

Datos básicos de la asignatura

Titulación:	Máster Universitario en Comunicación y Cultura
Año plan de estudio:	2009
Curso implantación:	2009-10
Centro responsable:	Facultad de Comunicación
Nombre asignatura:	Epistemología, Teoría y Metodología de la Investigación en Comunicación
Código asignatura:	50360003
Tipología:	OBLIGATORIA
Curso:	1
Periodo impartición:	Anual
Créditos ECTS:	6
Horas totales:	150
Área/s:	Periodismo
Departamento/s:	Periodismo I

Objetivos y competencias

OBJETIVOS

El objetivo general del seminario EPISTECOM es el estudio general de los fundamentos científicos, a nivel teórico y metodológico, que plantean las nuevas formas de comunicación, introduciendo al alumno en el conocimiento crítico-reflexivo de los diversos problemas de los nuevos medios y mediaciones informativas que se discuten en el campo de la Comunicología, desde una visión inter y pluridisciplinaria al fin de :

- Introducir nuevos planteamientos y estrategias heurísticas en el conocimiento de la comunicación y la cultura complejas.
- Desarrollar las bases formativas de un nuevo pensamiento epistemológico en el análisis de los procesos informativos formando investigadores especializados en la sistematización y análisis de datos para su explotación consistente.
- Cultivar las destrezas cognitivas y potencialidades del arte y oficio comunicológicos.

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
Epistemología, Teoría y Metodología de la Investigación en
Comunicación

- Ampliar los horizontes de ordenación disciplinar en las Ciencias de la Comunicación desde una visión más amplia del universo de problemas y principios con los que abordar la investigación comunicológica.
- Identificar las fronteras gnoseológicas de la nueva sociedad de la información respecto a los fundamentos científicos de la Teoría de la Información y la integración de los diversos campos de la investigación social de segundo orden.
- Aportar referencias, fuentes documentales, líneas de investigación y desarrollo teórico-metodológico en Comunicología, dando herramientas técnicas y cognitivas al alumno para el desarrollo de su cultura de investigación.

COMPETENCIAS

Competencias específicas:

Capacitar al alumno en el conocimiento crítico del aparato conceptual y de los instrumentos que utiliza la construcción sistemática del conocimiento comunicológico.

Capacitar en la comprensión de los fundamentos epistemológicos de la comunicación.

Capacitar en la reflexión crítica sobre distintas herramientas cuantitativas y cualitativas para encarar el diseño de una investigación en comunicación.

Capacitar para el análisis, síntesis y sentido relacional de los fenómenos socio-comunicativos y su abordaje epistemológico y a nivel del método.

Competencias genéricas:

Habilidades de investigación. Introducir al alumno en el conocimiento general de conceptos, autores y tendencias claves de la Epistemología y de técnicas de investigación que, en otras asignaturas impartidas posteriormente en el Máster, habrán de ser orientados específicamente hacia la investigación de la Comunicación.

Contenidos o bloques temáticos

T

I.- EPISTEMOLOGÍA, METODOLOGÍA Y TECNOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL.

1. El conocimiento científico.
2. Etic/Emic y reflexividad. El oficio del comunicólogo.
3. Pluralismo teórico-metodológico y diseño de investigación.
4. Reflexividad y validez.
5. Práctica creativa y oficio.

II.- COMUNICOLOGÍA Y COMPLEJIDAD.

1. El estatuto científico des/limitado de las Ciencias de la Comunicación. Fundamentos epistemológicos.
2. Cambio social y turbulencias epistemológicas.
3. Modernidad, práctica teórica y nuevas mediaciones.
4. Crítica de la comunicación. Nuevas perspectivas.
5. Nuevo paradigma tecnocientífico.

III.- NUEVOS MEDIOS Y MEDIACIONES.

1. Mediamorfosis y ecología de la comunicación.
2. Ecosistemas informativos y ecologías sociales.
3. El problema de la transculturalidad.
4. La revolución multimedia. Nuevos problemas de reflexividad.
5. El mito de la comunicación total.
6. Nuevas lógicas de la mediación informativa. El reto de la tecnociencia para la Comunicología.

IV.- PENSAR LA CIBERCULTURA.

1. El paradigma de la red. Nuevas extensiones y ecosistemas.
2. Lenguaje y tiempo comunicativo. Horizontes poscronotópicos.
3. Migraciones y mediaciones culturales.
4. El lenguaje de los vínculos. Activismo Digital y ciudadanía.
5. Cibercultura y redes de articulación social.

V.- ECOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN.

1. Ecología de Medios y agenda de investigación.
2. Tecnocultura y pensamiento.
3. Ética comunicativa, cambio social y teoría de la sociedad de la información.
4. La revolución científico-técnica y el nuevo pensamiento sobre la mediación social.

VI.- LA TRANSVERSALIDAD INFORMATIVA.

1. Teoría crítica y lógica hipertextual.
2. El principio de la dialogicidad, horizonte de la comunicación.
3. Nuevos géneros y lógicas de enunciación.
4. Innovación tecnológica y exomemoria.
5. Humanidades Digitales y nuevos problemas de práctica teórica.
6. Cartografías, rizomas y culturas nómadas.
7. El problema del Capitalismo Cognitivo.

VII.- COMUNICOLOGÍA DEL SUR Y DIÁLOGO DE SABERES.

1. La refundación del campo de la Comunicación Educativa.
2. Comunicación, educación y territorio.
3. Teoría de la información y organización escolar.
4. El problema de las redes de aprendizaje.

VIII.- ANÁLISIS DISTRIBUTIVO

1. La lógica del cuestionario.
2. Sistemas de información y estandarización social.
3. Estrategias metodológicas.

IX.. SISTEMAS DE SEGUNDO ORDEN

1. La observación situada.
2. La mirada etnográfica
3. Entrevista cualitativa.
4. Dinámica de grupos.
5. Discurso y estructura social.
6. Fuentes orales y egodocumentos.
7. ARS.

X.- COMUNICOLOGÍA DE LA PRAXIS Y SOCIOANÁLISIS

1. Fundamentos de investigación-acción.
2. La IAP y la Comunicología Participativa.
3. Nuevas metodologías participativas de investigación en comunicación.

XI.- METODOLOGÍAS PROSPECTIVAS

1. Philips 66
2. Técnica Delphi.
3. Taller EASW.

XII.- SOFTWARE CUALITATIVO.

1. El análisis de datos.
2. Inducción analítica.
3. Grounded Theory y análisis cualitativo.
4. Herramientas informáticas.
5. Técnicas de explotación de la información.

XIII.- FUENTES DE INVESTIGACIÓN COMUNICOLÓGICA.

1. Ciencia Abierta y Acceso al Conocimiento.
2. Gestores de referencias.
3. Repositorios, portales y revistas.
4. Redes y socialización del conocimiento.

XIV.- TALLER DE INVESTIGACIÓN.

Actividades formativas y horas lectivas

Actividad	Horas
B Clases Teórico/ Prácticas	30

Metodología de enseñanza-aprendizaje

La metodología de trabajo del curso seguirá la estructura lógica de un seminario. A lo largo de las sesiones presenciales, la exposición docente de los ejes nucleares del programa será objeto de discusión y análisis grupal a partir de los problemas centrales de cada tema. La duración del curso será de 30 horas, en quince sesiones intercaladas con ejercicios prácticos de discusión y análisis de casos prácticos. Para ello, la docencia se organizará del siguiente modo:

A) Clases magistrales. El docente disertará sobre cada tema de forma expositiva en las que se sientan las bases conceptuales.

B) Discusión grupal. Cada alumno expondrá una lectura programada sobre los ejes y contenidos de la asignatura en cada sesión.

C) Análisis de casos. El docente expondrá un problema u objeto de estudio para su análisis y discusión seminal.

Sistemas y criterios de evaluación y calificación

En caso de contingencia, las clases serán impartidas en modalidad a distancia por medios telemáticos y el examen será siempre presencial en las fechas oficiales. Si persiste la situación de alarma social, la prueba de control de conocimiento se hará de forma presencial cuando esto sea posible en otras fechas acordadas con la Delegación de Alumnos y el Vicedecanato de Ordenación Académica.