



UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

MATERIA
TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN OPINIÓN PÚBLICA
Y MERCADO

TITULAR: DRA. MÓNICA PETRACCI

JEFA DE TRABAJOS PRÁCTICOS: MGTER. DALIA SZULIK

AYUDANTES TRABAJOS PRÁCTICOS:

LIC. ANA KUKURUTZ

DRA. MARINA A. MATTIOLI

LIC. MARTÍN R. ROMEO

DRA. VICTORIA SÁNCHEZ ANTELO

DRA. CECILIA I. STRAW

2017

Fundamentación

El programa tiene dos puntos de partida. En primer lugar, una reflexión sobre los fundamentos de la investigación científica y los debates metodológicos contemporáneos. Inicio clave para comprender, críticamente, las diferentes estrategias de investigación, sus lenguajes, instrumentos y aplicaciones. Desde ese punto de partida se desarrollan los aspectos conceptuales, metodológicos, técnicos y analíticos del proceso de investigación, y se presenta un panorama pluralista de las estrategias seguidas en la producción de conocimiento científico, estableciendo un puente entre la especulación epistemológico-metodológica y las alternativas técnicas para abordar problemas de investigación específicos. En segundo lugar, desde el inicio en la década de los años ochenta, esta Cátedra parte de la idea de que se aprende a investigar investigando, y la ha puesto en práctica mediante la escritura de proyectos, las decisiones sobre diseños y análisis, el desarrollo de técnicas, y la escritura de los hallazgos.

Objetivos generales de la materia

1. Conocer y problematizar los fundamentos de paradigmas, teorías y métodos de investigación en ciencias sociales;
2. Poner al día, comprender y ejercitar herramientas metodológicas básicas;
3. Conocer, ejercitar, y aplicar las técnicas de investigación a temas y problemas;
4. Conocer y ejercitar el análisis de datos en diferentes tipos de estudios;
5. Proveer experiencias y herramientas para la aplicación de los hallazgos de la investigación en áreas comunicacionales, económicas, políticas y sociales;
6. Ejemplificar la investigación en los campos disciplinarios de la materia, y la investigación orientada en general;
7. Conocer las discusiones teóricas y el estado del arte de las investigaciones empíricas de opinión pública;
8. Conocer el desarrollo del campo de estudios de opinión pública a nivel local y regional.

Cursada

Condición de regularidad: 75% clases teóricas – 75% clases prácticas

Evaluación: A determinar en cada cuatrimestre

Cursada 2017, 1: dos parciales

Régimen de aprobación: examen final obligatorio.

Criterios para calificación: Véase Reglamento Académico FCS (www.sociales.uba.ar)

Artículo 40°: Para la calificación de alumnos en materias con régimen de examen final obligatorio o trabajo final obligatorio se establecen los siguientes criterios:

a) Si el alumno obtiene 4 (cuatro) puntos o más en todas las instancias parciales de evaluación, está habilitado a rendir examen final, correspondiendo como calificación final la obtenida en esa instancia final.

b) Si el alumno obtiene entre 0 (cero) y 3,99 (tres con noventa y nueve) puntos en todas las instancias parciales de evaluación, queda en condición de libre sin poder rendir el examen final en condición de alumno regular, correspondiendo como

calificación final el promedio resultante de las calificaciones obtenidas en las instancias parciales.

c) Si el alumno obtiene entre 0 (cero) y 3,99 (tres con noventa y nueve) puntos en una de las instancias parciales de evaluación y 4 (cuatro) o más puntos en las restantes, puede recuperar la primera calificación a los fines de regularizar la materia para estar habilitado a rendir examen final. Si obtuviera 4 (cuatro) puntos o más en la instancia del recuperatorio, está habilitado a rendir examen final, correspondiendo como calificación final la obtenida en el Examen Final.

d) Aquellos alumnos que no hubiesen asistido a un examen parcial, y pueden acreditar, mediante certificado, el carácter involuntario de la inasistencia, podrán rendir una evaluación complementaria; la calificación obtenida en esta instancia reemplazará el, ausente. Dicha instancia carece de examen recuperatorio.

...

Artículo 43°: Para la evaluación, durante la cursada, de materias con régimen de aprobación con examen final obligatorio, las cátedras dispondrán de distintas instancias de evaluación parcial, ya sea bajo la modalidad de examen escrito, monografía o cualquier otra actividad de aprendizaje que la cátedra considere necesaria.

Artículo 44°: Las evaluaciones parciales escritas versarán sobre temas del programa teórico y/o práctico de cada asignatura, los docentes anticiparán a sus alumnos el tiempo previsto para su realización.

Criterio de redondeo: la nota final es un número entero redondeado al valor más próximo por defecto o por exceso, según la cifra del orden decimal siguiente sea <5 ó ≥ 5 , respectivamente.

Artículo 36°: En aquellos casos en los que el promedio de las evaluaciones no resultase un número entero, se aplicarán los siguientes criterios: a) Se aplicará el número entero inmediato superior en los casos que el resultado parcial oscile entre 0,50 (cincuenta centésimos) y 0,99 (noventa y nueve centésimos); b) Se aplicará el número entero inmediato inferior en los casos que el resultado parcial oscile entre 0,01 (un centésimo) y 0,49 (cuarenta y nueve centésimos); c) En caso que la nota fuese 3,01 (tres enteros y un centésimo) a 3,99 (tres enteros y noventa y nueve centésimos) siempre se colocará 3 (tres) puntos.

Alumnos libres: Examen escrito y oral basado en el programa del cuatrimestre correspondiente.

Evaluación y régimen de aprobación: Examen final obligatorio del contenido y bibliografía del Programa expuesto en las clases de teóricos y prácticos.

TEÓRICOS

TEOI. FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES

Paradigmas en ciencias sociales: diversidad y coexistencia

Sautu, R. 2003. *Todo es teoría. Objetivos y métodos de investigación*. Buenos Aires: Ediciones Lumiere. (Paradigmas y metodologías, Páginas 24-29)

Vasilachis de Gialdino, I. (Coord.) 2006. "La investigación cualitativa". En: Vasilachis de Gialdino, I. *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: GEDISA. (Páginas 47-49)

Teoría: Concepto. Papel en el proceso de investigación social. Diferencia entre teoría y estado del arte. Objetivos e hipótesis

Sautu, R. 2003. *Todo es teoría. Objetivos y métodos de investigación*. Buenos Aires: Ediciones Lumiere. (Paradigmas y metodologías, Páginas 24-29)

Marradi, A., Archenti, N. y Piovani, J. I. 2007. *Metodología de las Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Emecé (Cap. 4, Páginas 61-69)

Jiménez Becerra, A. 1996. "El estado del arte en la investigación en las ciencias sociales". En: Jiménez Becerra, A., Torres Carrillo, A. (Comp.) 2006. *La práctica investigativa en ciencias sociales*. Depto. de Ciencias Sociales, Universidad Pedagógica Nacional, Bogotá. ISBN: 958-8226-21-X (Páginas 29-43)

Casos a desarrollar en base a los contenidos de TEOI previos

Opinión pública: paradigma, teoría, conceptos y conceptualizaciones

Petracci, M. 2003. "Pensar la opinión pública". *Zigurat*, revista de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad Ciencias Sociales, UBA, Buenos Aires, número 4, nov. 2003. (Páginas 8-18)

Opinión pública: elaboración de un estado del arte

D'Adamo, O., García Beaudoux, V. y Freidenberg, F. 2000. *Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública. Una imagen ¿vale más que mil palabras?* Bs. As.: Editorial de Belgrano. (Páginas 69-98)

Petracci, M. 2015. "Opinión pública y aborto". En: Ramos, S. (Comp.). 2015. *Investigación sobre aborto en América Latina y el Caribe: una agenda renovada para informar políticas públicas e incidencia*, Buenos Aires: CEDES; MéxicoDF: P. Council; Lima: Promsex. Disponible en: <http://www.clacai.org/documentacion/materiales-informativos/item/1528-investigacion-sobre-aborto-en-america-latina-y-el-caribe-una-agenda-renovada-para-informar-politicas-publicas-e-incidencia.html> NO OBLIGATORIO.

Metodología, métodos y técnicas. Metodología cuantitativa y cualitativa.

Sautu, R. 2003. *Todo es teoría. Objetivos y métodos de investigación*. Buenos Aires: Ediciones Lumiere. (Paradigmas y metodologías, Páginas 29-32)

Casos a desarrollar en base a los contenidos de TEOI previos

Estudios cuantitativo y cualitativo de opinión pública: presentación general

Cancelo Sanmartín, M. y González Márquez, N. 2015. "El uso de las redes sociales como fuente de información en situaciones de riesgo ciudadano". *Correspondencias & Análisis*, Nro.5:37-53.

Petracci, M. y Szulik, D. 2001. "Medios de comunicación y opinión pública: cuestiones de agenda". En: Petracci, M. 2014. *Opinión pública. Material de cátedra: docencia e investigación. Hallazgos de investigaciones en artículos, informes y presentaciones académicas 1994-2014*. CD: Páginas 58-76.

TEOII. LA INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA

Características de los estudios cuantitativos y decisiones del investigador. El concepto de medición y su problematización

Diseño del cuestionario. Dimensiones, indicadores, variables. Formulación de preguntas: cuestiones conceptuales, operativas, y técnicas. Fuentes de error. Tipos de entrevistas (personales, por teléfono, por correo, on line) y tipos de preguntas. Escalas. Pretesteo de instrumentos.

Problematización de las encuestas: alcances y limitaciones.

Muestreo. Fundamentos y teoría estadística. Población, muestra y unidades de análisis.

Criterios de muestreo y problemas de investigación. Muestras probabilísticas y no probabilísticas. Tipos. Implicancias en el tratamiento de datos.

Babbie, E. 1996. *Manual para la práctica de la investigación*. Bilbao: Editorial Descleé de Brouwer. (6. Operacionalización. Páginas 177 a 212; 10. El método de la encuesta. Páginas 341-373)

Battiyány, K. y Cabrera, M. 2011. *Metodología de la investigación en Ciencias Sociales*. Uruguay: Universidad de la República. (Capítulo 10: Principales técnicas de investigación. Páginas 85-94).

Bourdieu, P. (con la dirección de). 2002/1993. *La miseria del mundo*. Buenos Aires: F.C.E. (Bourdieu, P. y Balazs, G. "El interrogatorio". Páginas 545-555)

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., Baptista Lucio, P. 1997. *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill. (Capítulo 9: Recolección de datos)

Ragin, Ch. 2007. *La construcción de la investigación social. Introducción a los métodos y su diversidad*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores. (Capítulo 6: El uso de los métodos cuantitativos para estudiar la covariación. Páginas 213-232).

Yuni, J., Urbano, C. 2006. *Técnicas para investigar 2. Recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación*. Córdoba: Editorial Brujas. (Capítulo 1: Aspectos de la dimensión estratégica de la investigación. Páginas 7-25).

TEOIII. LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA

Características de los estudios cualitativos y decisiones del investigador.

Métodos. Tipos básicos de métodos: ¿para qué sirve cada uno, cuándo y cómo utilizarlos? Triangulación.

Las técnicas: entrevistas, grupos focales, estudios de caso, observación, técnicas proyectivas presenciales, telefónicas, on line. La entrevista: Variaciones; Tipos de preguntas, secuencia y presentación; ¿Cómo registrar la información? Control de calidad.

El grupo focal: ¿Cuándo y cómo utilizarlo?; Características y logística; Las etapas del grupo focal; Habilidades y problemas del moderador; Tipos de preguntas.

El trabajo de campo.

Báez y Pérez de Tudela, J. 2012. *Investigación cualitativa*. (Capítulo 1: Introducción a la investigación comercial cualitativa. Páginas 35-48). (Capítulo 4. La entrevista. Páginas 95-126). (Capítulo 5: El grupo. Páginas 129-169)

Ragin, Ch. 2007. *La construcción de la investigación social. Introducción a los métodos y su diversidad*. Bogotá: Siglo del Hombre Editores. (Capítulo 5: El uso de los métodos cualitativos para el estudio de los aspectos comunes. Páginas 143-176)

- Mendizábal, N. 2006. "Los componentes del diseño flexible en la investigación cualitativa". En: Vasilachis de Gialdino, I. Coord. 2006. *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: GEDISA. (Páginas 65-106)
- Petracci, M. 2004. "La agenda de la opinión pública a través de la discusión grupal. Una técnica de investigación cualitativa: el grupo focal". En Kornblit, A. (compiladora) 2004. *Metodologías cualitativas en ciencias sociales. Modelos y procedimientos de análisis*. Buenos Aires: Editorial Biblos (Páginas 77-89)
- Centro de Investigaciones Sociológicas. 2012. Nota de investigación sobre el estudio cualitativo "Representaciones políticas y 15M". Estudio Nro. 2921. Disponible en www.cis.es

TEOIV. INVESTIGACIÓN SOCIAL ORIENTADA

Cierre del proceso de investigación cualitativa y cuantitativa: relevamiento, trabajo de campo, muestras y análisis de diseños cuantitativos (análisis bi y multivariado) y cualitativos. Alcances y limitaciones del análisis estadístico.

Tipologías y escalas.

Conceptos de validez y confiabilidad.

Selección de muestra probabilística. Determinación del tamaño. Problemas de no respuesta.

Diseños de etapas múltiples. Estrategia de muestreo y selección de elementos muestrales.

Trabajo de campo. Contacto, aceptación de la entrevista y realización de la misma.

Preparación y validación de los datos: *clean up* de encuestas; codificación y edición; matriz de datos, estructura tripartita del dato. Procesamiento.

Análisis. Fundamentos del análisis. Criterios para elaborar tablas y cuadros. Lectura de datos.

Investigaciones orientadas. Tipos, decisiones del investigador. Semejanzas y diferencias entre investigaciones de opinión pública, mercado, publicitaria, de programas sociales, y otros tipos de investigaciones. Tipos de investigación de mercado.

Presentación de hallazgos: Lineamientos generales. Tipos y públicos (artículos académicos, informes de investigación, artículos periodísticos, presentaciones orales). Hallazgos de investigaciones sobre temas de agenda (a definir en cada cuatrimestre) a través de sondeos locales y globales.

TEOV. OPINIÓN PÚBLICA: PERSPECTIVAS y HALLAZGOS

Concepto de opinión pública ¿Definición?

Teorías de la opinión pública. La formación del espacio público en la modernidad.

La formación de opiniones, lo público y los públicos. La expresión y el análisis de la opinión pública. Un recorrido por autores clásicos y contemporáneos: John Locke, David Hume, James Madison, J.Rousseau, Alexis de Tocqueville, Edward Ross, Floyd H. Allport, Walter Lippmann, H. Blumer, N.Luhmann, P.Bourdieu, E. Noelle-Neumann, J.Habermas, V. Price.

Opinión pública y medios de comunicación: E. Noelle-Neumann

Noelle Neumann, E. 1995. *La espiral del silencio*. Barcelona: Paidós. (Páginas del libro impreso: **17-95** (1. La hipótesis del silencio; 2. Comprobación con instrumentos de investigación mediante encuestas; 3. El miedo al aislamiento como motivo; 4. ¿Qué es la opinión pública?) y **207-278** (22. El clima doble de opinión; 23. La función de articulación; 24. *Vox populi, Vos Dei*; 25. Nuevos descubrimientos; 26. Hacia una teoría de la opinión pública))

Opinión pública y Comunicación política

Teorías de la comunicación. Agenda setting.

Arughete, N. 2009. "Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting". *Ecos de la comunicación*, 11-38.

Segura, M.S. 2017. "Cómo se construye una agenda alternativa". *Más Poder Local*. ISSN: 2172-0223. Número 30, Enero 2017, pp. 28-29.

Recorrido empírico del concepto de opinión pública. Las encuestas de opinión: cuestiones metodológicas en el análisis; procesos preelectorales y predicción del voto; climas de opinión ante políticas públicas.

Ramírez, I. 2017. "Apuntes sobre investigación en campañas". *Más Poder Local*. ISSN: 2172-0223. Número 30, Enero 2017, pp.

Ruiz Jiménez, AM. 2011. ¿Medir o crear opinión pública a través de encuestas? El caso de Turquía y la UE a través del Eurobarómetro. *Empiria*, Revista de Metodología de Ciencias Sociales, Nro. 21: 63-95. <http://www.redalyc.org/pdf/2971/297124020003.pdf>

Abundis Luna, F., Penagos Vásquez, D., Vera Mendoza, J. 2016. "El voto antisistémico de las elecciones 2015 en México: un nuevo reto metodológico". *Revista Latinoamericana de Opinión Pública*. Número 6 Año 2016. WAPOR Buenos Aires.

del Tronco Paganelli, J., Flores Ivich, G., y Madrigal Ramírez, A. 2015. "La utilidad de las encuestas en la predicción del voto. La segunda vuelta de Argentina 2015". *Revista Mexicana de Opinión Pública*, julio - diciembre de 2016, ISSN 1870-7300, pp. 73 – 92.

Opinión pública y redes sociales

Calvo, E. 2015. *Anatomía política de Twitter en Argentina*. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Capital Intelectual.

Moreno, A. y Sierra, E. 2016. "Capturando el silencio 2.0: El fenómeno Spiral of Silence en Facebook". *Em Debate*, Belo Horizonte, v.8, n.7, p. 48-72, dez. 2016.

Bibliografía no obligatoria (ordenada cronológicamente)

Comunello, F. & Anzera, G. 2012. "Will the revolution be tweeted? A conceptual framework for understanding the social media and the Arab Spring", *Islam and Christian-Muslim Relations*, 23:4, 453-470, DOI: 10.1080/09596410.2012.712435.

Bode, N. & Makarychev, A. 2013. "The New Social Media in Russia", *Problems of Post-Communism*, 60:2, 53-62.

Wells, T. and Link, M. 2014. "Facebook User Research Using a Probability-Based Sample and Behavioral Data", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Volume 19, Issue 4, pages 1042–1052, July 2014

Welp, Y. & Saskia, R. "Presidentas Twitteras: The Social Media Use of Cristina Fernández de Kirchner y Dilma Rousseff". En: Dosek, T., Freidenberg, F., Caminotti, M. and Muñoz-Pogossian, B. (eds.) *Women, Politics and Democracy in America Latina*. New York: Palgrave Mac Millan.

- Aguerre, C. 2016. "Agenda building and the internet: the case of intermediaries". *Em Debate*, Belo Horizonte, v.8, n.6, p. 24-33, ago. 2016.
- de Albuquerque, A., de Paula, C., Magalhães, E., Alves dos Santos, M. "Redes de campanha de pré-candidatos à prefeitura do Rio de Janeiro". *Em Debate*, Belo Horizonte, v.8, n.6, p. 8-23, ago. 2016.
- Bigne, E., Andreu, L., Hernandez, B. & Ruiz, C. 2016. "The impact of social media and offline influences on consumer behaviour. An analysis of the lowcost airline industry, *Current Issues in Tourism*, DOI: 10.1080/13683500.2015.1126236
- Cameron, M., Barrett, P. & Stewardson, B. 2016. "Can Social Media Predict Election Results? Evidence From New Zealand", *Journal of Political Marketing*, 15:4, 416-432, DOI: 10.1080/15377857.2014.959690
- do Carmo Fernandes, L. y Cardoso, C. 2016. "Campanha eleitoral no facebook em Goiás 2014". *Em Debate*, Belo Horizonte, v.8, n.6, p. 65-83, ago. 2016
- Gonçalves, R. 2016. "Mapeando redes sociais digitais: uma proposta de análise da dimensão geográfica de interações no facebook, twitter e voto"

PRÁCTICOS

PRAI. LOS FUNDAMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS SOCIALES EN LA PRÁCTICA INVESTIGATIVA

Paradigmas, teorías, estados del arte, métodos, objetivos e hipótesis en la redacción de un proyecto de investigación

La inserción y la formación en un tema, el trabajo del investigador.a en las etapas del proceso de investigación.

Planteo del problema (construcción del problema de investigación, marco teórico, y formulación de las preguntas de investigación). Objetivos e hipótesis. Formulación de hipótesis. Tipos de estudios.

Babbie, E. 1996. *Manual para la práctica de la investigación*. Bilbao: Editorial Descleé de Brouwer. (4. Diseño de investigación, Páginas 111-145; 5. Conceptualización y medición, Páginas 146-175)

Diseño de investigación: conceptos, empiria y decisiones

Diseños. Tipos de estudios y datos. Herramientas metodológicas y técnicas.

Conceptualización y operacionalización. Situación de entrevista y cuestionarios. Universo de análisis y muestras.

Babbie, E. 1996. *Manual para la práctica de la investigación*. Bilbao: Editorial Descleé de Brouwer (6. Operacionalización, Páginas 177-212; 10. El método de la encuesta, Páginas 341-373)

Korn, F. 1984. "Introducción. El significado del término "variable" en sociología". En: Korn, F., Lazarsfeld, P., Barton, A.H. y Menzel, H. 1984. *Conceptos y variables en la investigación social*. Buenos Aires: Nueva Visión, Cuadernos de Investigación Social. (Páginas 9-12)

Chitarroni, H., Colotta, M. y Maestro, C. 2008. *La investigación en ciencias sociales, lógicas, métodos y técnicas para abordar la realidad social*. Buenos Aires: Universidad del Salvador. (10. La selección de la evidencia empírica. Universos y muestras. Páginas 225-248)

Bibliografía de consulta

Díaz de Rada, V. 2005. "Manual de trabajo de campo en la encuesta". Colección Cuadernos Metodológicos nro. 36. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (3. El cuestionario, Páginas 94-129; 4. El proceso de entrevista, Páginas 131-194)

PRAII. LECTURAS SOBRE OPINIÓN PÚBLICA

Cada uno de los trabajos de opinión pública será presentado por los docentes. A partir de esa presentación, el objetivo es debatir y sistematizar la selección de artículos a partir de una guía (Ver **Guía de Lectura de artículos sobre Opinión Pública** a continuación de la Bibliografía)

Cantor, G. 2013. "¿Quién está en contra de la inmigración en la Argentina contemporánea? Intereses y valores en las actitudes de la población hacia la inmigración". Revista Latinoamericana de Opinión Pública. Número 3 Año 2013. WAPOR Buenos Aires.

Martini, S. 2015. "Nombrar las violencias. Certezas y paradojas de la opinión pública". En: Martini, S. y Contursi, M.E. (Compiladoras). 2015. Crónicas de las violencias en la Argentina. Estudios en comunicación y medios. Buenos Aires: Imago Mundi.

Casermeyro Pereson, A. "La agenda pública, tres factores experienciales y los medios". Más Poder Local. ISSN: 2172-0223. Número 30, Enero 2017, pp.10-11.

Cabrera, E. 2016. "AGENDA SETTING Nuevos factores contingentes". Trabajo preparado para el XII Congreso Nacional y V Congreso Internacional sobre Democracia, organizado por la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario. Rosario, 12 al 15 de septiembre de 2016.

Ruiz Jiménez, AM. 2011. "¿Medir o crear opinión pública a través de encuestas? El caso de Turquía y la UE a través del Eurobarómetro". Empiria, Revista de Metodología de Ciencias Sociales, Nro. 21: 63-95. <http://www.redalyc.org/pdf/2971/297124020003.pdf>

Iglesias García, M. y González Díaz, C. 2012. "Radiografía del consumo de medios de comunicación en estudiantes universitarios", ICONO 14, Revista de Comunicación y Tecnologías Emergentes, Vol.10, No.3, pp. 100-115. ISSN 1697-8293. Madrid (España), doi 10.7195/ri14.v10i3.212.

Televisa.com., IABMéxico, Millward Brown. 2016. Estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos. PDF.

Complementario:

Navarro, H. (Coord.), González, Z., Massana, E., García, I., Contreras, R. 2012. " El consumo multipantalla. Estudio sobre el uso de medios tradicionales y nuevos por parte de niños, jóvenes, adultos y personas mayores en Cataluña". Quaderns del CAC 38, vol. XV (1) - junio 2012

Scherman, A., Arriagada, A. y Valenzuela, S. 2012. "¿Hacia una nueva ciudadanía multifuncional? Usos de medios digitales, redes sociales on line y participación política". Revista Latinoamericana de Opinión Pública. Nro2. WAPOR Buenos Aires. http://www.academia.edu/873471/_Hacia_una_nueva_ciudadania_multifuncional_Uso_de_medios_digitaes_redes_sociales_online_y_participacion_politica

Said Hung, E. y Arcila Calderón, C. 2011. "Líderes de opinión en Colombia, Venezuela e Irán. El caso de los 20 usuarios más vistos en Twitter". Comunicación y Sociedad, Vol. XXIV, Nro. 1: 75-100. http://www.unav.es/fcom/.../descarga_doc.php?art_id=379

Alonso González, M. 2016. "Opinión pública y web 2.0. Las redes digitalizan el barómetro político en España". Revista Mexicana de Opinión Pública, julio - diciembre de 2016, ISSN 1870-7300, pp. 95 – 113

Clerici, P., Cruz, F. y Goyburu, L. 2016. "Dos territorios. Las elecciones argentinas 2015 em Twitter". Más Poder Local. ISSN: 2172-0223. Número 30, Enero 2017, pp. 14-16

Mohomed, C. 2013. "Mujeres musulmanas y participación política: a propósito de la "primavera árabe". Revista Artemis, Vol.XV, nro.1; jan-jul, pp. 96-110.

COPEL. 2016. Estudio de Opinión Pública Marcha "Ni Una Menos" Segunda Edición, 3 de Junio de 2016.

Basabe Serrano, S. 2017. " Las distintas caras del presidencialismo: debate conceptual y evidencia empírica en dieciocho países de América Latina". Reis. Rev.Esp.Investig.Sociol. ISSN-L: 0210-5233. Nº 157, Enero - Marzo 2017, pp. 3-22.

Koziner, N. 2017. "El tratamiento de las fuentes en la cobertura de la Ley Audiovisual Argentina. El caso de la prensa económica Marzo-Octubre 2009". Más Poder Local. ISSN: 2172-0223. Número 30, Enero 2017, pp. 43-51.

Zunino, E. y Ortiz Marín. 2017. "Los medios y las elecciones: la agenda informativa de la campaña presidencial de 2015 en la Argentina". Más Poder Local. ISSN: 2172-0223. Número 30, Enero 2017, pp. 56-66.

Feldman, A.R. 2016. "Análisis del posicionamiento del Fondo Monetario Internacional frente a la crisis del año 2007. Revista Latinoamericana de Opinión Pública. Número 6 Año 2016. WAPOR Buenos Aires.

TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN EN OPINIÓN PÚBLICA y MERCADO
GUÍA DE LECTURA DE ARTÍCULOS SOBRE OPINIÓN PÚBLICA

ARTÍCULO:.....

Tipo de publicación

PUBLICACIÓN ACADÉMICA (artículo, libro, etc.)	PUBLICACIÓN NO ACADÉMICA
--	--------------------------

Eje teórico conceptual

¿El artículo tiene una definición explícita de opinión pública?

SI ¿Cuál?	NO
-----------	----

¿El artículo tiene una perspectiva teórica de opinión pública?

SI ¿Cuál?	NO
-----------	----

¿El artículo desarrolla un estado del arte (bibliografía sobre el tema) sobre el tema principal?

SI (Describir brevemente...)	NO
------------------------------	----

¿En cuál de los siguientes paradigmas ubica las decisiones teóricas del autor de este artículo?

Positivista (Justificar)	Interpretativo (Justificar)
--------------------------	-----------------------------

Eje metodológico técnico

¿El artículo presenta hipótesis?

SI ¿Cuál?	NO
-----------	----

¿El artículo presenta un objetivo?

SI ¿Cuál?	NO
-----------	----

Tipo de estudio

CUANTITATIVO	CUALITATIVO	CUANTICUALI
--------------	-------------	-------------

Tipo de datos

PRIMARIOS	SECUNDARIOS	PRIMARIOS y SECUNDARIOS
-----------	-------------	-------------------------

Unidades de análisis (indicar):.....

Técnica de relevamiento (indicar el tipo de técnica de modo completo)

Tipo de muestra

Probabilística (Especificar detalles de la muestra)	NO probabilística (Especificar detalles de la muestra)
---	--

¿Presenta ficha técnica?

SI	NO
----	----

Eje analítico

Tipo de análisis

Bivariado	Multivariado ¿Qué técnica/s se emplea/n?
-----------	--

Una vez realizado el análisis ¿el artículo presenta una conclusión sobre la opinión pública?

SI (Justifique su respuesta)	NO (Justifique su respuesta)
------------------------------	------------------------------