

Mètodes de Recerca en Comunicació

2014/2015

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)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: Sí

Equip docent

Teresa Velázquez García-Talavera

Ricardo Carniel Bugs

Cristina Pujol Ozonas

Pedro Manuel Molina Rodriguez-Navas

Laia Montoliu Gaya

Lidia Peralta Garcia

Janneth Trejo Quintana

María Francisca Forga Martel

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. Es 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

- Exposar adequadament els resultats del procés d'investigació de manera oral, escrita, audiovisual o digital, d'acord amb els cànons de la disciplina periodística.
- 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 professional mitjançant casos concrets.
- Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea.
- 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. Les diferents formes d'aproximació al coneixement científic (anàlisi, síntesi, inducció, deducció, analogia, etc.) 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 demandes socials de la mateixa. 5. El llenguatge científic: conceptes i termes. 6. Les tècniques de lectura. 7. Centres d'investigació en comunicació. 8. Publicacions especialitzades i recursos en xarxa en la investigació de la comunicació. 9. La investigació en comunicació i periodisme en l'era digital.

Tema 2

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

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

Tema 3

Les tècniques d'investigació per a l'anàlisi de la comunicació. Las bases de dades.

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. Anàlisi sobre la producció de ficció a televisió: Estratègies de programació, l'anàlisi comparat i històric d'audiències i els perfils socials de les audiències. 6. Estudis de cas.

Tema 4

L'aplicació de les tècniques d'interrogació quantitatives i qualitatives a la investigació de la comunicació de masses.

1. Les tècniques quantitatives aplicades a la investigació de la comunicació. 2. Procediments per a l'anàlisi de les dades. 3. Els diferents factors dels que depèn l'anàlisi de les dades. 4. Diferents tipus d'anàlisi de dades. 5. L'enquesta: disseny, planificació, execució. 6. Elaboració del programa d'anàlisi aplicat a l'enquesta. 7. L'execució del programa d'anàlisi. 8. Obtenció dels resultats. 9. L'entrevista en profunditat, els grups de discussió, les històries de vida: definició, disseny dels instruments per a l'obtenció de informació, planificació, execució i anàlisi de resultats. 10. L'observació participant: definició, disseny dels instruments per a l'obtenció de informació, planificació, execució i anàlisi de resultats. 11. La investigació longitudinal i les seves modalitats definició, disseny dels instruments per a l'obtenció de informació, planificació, execució i anàlisi de resultats.

Tema 5

L'aplicació de les tècniques d'investigació quantitatives i qualitatives per als continguts dels mitjans de comunicació.

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	15	0,6
Tipus: Autònomes		
Treball autònom	42	1,68

Avaluació

E-A Dirigit:

Treballs pràctics supervisats i dirigits: 70% nota (20% pràctiques i 50% treball de curs)

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

Participació a classe i a tutories: 10% nota.

Per superar l'assignatura:

caldrà haver lliurat tots els treballs i haver realitzat les proves de continguts

haver aprovat cadascú dels blocs (proves, pràctiques i treball de curs) que componen la nota final

haver aprovat 3 de les 4 pràctiques avaluables

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

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
2 proves de contingut	20%	2	0,08	6, 10
4 Treballs pràctics	20%	12	0,48	1, 2, 3, 5, 7, 10
Projecte de recerca	50%	24	0,96	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
Seminari de presentació i defensa del treball de curs	10%	3	0,12	1, 4, 7

Bibliografia

ADORNO, Th. W. Epistemología y ciencias sociales. Madrid, Cátedra (Valencia), Universitat de València, 2005.

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.

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, Edició 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.
- SEBEEK, Th. A. Sherlock Holmes y Charles S. Peirce : el método de la investigación. Barcelona, Paiaia, 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, 6ª ed.

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-ifra.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>