

Mètodes de Recerca en Comunicació**2012/2013**

Codi: 103040

Crèdits ECTS: 6

Titulació	Pla	Tipus	Curs	Semestre
2501928 Graduat en Comunicació Audiovisual	968 Graduado en Comunicación Audiovisual	OB	2	2

Professor de contacte

Nom: Amparo Huertas Bailén

Correu electrònic: Amparo.Huertas@uab.cat

Utilització d'idiomes

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Algun grup íntegre en anglès: No

Algun grup íntegre en català: No

Algun grup íntegre en espanyol: Sí

Prerequisits

Coneixements necessaris per a seguir correctament l'assignatura: domini de les principals teories de la comunicació (assignatura cursada prèviament) i nocions bàsiques d'estadística.

Objectius

L'assignatura s'integra dins de la matèria "Investigació en Comunicació", formada per les següents assignatures:

- Mètodes d'investigació en Comunicació (aquesta mateixa): 2on. curs - 2on. semestre
- Estudis d'audiència i recepció: 3er Curs - 2on. semestre. Obligatòria.
- Gestió de continguts i usabilitat en mitjans interactius generats pels usuaris: Optativa. Quart (Menció multimèdia). Optativa

Rellevància de l'assignatura

L'objectiu de Mètodes d'investigació en Comunicació és que l'estudiant obtingui el coneixement i competències bàsiques per a poder desenvolupar (i avaluar els resultats d') una investigació científica a l'àmbit de la comunicació. L'assignatura pretén dotar l'estudiant dels conceptes teòrics i de les tècniques bàsiques que li permetran dissenyar un projecte d'investigació amb rigor científic i, alhora, saber avaluar investigacions de fonts secundàries. El seu temari, a més d'incloure nocions bàsiques sobre el mètode científic, recull també una panoràmica sobre com aquest àmbit s'està desenvolupant a Catalunya i Espanya (tendències).

Aquesta és una assignatura obligatòria. Posteriorment, es complementa amb Estudis d'audiència i recepció (també obligatòria) i, a la Menció Multimèdia, amb Gestió de continguts i usabilitat en mitjans interactius generats pels usuaris (optativa). Totes tres estan ubicades dins de la matèria "Investigació en Comunicació". Prèviament, l'estudiant ha cursat l'assignatura Teories de la Comunicació (dins la matèria Comunicació).

Contribució de l'assignatura a la formació del perfil professional

L'objectiu final de l'assignatura és contribuir a que l'alumne:

- (a) pugui afrontar (i avaluar els resultats d') una investigació científica a l'àmbit de la comunicació (saber actuar).

(b) i desenvolupi capacitat crítica i autocrítica davant la pràctica comunicativa (saber ser).

Competències

- Aplicar el pensament científic amb rigor.
- Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de productes comunicatius.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar coneixement i habilitats per desenvolupar un treball pràctic o teòric amb base científica.
- Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
- Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
- Desenvolupar l'esperit crític i autocrític.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
- Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea
- Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
- Gestionar el temps de manera adequada.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar el pensament científic amb rigor.
2. Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de productes comunicatius.
3. Construir un discurs teòric relatiu a una qüestió de recerca.
4. Conèixer i aplicar el mètode científic en la recerca en comunicació audiovisual.
5. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
6. Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
7. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
8. Desenvolupar l'esperit crític i autocrític.
9. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
10. Divulgar els coneixements i innovacions de l'àrea.
11. Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
12. Gestionar el temps de manera adequada.
13. Implementar les diferents metodologies de recerca dels fenòmens comunicatius.
14. Plantejar preguntes científiques i establir hipòtesis relatives a la recerca en comunicació.

Continguts

1. Introducció: Activitat científica i comunicació

- a) Característiques generals del mètode científic (investigació bàsica i aplicada)
- b) Àmbits d'estudi a l'àrea de la comunicació: pràctica professional (producció), legislació, productes audiovisuals (anàlisi audiovisual i de continguts) i públics (audiència i recepció)
- c) Tipologies i línies d'investigació generals dominants: investigació social (públics) i anàlisi de contingut (productes audiovisuals).
- d) Sectors d'activitat científica: acadèmica i comercial

2. Etapes del procés científic

- a) Definició de l'objecte d'estudi (Què volem saber?)
- b) Desenvolupament del marc teòric (Què se sap sobre això?)

- c) Disseny metodològic (Com ho podem saber?)
- d) Anàlisi descriptiu i interpretatiu (Què hem descobert?)

3. Conceptes bàsics sobre el mètode científic

- a) Construcció del marc teòric, models de comunicació (teories) i epistemologia (conceptes).
- b) Hipòtesi
- c) Variables (Tipologia)
- d) Univers / Mostra-Corpus

4. Investigació social: mètodes

- a) Mètodes qualitatius: observació etnogràfica, focus group, entrevista en profunditat, història de vida
- b) Mètodes quantitativs: enquesta-sondeig (estadística), qüestionari, investigació experimental.
- c) Triangulació: fusió quantitativs i qualitativs.

5. Anàlisi de continguts (elaboració del discurs i representacions): mètodes

- a) Mètodes qualitativs: anàlisi retòric, narratiu i semiòtic. Estudi de cas
- b) Mètodes quantitativs: anàlisi de contingut
- c) Triangulació: fusió quantitativs i qualitativs

6. La investigació sobre comunicació a Catalunya i Espanya

- a) Línies d'investigació: Tendències
- b) Fonts d'informació disponibles: revistes científiques i altres suports de difusió

Metodologia

El desenvolupament de l'assignatura implica la realització de diferents tipus d'activitats formatives:

- Activitats dirigides:

- a) Classes magistrals: explicació general del contingut que inclou l'assignatura
- b) Seminaris. El seu objectiu és aprofundir -amb treballs en grup/individuals i activitats específiques- sobre aspectes
- c) Pràctiques al laboratori. El principal objectiu és que l'alumne comprovi com es desenvolupa una investigació a par

- Activitats supervisades: Tutories presencials individuals o en grup. La seva finalitat és resoldre problemes d'aprenentatge

- Activitats autònomes: Els estudiants hauran de fer les lectures indicades com a obligatòries i totes les activitats planificades amb una lectura comprensiva de la bibliografia bàsica.

- Activitats d'avaluació (lliurament d'un examen escrit abans del període de reavaluació).

- Activitats de reavaluació:

En total, hi participen 3 professors. El primer s'encarrega de les classes magistrals i de la prova oral de reavaluació

(estudiants amb nota final global superior a 8,5) i tots tres desenvolupen la resta d'activitats en grups d'uns 25 estudiants.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals amb suport TIC	15	0,6	3, 13, 14
Pràctiques de laboratori	22	0,88	3, 11, 13, 14
Seminaris de discussió i debat de casos (produccions audiovisuals) i articles científics	15	0,6	3, 4, 9, 11, 13, 14
Tipus: Supervisades			
Tutories	6	0,24	3, 11, 13, 14
Tipus: Autònomes			
Estudi personal, lectura de textos científics	42	1,68	11, 13, 14
Preparació pràctiques laboratori	28	1,12	11, 13, 14
Realització de treballs encarregats per al desenvolupament dels seminaris	17	0,68	11, 13, 14

Avaluació

Examen escrit. Prova per escrit individual

Participació activa als seminaris: Presentació oral de treballs i actitud activa.

Proves pràctiques laboratori: Realització d'un projecte d'investigació (en grup).

Treball: Treballs lliurats als seminaris i a les classes magistrals.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen escrit	30%	3	0,12	3, 4, 9, 12, 13, 14
Participació activa en els seminaris	10%	0	0	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14
Proves pràctiques laboratori	40%	0	0	1, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 13, 14
Treball	20%	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14

Bibliografia

Bàsica:

Sobre tot el temari:

- Wimmer, R.D. - Dominik, J.R. (1996). La investigación científica de los medios de comunicación. Una Introducción a sus métodos. Barcelona: Bosch.

Temes 1, 2 i 3.

- Igartua, J.J. - Humanes, M. L. "El método científico aplicado a la investigación en comunicación social" Aula abierta. Lecciones básicas. Portal de la Comunicación, InCom. Disponible en:
http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/6_esp.pdf

Temes 4 i 5.

- Alguacil Gómez, Julio (2011). Cómo se hace un trabajo de investigación en sociología. Madrid: Catarata

- Huertas Bailén, A. "De la medición de la audiencia al conocimiento de los públicos" Aula abierta. Lecciones básicas. Portal de la Comunicación, InCom. Disponible en:
http://portalcomunicacion.es/uploads/pdf/22_esp.pdf

- Gaitán, J.A. - Piñuel, J.L. (1998). Técnicas de investigación en comunicación social. Elaboración y registro de datos. Madrid: Síntesis

- Cassetti, F. y Di Chio, F. (1999). Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Barcelona: Paidós.

Tema 6

- Martínez Nicolás, M.A. - Saperas, E. (2011). La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas. Revista Latina de Comunicación Social. Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/11/art/926_Vicalvaro/05_Nicolas.html

Complementaria:

- Campbell, J. (2005) Film Cinema Spectatorship. Cambridge: Polity Press.

- Cuesta, U. (2000) Psicología social de la comunicación. Madrid: Catedra

- Huertas, A. (2002) La audiencia investigada. Barcelona: Gedisa.

- Igartua, J.J. (2006) Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. Barcelona: Ed. Bosch.

- Jensen, K.B. y Jankowski, N.W. (1993) Métodos cualitativos de investigación en comunicación de masas. Barcelona: Ed. Bosch

- Sanchez N., J.L. (1997) Crítica de la seducción mediática. Madrid: Tecnos.

- Silverstone. R. (2004) ¿Por qué estudiar los medios? Buenos Aires: Amorrortu Editores

Link d'interès:

Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC): <http://www.cac.cat/>

Base de dades de Tesis Doctorals: <https://www.educacion.gob.es/teseo/irGestionarConsulta.do>