativa o correlacional*
  - *Investigación explicativa*
- Población y muestreo
- Tipo de muestra
- Métodos de recolección de información:

- *¿Qué es medir?*
- *Confiabilidad y validez*
- Concepto de audiometría: ¿cómo se miden las audiencias o públicos?
- Instrumentos de medición: encuesta, cuestionario, escala de likert, rating, GRP.

#### **A nivel procedimental**

- Analizar los tipos de investigación cuantitativa y reconocer su rol en un problema de investigación.
- Formular tipos de muestras.
- Identificar y caracterizar modelos de medición de audiencias.
- Identificar los elementos necesarios para asegurar confiabilidad y validez.

#### **A nivel actitudinal**

- Evidenciar procedimientos rigurosos en la formulación de elementos de la investigación cuantitativa.
- Fundamentar los elementos de validez y confiabilidad en una investigación.

### **4º Unidad: Metodología Cualitativa**

#### **A nivel de conocimientos declarativos**

- La investigación cualitativa: definiciones, conceptos y su utilización en los campos de la expresión cultural y de las comunicaciones.
- Etapas de la investigación cualitativa
- Tipos de investigación:
  - *Investigación participativa*
  - *Estudio de casos*
  - *Investigación etnográfica*
- Técnicas de investigación:
  - *Entrevista en profundidad*
  - *Análisis de Contenido*
  - *Encuesta*
  - *Focus Group*
  - *Observación*

#### **A nivel procedimental**

- Caracterizar las etapas de la metodología cualitativa y sus tipos de investigación.
- Elaborar un pre-proyecto de investigación en torno a un tipo de metodología cualitativa y seleccionando un fenómeno comunicativo como objeto de estudio.
- Aplicar técnicas de investigación de la metodología cualitativa, fundamentando su selección.

### **A nivel actitudinal**

- Evidenciar la búsqueda de la precisión y de la rigurosidad en el momento de aplicar un tipo de investigación cualitativa.
- Respetar los procedimientos y criterios que se deben llevar a cabo para dar confiabilidad a la metodología cualitativa.

## **5° Unidad: Análisis e interpretación de los datos**

### **A nivel de conocimientos declarativos**

- Análisis e interpretación de la información.
- Integración de la información cualitativa y cuantitativa.
- Elaboración de conclusiones.

### **A nivel procedimental**

- Integrar los resultados de la investigación cuantitativa y cualitativa de manera de entregar un resultado global y completo de un determinado fenómeno comunicativo.
- Elaborar conclusiones a partir del trabajo de campo.

### **A nivel actitudinal**

- Respetar los criterios y normas que regulan la metodología cualitativa y que aseguran su confiabilidad y validez.
- Evidenciar la utilización de argumentos y fundamentos sólidos y confiables en la elaboración de las conclusiones de una investigación.

## **E. Metodología de Enseñanza:**

El curso a nivel general implica un despliegue importante de teorías, pasos y modelos propios del método científico, sin embargo, por su naturaleza son contenidos fácilmente aplicables a una realidad determinada; Por lo tanto, los estudiantes deben "aprender haciendo" desde un primer momento, ya que será la única forma de adquirir modelos y teorías de manera significativa: realizarán ejercicios que les permitirán comprender por qué se debe utilizar determinada técnica de investigación, reconocer hasta qué punto los resultados son válidos y representativos de la realidad, y desde ahí, elaborar conclusiones que evidencien un importante trabajo de reflexión y de campo.

La metodología utilizada por el docente será de enseñanza activa, es decir el profesor será quien promueva el desarrollo intelectual y de campo de los alumnos a través de diferentes didácticas interactivas como visitas guiadas a centro de investigación de audiencias, visionados para análisis de contenido, exploración y recolección de información en terreno, entre otras.

## **F. Evaluación:**

La evaluación del curso será llamada "Evaluación Auténtica" ya que estará presente durante todo el proceso de enseñanza/aprendizaje y debido a que los alumnos estarán expuestos a la hetero-evaluación, auto-evaluación y co-evaluación, además tendrán oportunidades de corrección y retroalimentación a través de la evaluación formativa y, pondrán a prueba su espíritu de superación a través de la evaluación sumativa. La evaluación será integrada y dinámica, existirán evaluaciones de trabajo de campo, adquisición de conocimientos, análisis de contenido, registro de observaciones y guías o proyectos de trabajo.

El proceso semestral tendrá una valoración de 70%, dividido en al menos 7 situaciones de evaluación diferentes, incluyendo los proyectos de análisis de contenido y las observaciones de campo. Los alumnos deberán evidenciar adquisición del aprendizaje prometido en los objetivos del Programa a través de un examen cuya ponderación es de un 30%.

## **G. Bibliografía:**

Balliache, D. (s.f) El problema y su delimitación. Extraído desde:  
<http://dspace.universia.net/bitstream/2024/187/1/Tema1+El+Problema-DIB.pdf>

Booth, W; Colomb, G; Williams, J. (2001) *Cómo convertirse en un hábil investigador*. Gedisa. España

Callejo, J. (2001) . *Investigar las Audiencias*. Paidós. Barcelona

Chaparro, Matías. 2003. *Conocer las Audiencias. La Investigación del Consumo de Medios de Comunicación en Chile*. Santiago-Chile. Ediciones Universidad del Desarrollo.

D'Ancona, M. A. (1999) *Metodología Cuantitativa: Estrategias y Técnicas de Investigación Social*. Madrid: Síntesis.

Madge, J. (1969) *Las herramientas de la ciencia social*. Paidós. España.

Perez Serrano G. (1994) *Investigación cualitativa - Retos e interrogantes. Toma I y II*. La Muralla. España.

Rodríguez, C.; Lorenzo, W & Herrera, L. (2005). *Teoría y práctica del análisis de datos cualitativos. Proceso general y criterios de calidad*. *Revista Internacional de Ciencias Sociales y Humanidades*, 15(002) 133- 15

Ruiz, .J. (2007) *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Strauss, A. y Corbin, J. (1990) *Basics of qualitative research: grounded theory procedures and techniques*. Sage Publications, EEUU.

Valles, M. (2003). Técnicas Cualitativas de Investigación Social. Reflexión metodológica y práctica profesional. Madrid: Síntesis.

Vieytes, R. (2004) Metodología de la Investigación en organizaciones, mercado y sociedad – Epistemología y técnicas. Editorial de las Ciencias. Argentina.