

Programa de Estudios de Honor  
Universidad de Puerto Rico  
Recinto de Río Piedras

### Sílabo

**Título:** Estudios de medios y religión: El discurso persuasivo empleado por los evangelistas de la teología de la prosperidad a través de los medios digitales.

**Codificación del Curso:** PREH 4900

**TÍTULO ABREVIADO EN ESPAÑOL:** Medios y persuasión

**TÍTULO ABREVIADO EN INGLÉS:** Media and persuasion

**Números de horas/créditos:** 45 horas / tres créditos

**Prerrequisitos:** Ninguno

**Profesor:** Jorge Santiago Pintor, Ph.D.

**Oficina:** Ofic. PLAZU # 4108N - **Ext.:** 85345

**Horas de oficina:**

L y W - 11:30 A.M. a 1:00 P.M. (o por acuerdo).

**Los-as estudiantes deben coordinar, con tiempo y por escrito (por correo electrónico), las citas para las horas de oficina.**

**E-mail:** [jorge.santiago21@upr.edu](mailto:jorge.santiago21@upr.edu)

**Año Académico:** Primer Semestre 2021-2022

**Horario de reunión del curso:** Por acuerdo

#### *Descripción del Curso:*

Análisis de investigaciones e información de base académica sobre las estrategias discursivas y persuasivas dirigidas a las audiencias populares y enmarcadas en el mensaje de la teología de la prosperidad. Como parte del curso, se desarrollará una propuesta de investigación sobre este tema. El/la estudiante trabajará bajo la supervisión de un profesor mentor. El dominio teórico, la familiarización con la literatura existente y la identificación del método de investigación adecuado a su campo de estudio le permitirán cumplir con los objetivos de este curso.

#### *Objetivos de aprendizaje*

Al finalizar el curso, la/el estudiante:

1. Desarrollará una propuesta de investigación científica sobre el tema que aborda las estrategias discursivas y persuasivas dentro del marco teológico de la prosperidad.
2. Redactará preguntas, objetivos, justificación y viabilidad de una investigación científica sobre este tema de investigación.
3. Conocerá el carácter transdisciplinario del campo de la Comunicación.

4. Ejemplificará las aportaciones de las diversas escuelas de pensamiento social a la Comunicación.
5. Identificará y revisará artículos académicos e investigaciones científicas relacionadas con este tema de investigación.
6. Redactará una revisión crítica de la literatura sobre este tema de investigación.
7. Diseñará un método para contestar las preguntas de investigación sobre este tema de investigación.
8. Defenderá de forma oral la propuesta de investigación sobre este tema.

***Cronograma<sup>1</sup> del curso: Bosquejo del Contenido del Curso y Calendario Tentativo (sujeto a cambio):***

<b>Periodo</b>	<b>Temáticas generales del curso</b>	<b>Horas Contacto</b>
<p>Semanas 1 y 2 (6 horas)</p>	<p>Unidad 1 - El proceso investigativo El Planteamiento del problema de investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tema/Problema de investigación</li> <li>- Objetivos y preguntas de investigación</li> <li>- Justificación de la investigación</li> <li>- Identificación y elaboración del marco teórico                             <ul style="list-style-type: none"> <li>o Funciones y etapas del marco teórico                                     <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Búsqueda de literatura</li> <li>▪ Construcción del marco teórico</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> <p>Lecturas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Berganza Conde, Ma. Rosa &amp; Ruiz San Román, José A. (Coord.) (2005). <i>Investigar en comunicación</i>. Madrid, España: McGraw-Hill/Interamericana. Capt. 2 – El método científico aplicado a la investigación en comunicación mediática.</li> <li>☑ Hernández Sampieri, R. &amp; Mendoza Torres, C.P. (2018). <i>Metodología de la Investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta</i>. México: McGraw-Hill Interamericana Editores. Copts. 3, 4 y 11 [págs. 388-400].</li> <li>☑ Marzal Felici, Javier y Casero-Ripollés, Andreu (2018). Editorial. Investigar la comunicación: retos para el mundo académico. En: adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, nº 15. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica y Universitat Jaume I, 11-17. DOI: <a href="http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2018.15.1">http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2018.15.1</a></li> </ul>	<p>6</p>

<sup>1</sup> Este cronograma presenta los temas de los módulos instruccionales, las horas contacto y las estrategias de evaluación.

El propósito es organizar el contenido del curso, el cual será ofrecido a distancia debido a la pandemia del COVID-19. Este cronograma puede estar sujeto a cambios, en cuyo caso el profesor informará a los estudiantes.

Periodo	Temáticas generales del curso	Horas Contacto
	Actividades: <input checked="" type="checkbox"/> Elaborar el Planteamiento del Problema de Investigación y conceptualización del marco teórico Reunión virtual sincrónica para atender dudas o preguntas sobre el Planteamiento del problema de investigación. <input checked="" type="checkbox"/> Presentación oral y escrita del Planteamiento del Problema de investigación y conceptualización del marco teórico.	
Semana 3 y 4 (6 horas)	Unidad 2 – Acercamientos teóricos al fenómeno de la comunicación interpersonal Lecturas: <input checked="" type="checkbox"/> Interaccionismo Simbólico – George Herbert Mead (Griffin, 2019, capt. 5). <input checked="" type="checkbox"/> Modelo de Elaboración Probable de la Persuasión – Richard Petty and John Cacioppo. (Griffin, 2019, capt. 16). <input checked="" type="checkbox"/> Teoría de la Disonancia Cognitiva – Leon Festinger (Griffin, 2019, capt. 17). <input checked="" type="checkbox"/> Teoría del Espiral del Silencio - Elisabeth Noelle-Neumann (Griffin, 2019, capt. 29). <input checked="" type="checkbox"/> Rodrigo, M. (2014-Revisión). <i>Las teorías de la comunicación ante el reto de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)</i> . Portal de comunicación.com. ISSN 2014-0576. <a href="http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=59">http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=59</a> <input checked="" type="checkbox"/> Scolari, Carlos. (2010). <i>Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva</i> . Gedisa. Actividad: <input checked="" type="checkbox"/> Elaborar un breve ensayo de cada lectura que describa cada enfoque teórico y sus supuestos, así como un análisis crítico sobre cada enfoque teórico y su vínculo con el tema de investigación.	6

<p>Semana 5 y 6 (6 horas)</p>	<p>Unidad 2 – Acercamientos teóricos al fenómeno de la comunicación en medios y cultura Lecturas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☑Gómez García, Rodrigo &amp; Sánchez Ruiz, Enrique E. (2015). La Economía Política de la Comunicación y la Cultura. Tradiciones y conceptos. <i>Portal de la Comunicación Intitut de la Comunicació</i>, ISSN 2014-0576. <a href="http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=62">http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=62</a></li> <li>☑(Opcional) Sierra Caballero, Francisco. (2009), Economía política de la comunicación y teoría crítica. Apuntes y tendencias. <i>Revista Científica de Información y Comunicación</i>. ISSN: 1696-2508 <a href="https://www.researchgate.net/publication/238723083_Economia_politica_de_la_comunicacion_y_Teoria_Critica_Apuntes_y_tendencias">https://www.researchgate.net/publication/238723083_Economia_politica_de_la_comunicacion_y_Teoria_Critica_Apuntes_y_tendencias</a></li> <li>☑Teoría de la Ecología de Medios – Marshall McLuhan (Griffin, 2019, capt. 25).</li> <li>☑Semiótica - Teorías de Significación y Cultura – Roland</li> </ul>	<p>6</p>
-----------------------------------	--	----------

Sílabo PREH 4900 | 4

Periodo	Temáticas generales del curso	Horas Contacto
	<p>Barthes (Griffin, 2019, capt. 26)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☑Usos y gratificaciones – Elihu Katz (Griffin, 2019, capt. 28)</li> </ul> <p>Actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆◆ Elaborar un breve ensayo de cada lectura que describa cada enfoque teórico y sus supuestos, así como un análisis crítico sobre cada enfoque teórico y su vínculo con el tema de investigación.</li> </ul>	
<p>Semana 7 y 8 (6 horas)</p>	<p>Identificación y revisión de investigaciones antecedentes relacionadas con el tema de investigación. Actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆◆ Búsqueda de referencias de artículos arbitrados en el catálogo en línea del Sistema de Bibliotecas. ◆◆ Preparar la bibliografía notada de cada artículo identificado siguiendo el formato APA. A partir de las anotaciones realizadas en el artículo, identificar la información pertinente para ser considerada para formar parte de la propuesta de investigación. Destacar el objetivo de cada investigación publicada, metodología (participantes, instrumentos y procedimientos), así como los resultados de mayor trascendencia en el estudio.</li> <li>◆◆ Presentar un resumen completo de cada artículo arbitrado revisado.</li> </ul>	

<p>Semana 9 y 10 (6 horas)</p>	<p>Unidad 3 – Redacción de la introducción, revisión de literatura y marco teórico de la propuesta de investigación</p> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆◆ Revisar el Planteamiento del Problema de Investigación. A base de la revisión de literatura realizada, se llevará a cabo una reflexión sobre el Planteamiento del Problema de Investigación con el objetivo de realizar modificaciones de ser consideradas necesarias.</li> <li>◆◆ Redactar el capítulo de introducción y revisión de literatura y marco teórico de la propuesta. ◆◆ Presentación oral y escrita de este capítulo de la propuesta de investigación.</li> </ul>	<p>6</p>
<p>Semana 11 y 12 (6 horas)</p>	<p>Unidad 4 – Elaboración del método de investigación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecimiento de la muestra o corpus</li> <li>- Identificación y selección del diseño de investigación y el enfoque (cuantitativo, cualitativo o mixto)</li> <li>- Identificación y elaboración de la(s) estrategia(s) de acopio de datos (instrumentos) y procedimientos, tomando como base los fundamentos éticos científicos.</li> </ul> <p>Lectura:</p> <p>☑Hernández Sampieri, R. &amp; Mendoza Torres, C.P. (2018). <i>Metodología de la Investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta</i>. México: McGraw-Hill Interamericana Editores. (Caps. 9 y 13).</p>	<p>6</p>

Sílabo PREH 4900 | 5

Periodo	Temáticas generales del curso	Horas Contacto
---------	-------------------------------	----------------

	<p>Lecturas adicionales sugeridas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Berger, A. A. (2000). <i>Media and Communication Research Methods: An introduction to qualitative and quantitative Approaches</i>. California, U.S.A.: Sage Publications, Inc.</li> <li>☑ Cirino Gerena, G. (1992). <i>Introducción al desarrollo de pruebas escritas</i>. Puerto Rico: Editorial Bohío.</li> <li>☑ Day, L.A. (2003). <i>Ethics in Media Communication: Cases &amp; Controversies</i>. Wadsworth Group.</li> <li>☑ Igartua Perosanz, José Juan (2006). <i>Métodos cuantitativos de investigación en comunicación</i>. Barcelona, España: Editorial Bosch, S.A.</li> <li>☑ Jauset, J.A. (2000). <i>La investigación de audiencias en televisión</i>. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.</li> <li>☑ Renkema, J. (1999). <i>Introducción a los estudios sobre el discurso</i>. Barcelona, España: Gedisa.</li> <li>☑ Rivero Vergne, A. (2001). <i>La ciencia y el arte de entrevistar</i>. Puerto Rico: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc.</li> <li>☑ Wimmer, R.D. (1997). <i>Mass Media Research</i> (5<sup>th</sup> Ed). California, USA: Wadsworth Publishing Co.</li> </ul> <p>Actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>◆◆ A base de las preguntas de investigación y los objetivos presentados en el Planteamiento del Problema de Investigación redactará el capítulo de Método de la propuesta.</li> <li>◆◆ Presentación oral y escrita de este capítulo de la propuesta de investigación.</li> </ul>	
<p>Semana 13 (3 horas)</p>	<p>Unidad 5 – Redacción de la propuesta de investigación</p> <p>Lecturas:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☑ American Psychology Association (APA). (2020). <i>Publication Manual of the American Psychological Association</i> (7ta. Edición). Washington: Autor. Recuperado en <a href="https://apastyle.apa.org/products/publication-manual-7th-edition">https://apastyle.apa.org/products/publication-manual-7th-edition</a></li> <li>☑ Hernández Sampieri, R. &amp; Mendoza Torres, C.P. (2018). <i>Metodología de la Investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta</i>. México: McGraw-Hill Interamericana Editores. (Capt. 17).</li> </ul> <p>Actividad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>☑ Redacción de la propuesta en todas sus partes y de acuerdo al formato APA.</li> <li>☑ Elaboración de la presentación en Power Point u otro formato similar a base del contenido la propuesta. Esta presentación será utilizada para la defensa de la propuesta de investigación.</li> </ul>	<p>3</p>

Periodo	Temáticas generales del curso	Horas Contacto
	<input checked="" type="checkbox"/> Entregar copia de la propuesta final y la presentación para la correspondiente revisión por parte del profesor.	
Semana 14 (3 horas)	Actividades: <input checked="" type="checkbox"/> Revisión y recomendaciones tanto sobre el informe escrito de la propuesta de investigación como de la presentación en Power Point. <input checked="" type="checkbox"/> Reuniones virtuales con el profesor para atender dudas sobre la preparación de la propuesta siguiendo la estructura básica de un informe de investigación científica, así como atender preguntas sobre las diversas secciones de la propuesta. <input checked="" type="checkbox"/> Integrar recomendaciones a los documentos y entregar copia final de la propuesta como requisito previo a la presentación de la defensa del proyecto de investigación.	3
Semana 15 (3 horas)	Presentación oral y escrita de la propuesta de investigación Actividad: <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Reunión virtual para discutir recomendaciones a la propuesta <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Coordinar la presentación y defensa de la propuesta de investigación <input checked="" type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Presentar la propuesta de investigación con al Comité de tesina	3

### ***Estrategias Educativas***

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lecturas de artículos profesionales en línea</li> <li>• Videos instruccionales</li> <li>• Tareas individuales</li> <li>• Actividades de avalúo</li> <li>• Actividades prácticas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentaciones escritas de trabajos de investigación de los estudiantes</li> <li>• Presentaciones orales en línea de trabajos de investigación de los estudiantes</li> <li>• Redacción de bibliografías anotadas, reseñas y/o reflexiones de lecturas asignadas.</li> <li>• Reuniones virtuales sincrónicas</li> </ul>
---	---

### ***Recursos de Aprendizaje***

Dentro del curso el estudiante tiene a su disposición todo el material y equipo del Centro de Investigaciones en Comunicación de la Escuela, así como los recursos bibliográficos del Recinto y de la Escuela

## ***Criterios de Evaluación bajo la modalidad en línea del curso***

### **Sistema de Evaluación:**

1. Sesiones de Discusión y presentaciones orales 20 % a. Criterio de Evaluación
  - i. Grado de preparación
  - ii. Cumplimiento con lecturas asignadas
  - iii. Organización y articulación coherente de las ideas
  
2. Informes escritos de acuerdo a las unidades principales y según el calendario 40% a. Criterios de Evaluación
  - i. Pertinencia con los objetivos de la investigación
  - ii. Organización y Coherencia
  - iii. Uso adecuado de la bibliografía
  - iv. Corrección gramatical
  
3. Propuesta de investigación y defensa oral 40% TOTAL: 100%

### **Requisitos indispensables para la aprobación del curso:**

1. Cumplir con el criterio de evaluación.
2. Las asistencias y tardanzas deben ser justificadas y notificadas al profesor con antelación para poder coordinar las reposiciones en un horario conveniente para el profesor y el estudiante.
3. Preparar, presentar y aprobar la propuesta. De no cumplirse con este requisito, no se pasa el curso.

### **Sistema de Calificación**

- Curva Normal: 100 – 90 % A  
89 – 80 B  
79 – 70 C  
69 – 60 D  
59 - F

### **POLÍTICAS INSTITUCIONALES Y NOTAS IMPORTANTES:**

1. En cumplimiento con la circular #04 (2016-2017) de la Vicepresidencia de Asuntos Académicos, la circular #09 (2016-2017) del Decanato de Asuntos Académicos y la certificación #112 (2014-2015) de la Junta de Gobierno, **el 25% del tiempo lectivo de las secciones presenciales (002, 003) podría ofrecerse en línea**; es decir, **11.25 horas contacto están sujetas a cumplirse mediante esta modalidad**. Durante el periodo lectivo, el profesor se comunicará con los-as estudiantes para informarles cuáles horas se cumplirán de esta manera, si es que se implementa esta modalidad.
2. La asistencia a este curso es **compulsoria**. **La nota no mide esfuerzo sino desempeño**.
3. Este curso es **INTENSIVO**. Los-as estudiantes son responsables de cumplir con las actividades de aprendizaje y avalúo.



4. Aquellos estudiantes que tengan necesidades especiales o que padezcan de condiciones médicas o de algún tipo de impedimento físico, mental o emocional que requiera de acomodo razonable, deberán notificarlo a la mayor brevedad posible a la Oficina del Procurador de Personas con Impedimento del Recinto y a la Oficina de Asuntos Estudiantiles de la Escuela de Comunicación.
5. **Cumplimiento de reglas:** Los-as estudiantes deberán conocer y cumplir con los reglamentos universitarios y con las políticas institucionales de la Universidad de Puerto Rico en relación con el hostigamiento sexual, uso y abuso de drogas y alcohol, uso ético legal de las tecnologías de información, disciplina en el salón de clases, honestidad académica, entre otras. Todo estudiante que incumpla con las disposiciones será referido a la Oficina de Coordinación de Asuntos Estudiantiles de la Escuela de Comunicación para la aplicación de las medidas disciplinarias que correspondan conforme a la reglamentación universitaria.
6. ***NORMATIVA SOBRE DISCRIMEN POR SEXO Y GÉNERO EN MODALIDAD DE VIOLENCIA SEXUAL***  

“La Universidad de Puerto Rico prohíbe el discrimen por razón de sexo y género en todas sus modalidades, incluyendo el hostigamiento sexual. Según la Política Institucional contra el Hostigamiento Sexual en la Universidad de Puerto Rico, Certificación Núm. 130, 2014-2015 de la Junta de Gobierno, si un estudiante está siendo o fue afectado por conductas relacionadas a hostigamiento sexual, puede acudir ante la Oficina de la Procuraduría Estudiantil, el Decanato de Estudiantes o la Coordinadora de Cumplimiento con Título IX para orientación y/o presentar una queja”.
7. **ACOMODO RAZONABLE: Ley 51 de Servicios Integrales para Personas con Impedimentos y Sección 504 de acomodados razonables:** Los alumnos que voluntariamente reciban servicios de Rehabilitación Vocacional o que estén amparados en la Sección 504 de esta ley, y voluntariamente decidan informarlo al profesor, deben comunicarse con este al inicio del curso para discutir el acomodo razonable y el equipo necesario, conforme con las recomendaciones de la Oficina de Servicios a Estudiantes con Impedimentos (OSEI) del Decanato de Estudiantes del Recinto de Río Piedras de la UPR, y/o las oficinas de servicios de orientación y consejería pertinentes. Los-as estudiantes tienen el derecho a que los acomodados y la comunicación conducente al inicio, el desarrollo y la terminación de estos se realicen en estricta confidencialidad con el profesor. Para orientarse sobre este procedimiento, los alumnos pueden visitar el Departamento de Consejería para el Desarrollo Estudiantil (DCODE) o llamar al (787) 764-0000, extensiones 86500, 86501.
8. **INTEGRIDAD ACADÉMICA:** La Universidad de Puerto Rico promueve los más altos estándares de integridad académica y científica. El Artículo 6.2 del Reglamento General de Estudiantes de la UPR (Certificación Núm. 13, 2009-2010, de la Junta de Síndicos) establece que “la deshonestidad académica incluye, pero no se limita a: acciones fraudulentas, la obtención de notas o grados académicos valiéndose de falsas o fraudulentas simulaciones, copiar total o parcialmente la labor académica de otra persona, plagiar total o parcialmente el trabajo de otra persona, copiar total o parcialmente las respuestas de otra persona a las preguntas de un examen, haciendo o consiguiendo que otro tome en su nombre cualquier prueba o examen oral o escrito, así como la ayuda o facilitación para que otra persona incurra en la referida conducta”. Cualquiera de estas acciones estará sujeta a sanciones disciplinarias en conformidad con el procedimiento disciplinario establecido en el Reglamento General de Estudiantes de la UPR vigente.
9. **POLÍTICA SOBRE EL PLAGIO:** A tenor con la Certificación 14 del Senado Académico

del Recinto de Río Piedras de la Universidad de Puerto Rico y las leyes federales de derecho de autor vigentes en los Estados Unidos de América y el Estado Libre Asociado de Puerto Rico, **en este curso se repudia la práctica del plagio y la deshonestidad académica.**

Sílabo PREH 4900 | 9

**Trabajos copiados de Internet o de cualquier fuente mediática, libro, artículo, publicación o medio escrito u oral, o preparados para el estudiante por segundas y/o terceras personas, tendrán calificación de 0, y el alumno será referido a la instancia correspondiente para trámites disciplinarios ulteriores. Si se demuestra que un estudiante, en este curso, hubiere cometido deshonestidad académica en uno de los requisitos de evaluación, independientemente de su calificación en los demás requisitos, fracasará el curso en su totalidad y será referido a la autoridad competente.**

Vídeo: Gutiérrez, M. (2013). ¿Cómo evitar y detectar el plagio? [Vídeo]. Sistema de Bibliotecas de la UPRRP. [https://youtu.be/1hyvPv\\_SYFQ](https://youtu.be/1hyvPv_SYFQ)

## **10. ENFOQUE DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOBRE DIVERSIDAD :**

Nos acercamos al concepto de diversidad desde el contexto de nuestra identidad cultural, cuya hibridez histórica nos facilita una heterogeneidad intrínseca a nuestra manera de ser y de pensar. Partimos de la convicción de que las diferencias en los seres humanos no pueden constituir desigualdad sino afirmación de identidad individual, derecho adquirido por la propia naturaleza de lo que somos.

- Nos guía, entre otros postulados, el artículo 4 de la Declaración Universal sobre la diversidad cultural de la UNESCO (2002), que afirma que “la defensa de la diversidad cultural es un imperativo ético, inseparable del respeto a la dignidad de la persona humana”.
- Fomentamos la comprensión de la pluralidad de identidades en una disposición de inclusión en términos de género, raza, etnia, orientación sexual, religión, modos de pensar y ser, trasfondo cultural, origen nacional, clase social, edad, ideología política, etc. - Cumplimos a cabalidad con la Ley 51 del 7 de junio de 1996 que da a las personas con impedimentos el derecho a recibir el acomodo razonable para el desarrollo de sus capacidades y habilidades particulares.
- Honramos el artículo 6 del Reglamento de Estudiantes de la Universidad de Puerto Rico Recinto de Río Piedras que establece que “no se podrá privar a ningún estudiante, por razón de sexo, raza, origen, condición social, credo político o religioso, del derecho de asociación ni de los servicios y programas que brinda la universidad”.
- Por la propia naturaleza de los saberes que investiga y estudia el campo de las Comunicaciones, nos guía el interés de fomentar en el diseño curricular la dimensión transdisciplinaria, multicultural e internacional, estimulando así no solo el conocimiento sino las sensibilidades pertinentes para la comprensión de las diversas identidades que nos definen.

### **Convenciones**

- Los-as estudiantes deben coordinar, con tiempo y por escrito (por correo electrónico), las citas para las horas de oficina.

- **Puntuación:** Los-as estudiantes son responsables de asistir al curso, leer las lecturas asignadas y llegar preparado-a para la discusión, así como completar los requisitos del curso y participar activamente en clase.

Sílabo PREH 4900 | 10

- Puntualidad en la entrega de trabajos.
  - **Los trabajos deben ser entregados a tiempo, mecanografiados o tipografiados en computadora.** Los mismos deben ser presentados en excelencia y usarán el estilo presentado en el Manual de Publicación de la APA (*American Psychological Association*).
- **Retrasos en la entrega de tareas:** NO se aceptarán tareas entregadas **tarde, con excepción de que el profesor así lo autorice o así lo indique previamente**. Estas tareas recibirán **calificación de 0**.
- El uso de teléfonos celulares durante el desarrollo de la clase afecta negativamente el proceso de la misma. Por tanto, favor de apagar el mismo o seleccione la opción de silencio o vibración como alternativa de aviso, esto en caso de esperar una llamada de extrema urgencia.
- La acción de otorgar INCOMPLETOS al final del semestre es prerrogativa del profesor y sólo en casos justificados y con evidencia que le apoye.
  - Si considera darse de baja del curso, debe entrevistarse con el profesor antes de ello.

### ***Bibliografía Recomendada***

- American Psychology Association (APA). (2020). *Publication Manual of the American Psychological Association* (7ta. Edición). Washington: Autor. Recuperado en <https://apastyle.apa.org/products/publication-manual-7th-edition>
- Allen, M., Titsworth, S. & Hunt, S.K. (2009). *Quantitative research in communication*. California, USA: Sage Publications, Inc.
- Ander-Egg, E. (1995). *Técnicas de investigación social* (24ta. Edición). Argentina: Editorial Lumen.
- Ander-Egg, E. (2011). *Aprender a investigar. Argentina: Editorial Brujas* <https://issuu.com/maiquim.floresm./docs/134316039-aprender-a-investigar-noc>
- Ballenato Prieto, Guillermo. (2013). *Comunicación eficaz: Teoría y práctica de la comunicación humana*. Pirámide.
- Berganza Conde, Ma. Rosa & Ruiz San Román, José A. (Coord.) (2005). *Investigar en comunicación*. Madrid, España: McGraw-Hill/Interamericana.
- Berger, A. A. (2000). *Media and Communication Research Methods: An introduction to qualitative and quantitative Approaches*. California, U.S.A.: Sage Publications, Inc.
- Biagi, Shirley. (2017). *Media/Impact: An introduction to Mass Media* (12th Ed.). USA: Cengage Learning.
- [https://books.google.com/books?id=Nn2XUwypI00C&lpg=PP1&dq=Shirley%20Biagi%20Media Impact&pg=PP1#v=onepage&q=Shirley%20Biagi%20Media-Impact&f=false](https://books.google.com/books?id=Nn2XUwypI00C&lpg=PP1&dq=Shirley%20Biagi%20Media%20Impact&pg=PP1#v=onepage&q=Shirley%20Biagi%20Media-Impact&f=false) Blaxter, L., Hughes,

C. & Tight, M. (1999). *Cómo se hace una investigación*. México: Editorial Gedisa.

Bryant, Jennings & Zillmann, Dolf.(2002). *Media Effects: Advances in theory and research* (2nd Ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associated, Inc.

Sílabo PREH 4900 | 11

Castro, L. (1992). *Diseño experimental sin estadística*. México: Editorial Trillas. Cervantes Barba, C. & Sánchez Ruiz, E. (1994). *Investigar la comunicación. Propuestas Iberoamericanas* (Eds). México: Doble Luna Editores e Impresos, S.A.

Christensen, L.B. (2006). Ethics. En *Experimental Methology* (10th. Ed.). Massachussets: Allyn & Bacon.

Cirino Gerena, G. (1992). *Introducción al desarrollo de pruebas escritas*. Puerto Rico: Editorial Bohío.

Day, L.A. (2003). *Ethics in Media Communication: Cases & Controversies*. Wadsworth Group. De Fleur, M.L. & Ball-Rokeach, S.J. (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona, España: Editorial Paidós.

Denzin, N.K. & Lincoln, Y.S. (1994). *Handbook of Qualitative Researh*. California, USA: Sage Publications, Inc.

Griffin, Em; Ledbetter, Andrew; & Sparks, Glenn. (2019). *A First Look at Communication Theory*. McGraw Hill.

Gutiérrez, M. (2013). ¿Cómo evitar y detectar el plagio? [Vídeo]. Sistema de Bibliotecas de la UPRRP. [https://youtu.be/1hyvPv\\_SYFO](https://youtu.be/1hyvPv_SYFO)

Hernández Sampieri, R. & Mendoza Torres, C.P. (2018). *Metodología de la Investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGraw-Hill Interamericana Editores. Hoftman, H. (s.f.). *The Internet Glossary of Statistical Terms*. The Animated Software Company. <http://www.animatedsoftware.com/statglos/statglos.htm>

Igartua Perosanz, José Juan (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona, España: Editorial Bosch, S.A.

Jauset, J.A. (2000). *La investigación de audiencias en televisión*. España: Ediciones Paidós Ibérica, S.A.

Krippendorf, Klaus (1990). *Metodología de análisis de contenido*. Barcelona, España: Paidós.

Landow, George P. (2009). *Hipertexto 3.0: La teoría crítica y los nuevos medios en una época de globalización*. Paidós.

Lozano, José Carlos. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. (2da. Ed.). México: Pearson Prentice Hall.

Martínez Ruiz, Héctor. (2018). *Metodología de la Investigación*. México: Cengage Learning Editores, SA.

Marzal Felici, Javier y Casero-Ripollés, Andreu (2018). Editorial. Investigar la comunicación: retos para el mundo académico. En: adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, nº 15. Castellón: Aso-ciación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica y Universitat Jaume I, 11-17. DOI:

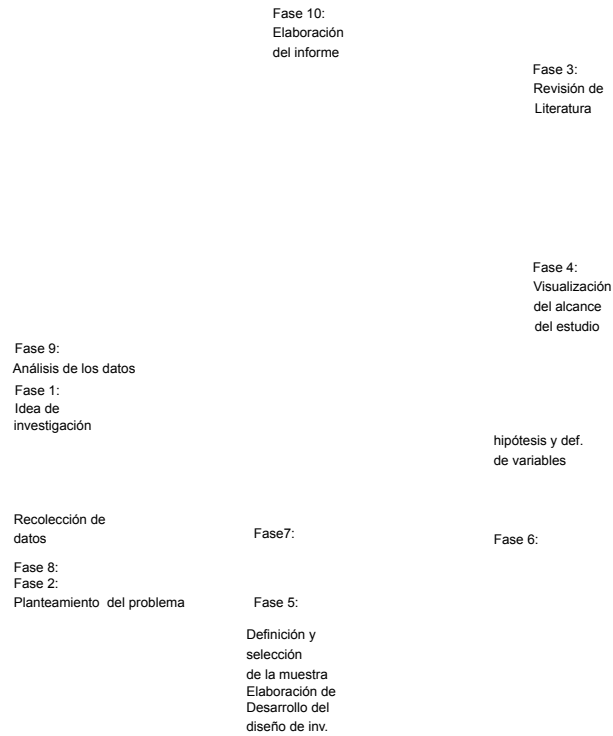
<http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2018.15.1>

- Martín Barbero, Jesús Manuel. (2010). *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*. México: Anthropos - Universidad Autónoma Metropolitana.
- McQuail, D. (1994). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas* (3ra. Edición). Barcelona, España: Editorial Paidós.

Sílabo PREH 4900 | 12

- Mitchell, C. (2011). *Doing Visual Research*. California, USA: Sage Publications, Inc.
- Morin, E. (1990). *Introducción al pensamiento complejo*. España: Editorial Gedisa, S.A.
- Orozco Gómez, G. (1997). *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América-Latina: Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios*. 4ta. Edición. Argentina: Ediciones de Periodismo y Comunicación: Universidad Nacional de la Plata, 87-171.
- Renkema, J. (1999). *Introducción a los estudios sobre el discurso*. Barcelona, España: Gedisa.
- Rivero Vergne, A. (2001). *La ciencia y el arte de entrevistar*. Puerto Rico: Publicaciones Puertorriqueñas, Inc.
- Rodrigo, M. (2014-Revisión). *Las teorías de la comunicación ante el reto de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC)*. Portal de comunicación.com. ISSN 2014-0576.  
[http://portalcomunicacion.com/lecciones\\_det.asp?id=59](http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=59)
- Rose, G. (2001). *Visual Methodologies. An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. Sage. Londres.
- Runyon, R.P. & Haber, A. (1987). *Estadística para las ciencias sociales*. México: Addison-Wesley Iberoamericana.
- Sales, B.D. & Folkman, S. (2000). *Ethics in research with human participants*. Washington: American Psychology Association.
- Sánchez Viera (1997). *Fundamentos del razonamiento estadístico* (3ra. Edición). República Dominicana: Editora Corripio, C.xA.
- Scolari, Carlos. (2010). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Gedisa.
- Siegel, S. (1972). *Estadística no paramétrica*. México: Editorial Trillas.
- Sierra Caballero, Francisco. (2009). *Economía política de la comunicación y teoría crítica. Apuntes y tendencias*. *Revista Científica de Información y Comunicación*. ISSN: 1696- 2508  
[https://www.researchgate.net/publication/238723083\\_Economia\\_politica\\_de\\_la\\_comunicacion\\_y\\_Teor%C3%ADa\\_Cr%C3%ADtica\\_Apuntes\\_y\\_tendencias](https://www.researchgate.net/publication/238723083_Economia_politica_de_la_comunicacion_y_Teor%C3%ADa_Cr%C3%ADtica_Apuntes_y_tendencias)
- Silva, V. (2013). *Ecología de la comunicación, teoría crítica e intercultural*. Portal de comunicación.com. ISSN 2014-0576.  
[http://portalcomunicacion.com/lecciones\\_det.asp?id=81](http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=81)
- Silva, V. (2015-Revisión). *Comunicación y emergencia de nuevos campos de estudio*. Portal de comunicación.com. ISSN 2014-0576.  
[http://portalcomunicacion.com/lecciones\\_det.asp?id=56](http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=56)
- Telesca, Walter Gustavo (2015). *Opinión pública y consumos culturales: TP. Cómo se instalan los temas en los medios*. Wgt ediciones.
- Thomson, P. (2008). *Doing Visual Research with Children and Young People*. New York: Routledge.
- VonBertalanfy, L. (1998). *General System Theory*. New York: George Braziller, Inc.
- Wimmer, R.D. (1997). *Mass Media Research* (5<sup>th</sup> Ed). California, USA: Wadsworth Publishing Co.

- **Diagrama:** Pasos que realiza el/la investigador/a en un estudio con enfoque cuantitativo:



Sílabo PREH 4900 14

Sílabo PREH 4900 | 14

**El trabajo escrito de la ficha de referencia del artículo académico (peer review) tiene que seguir la estructura u organización que establece Hernández Sampieri et.al (2006, p. 77 y 78):**

## EJEMPLO

### Resumen de una referencia completa

Spurgeon, P; Hicks, C. y Terry, R. (1983). "A preliminary investigation into sex differences in reported friendship determinants among a group of early adolescents", en *The British Journal of Social Psychology*, vol. 22. pp. 63-64.

*Problema:* Determinar si hay diferentes tipos globales de relación amistosa entre sexos y dentro de cada género, así como los determinantes de dichos tipos globales.

*Sujetos:* 26 adolescentes de 11 a 12 años de edad (15 de género femenino y 11 de género masculino) que cursan el último año de escuela básica (*middle school*).

*Procedimientos:* Los sujetos contestaron un cuestionario para avalar un rango de determinantes de la amistad; el cuestionario estuvo basado en descubrimientos de investigación sobre las razones más importantes subyacentes en la formación y el mantenimiento de la amistad. Se incluyeron preguntas cerradas (con escala de cinco puntos) concernientes a razones ambientales, sociológicas y de personalidad, así como preguntas abiertas acerca de la naturaleza de la amistad y la relación amistosa. Asimismo, se les pidió que calificaran a su mejor amigo o amiga en cada pregunta, y a su segundo y tercer amigo o amiga.

*Resultados:* En el caso de las mujeres, las razones para vincularse con su mejor amiga son cualitativamente diferentes de las razones para vincularse a su segunda o tercera mejores amigas. Los aspectos más importantes para la mejor amistad fueron, en orden: "jugar juntas", "sentarse juntas" y tener "la misma actitud positiva" hacia la escuela. Menos importante resultó "vivir cerca". Respecto de la segunda y tercera mejores amigas, los aspectos más relevantes fueron similares en ambos casos (por ejemplo, "actitud positiva" hacia la escuela, "agradar a la maestra y sentarse juntas"). En cambio, "visitar el hogar de la otra persona y viceversa" resulta menos importante.

En contraste, el orden de aspectos importantes de la amistad entre los jóvenes es idéntico entre los tres niveles (mejor amigo, segundo y tercer lugares). Los aspectos más destacados fueron: "actitud negativa" hacia la escuela y "jugar y sentarse juntos". "Visitar el hogar del otro y viceversa" fue menos importante.

Desde un punto de vista global, las percepciones de ambos géneros en relación con los determinantes importantes de la amistad son muy similares ( $r = +.82, p = 0.01$ ). Las respuestas a las preguntas abiertas se clasificaron como situacionales, contractuales o psicológicamente internas. Los resultados demostraron un paso a través de las fases de la amistad. De las relaciones amistosas de las jóvenes, 97% están basadas en razones psicológicas internas, mientras que para los jóvenes se distribuyen entre razones psicológicas internas (54%) y contractuales (45%).

*Conclusiones:* Esta investigación inicial revela que, para ambos sexos, los aspectos más importantes de la amistad adolescente son similares; pero que hay diferencias en la variación de niveles de amistad que pueden reflejar preferencias por actividades distintas o tasas de maduración entre ambos géneros.

---