

Mètodes de Recerca en Comunicació

2015/2016

Codi: 103858

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501933 Periodisme	OB	2	2

Professor de contacte

Nom: Nuria Simelio Sola

Correu electrònic: Nuria.Simelio.Sola@uab.cat

Utilització de llengües

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Equip docent

Josep Maria Figueres Artigues

Ramón Sala Noguer

Ricardo Carniel Bugs

Cristina Pujol Ozonas

Pedro Manuel Molina Rodriguez-Navas

Estibaliz Ortega Miranda

Anna Tous Rovirosa

Prerequisits

Durant el primer curs i el primer semestre de segon curs, l'alumne ha obtingut coneixements derivats de les matèries de Comunicació, Sociologia, Història, Llengua (català i castellà), Teoria i tècnica del Periodisme, Escriptura periodística i Producció periodística. Aquests coneixements adquirits a través de les assignatures fonamentals i bàsiques d'aquestes matèries, constitueixen coneixements necessaris per a seguir correctament l'assignatura, doncs l'alumne té una base teòrica sobre la que poder sustentar el marc teòric de la planificació de la seva recerca. És convenient, per tant, que tingui present els coneixements i les competències adquirides en aquestes matèries.

Objectius

L'assignatura es realitza a segon curs durant el segon semestre i pertany al bloc formatiu de la matèria "Investigació en comunicació". Els objectius formatius de l'assignatura són: Explicar les diferents formes d'aproximació al coneixement científic i els mètodes i tècniques quantitatius i qualitatius aplicats a l'anàlisi de la comunicació i el periodisme. Exposar i explicar les estratègies més adequades per a la planificació i disseny de la investigació en comunicació i periodisme.

Competències

- Aplicar el mètode científic adequadament, plantejar hipòtesis relatives a la comunicació periodística, validar i verificar les idees i els conceptes, i ressenyar correctament les fonts.
- Aplicar el pensament científic amb rigor.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar un coneixement adequat del món contemporani i la seva evolució històrica recent en les dimensions social, econòmica, política i cultural.

- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
- Diferenciar les principals teories de la disciplina, els seus camps, les elaboracions conceptuals, els marcs i els enfocaments teòrics que fonamenten el coneixement de la disciplina i els seus diferents àmbits i subàrees, i adquirir un coneixement sistemàtic de l'estructura dels mitjans de comunicació.
- Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea.
- Exposar adequadament els resultats del procés d'investigació de manera oral, escrita, audiovisual o digital, d'acord amb els cànons de la disciplina periodística.
- Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar coneixements de context a la investigació.
2. Aplicar el mètode científic adequadament en la investigació de mitjans.
3. Aplicar el pensament científic amb rigor.
4. Aplicar els mètodes de la recerca científica al disseny de projectes periodístics.
5. Aplicar les tècniques d'interpretació d'enquestes i de recerca qualitativa.
6. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
7. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
8. Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea.
9. Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
10. Identificar i descriure els processos informatius i comunicatius, així com els principals corrents i teories que els formalitzen i critiquen des d'un punt de vista conceptual, metodològic i de recerca.

Continguts

Tema 1

1

Introducció a la investigació de la comunicació i el periodisme

1. La formació investigadora dels comunicadors i el seu paper en les institucions i en les empreses. 2. El camí de la investigació, la seva importància, oportunitat i eficàcia. 3. Paradigmes i teories en ciències de la comunicació: les principals orientacions i àrees d'investigació en comunicació 4. La investigació en comunicació i les seves demandes socials. Periodisme de dades. Treball de fi de grau. 5. Centres d'investigació en comunicació. 6. Publicacions especialitzades i recursos en xarxa en la investigació de la comunicació. 7. La investigació en comunicació i periodisme en l'era digital. Exemples pràctics.

Tema 2

El procés d'investigació i les seves etapes. La seva aplicació a la investigació en comunicació.

1. Investigació quantitativa i qualitativa. Grau d'experimentalitat. El llenguatge científic: conceptes i termes. 2. Organització, planificació i procés del treball científic: etapes i fases del procés de investigació. 3. Delimitació de l'objecte i de l'àmbit disciplinari. 4. Elaboració de l'estratègia d'investigació. 5. El projecte d'investigació: estructura i continguts. 6. Elecció del tema. 7. Plantejament del problema i delimitació d'objectius. 8. Marc teòric i fons documentals. 9. Tipus d'investigació: descripció, explicació, exploració. 10. Formulació d'hipòtesis. 11. Metodologia. Disseny i estratègia de la investigació. 12. Delimitació i disseny de la mostra. 13. Pla de treball, periodització i pressupost. 14. La pràctica de la investigació. Comprovació i generalització de resultats.

Tema 3

Les tècniques d'investigació per a l'anàlisi de la comunicació. Tècniques quantitatives (I). Les bases de dades.

1. Les bases de dades estadístiques sobre comunicació i la investigació documental. 2. Les dades de consum de mitjans. 3. Els informes sobre l'estat de la comunicació. 4. L'anàlisi i estudi de les dades i la seva aplicació als contextos de la recerca en comunicació i periodisme. 5. Exemples pràctics. 6. Estudis de cas.

Tema 4

L'aplicació de les tècniques quantitatives a la investigació de la comunicació de masses.

1. Les tècniques quantitatives aplicades a la investigació de la comunicació. 2. L'experiment. 3. L'enquesta: disseny, planificació, execució. 4. Elaboració del programa d'anàlisi aplicat a l'enquesta. planificació, execució i anàlisi de resultats. Exemples pràctics. 5. L'anàlisi de contingut: definició i diferents tipus d'anàlisi de contingut quantitativa. Disseny, planificació, execució. 6. Elaboració del programa d'anàlisi aplicat a l'anàlisi de contingut. 7. Exemples pràctics

Tema 5

L'aplicació de les tècniques qualitatives a la investigació de la comunicació de masses.

Metodologia

La metodologia docent consistirà en activitats dirigides presencials, activitats supervisades i treball dirigit i autònom.

L'assignatura seguirà la següent metodologia docent:

6 ECTS: 150h

ACTIVITATS DIRIGIDES: 28%

Classes magistrals: 8 sessions * = 15h

Seminaris: 6 sessions ** = 15h

Laboratoris: 9 sessions*** = 22h

Total: 42h

TREBALL AUTÒNOM: 57%

Treball autònom 85,5h

ACTIVITATS SUPERVISADES: 10%

Tutories 15h

AVALUACIÓ: 5%

Activitats d'avaluació 7,5h

*Tres sessions de 3h, dues sessions de 1,5h i tres sessions de 1h

** Tres sessions de 3h i tres sessions de 2h.

*** Cinc sessions de 3h, dues sessions de 2h i 2 sessions de 1,5h

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals	15	0,6	
Laboratori	22	0,88	
Seminaris	15	0,6	
Tipus: Supervisades			
Tutories	18	0,72	
Tipus: Autònomes			
Treball autònom	42	1,68	

Avaluació

Treballs pràctics supervisats i dirigits: 80% nota (40% pràctiques i 40% treball de curs)

Activitats d'avaluació

Dues proves de contingut: 20% nota (10% cadascuna)

Títol

Per superar l'assignatura:

Projecte de recerca	40%	24	0,96	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
• Caldrà haver lliurat tots els treballs i haver realitzat les proves de contingut.				
• Haver obtingut un mínim de 4 a les dues proves de contingut i que el resultat de la mitjana de les dues proves sigui com a mínim 4,5.				
2 proves de contingut	20%	2	0,08	6, 10
• Haver obtingut un mínim de 5 en el treball de curs.				
4 Treballs pràctics	40%	12	0,48	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 10
• Haver presentat les 4 pràctiques en el dia indicat a la programació de l'assignatura.				

Els alumnes que no aprovin el bloc de les proves de contingut podran optar a una sessió de recuperació.

Bibliografia

La bibliografia és obligatòria i a la nota final es valorarà la participació a classe.

ADORNO, T. W. *Epistemología y ciencias sociales*. Madrid, Catedra (Valencia), Universitat de València, 2005. Els alumnes que no aprovin el bloc de les proves de contingut podran optar a una sessió de recuperació.

BERGANZA, M.R. y RUIZ J.A. (coordinadores) *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid. McGraw Hill. 2005. Les pràctiques sobre el projecte de recerca seran obligatòries i es valoraran en la nota final del treball entregat.

BERICAT, E. *La integración de los métodos cuantitativos y cualitativos en la investigación social. Significado y medida*. Barcelona, Ariel, 1998.

DOMÍNGUEZ, M. Y Montserrat, S. *Tècniques d'investigació social quantitatives*. Barcelona, Edicions Universitat de Barcelona, 2003

GALINDO CÁCERES, J. (coord.) *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México Addison Wesley Longman, 1998.

GARCIA FERRANDO, M., IBAÑEZ, J. i ALVIRA, F. (comps.) *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid, Alianza Editorial, 2001.

IGARTUA, Juan José *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona, Bosch, 2006.

JENSEN, K.B. i JANKOSWSKI, K.B. (eds.) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación*. Barcelona, Bosch Casa Editorial, 1993.

RUIZ OLABUENAGA, J.I. *Cómo elaborar un proyecto de investigación*. Bilbao, Ediciones Universidad Deusto, 1998.

SEBEOK, Th. A. *Sherlock Holmes y Charles S. Peirce : el método de la investigación*. Barcelona, Paia, 1994, 2ª ed.

SORIANO, Jaume *L'ofici de comunicòleg. Mètodes per investigar la comunicació*. Barcelona, Eumo Edicions, 2007.

TAYLOR, S.J. i BOGDAN, R. *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda del significado*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1992.

VILCHES, Lorenzo (coord.) *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona, Gedisa, 2011

WIMMER, R.D. i DOMINICK, J.R. *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona, Bosch Casa Editorial, S.A., 1996, 1a. ed.

Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación. México, International Thomson cop. 2006.
6ªed.

Enllaços Web

<http://www.abc.org.uk>

<http://www.auditel.it>

<http://www.beta.undp.org/undp/es/home.html>

<http://www.dircom.org>

<http://www.gfk.com>

www.guionactualidad.uab.cat

<http://www.idescat.cat>

<http://www.ine.es>

<http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics>

<http://www.mediametrie.fr>

<http://www.mcu.es/cine/MC/CDC/index.html>

<http://www.ofcom.org.uk>

<http://www.ojd.es>

<http://www.ojd.com/observatoire>

<http://omec.uab.cat>

<http://www.wan-iffra.org/es>

<http://www.statistics.gov.uk>

<http://www.uis.unesco.org>

<http://www.unesco.org>

<http://www.vincos.it/world-map-of-social-networks>

<http://oitve.wordpress.com>

<http://web.worldbank.org>