

Epistemología y Metodología de la Investigación en Comunicación

2015/2016

Código: 42443

Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4313227 Medios, Comunicación y Cultura	OB	0	1

Contacto

Nombre: Jaume Soriano Clemente

Correo electrónico: Jaume.Soriano@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)

Prerequisitos

No presenta prerequisites de conocimientos de otros módulos del Máster Universitario en Medios, Comunicación y Cultura.

Objetivos y contextualización

Conocimiento y aplicación de los métodos y técnicas de investigación en comunicación desde una posición de apertura epistemológica para la investigación de los fenómenos de la comunicación.

Competencias

- Dirigir y trabajar en equipos de carácter interdisciplinar.
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base y oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
- Saber aplicar técnicas avanzadas de investigación cuantitativa y cualitativa a los procesos de producción y recepción de la comunicación
- Ser capaz de planificar y dirigir proyectos de investigación básica y aplicada en comunicación mediática y cultura.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar los procedimientos de recogida y de análisis de datos.
2. Construir instrumentos para la recogida y el análisis de datos.
3. Construir muestras de investigación.
4. Dirigir y trabajar en equipos de carácter interdisciplinar.
5. Distinguir estrategias posibles de investigación.
6. Formular enunciados hipotéticos, preguntas de investigación y objetivos
7. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base y oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
8. Programar la ejecución de proyectos de investigación.
9. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
10. Realizar trabajos de campo en los que se apliquen técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas.
11. Valorar la idoneidad en la aplicación de técnicas de investigación en comunicación.

Contenido

1. Metodologías para la investigación de los medios, la comunicación y la cultura

1.1. Epistemología. El conocimiento de los fenómenos de la comunicación moderna

1.2. Estructura de la investigación en comunicación. Tipos y ámbitos de aplicación

1.3. Diseños de investigaciones

1.3.1. Orientados a la verificación

1.3.2. Orientados al descubrimiento

1.3.3. Orientados estratégicamente

1.4. El proceso de investigación. Ingredientes básicos

1.4.1. Delimitación del objeto de estudio

1.4.2. Muestreo

1.4.3. Recogida de datos

1.5. Análisis e interpretación de resultados

1.5.1. El investigador como intérprete. Hermenéutica crítica

1.5.2. Instrumentos de análisis cuantitativos y cualitativos de datos

2. Los procedimientos de investigación básicos. Análisis de casos sobre: encuestas, entrevistas, grupos de discusión, experimentos/cuasiexperimentos, etnografía/observación participante, análisis de contenidos y análisis textuales.

Metodología

1. Clases magistrales
2. Estudio de casos
3. Lecturas
4. Tutorías
5. Realización de trabajos

En cada sesión presencial se combinará el aprendizaje de aspectos teóricos del programa con el aprendizaje mediante su aplicación práctica. En todos los casos se potenciarán los procesos de reflexividad sobre como conocemos, propios de toda actividad que pretenda profundizar en los mecanismos de producción del saber.

En cuanto a los aspectos teóricos, se trabajarán a partir de la programación de lecturas que serán discutidas en clase. Cada alumno realizará un trabajo sobre aspectos técnico-metodológicos relacionado con sus intereses de investigación.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases magistrales	25	1	5, 11

Estudio de casos	5	0,2	6
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	15	0,6	8
Tipo: Autónomas			
Lecturas, realización de trabajos	105	4,2	5, 11

Evaluación

Se considerará No Presentado una asistencia inferior al 75% del total de clases del módulo.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Participación en las clases y los debates	20%	0	0	7, 9
Planificación y realización de un trabajo de curso	50%	0	0	1, 2, 3, 10, 8, 4
Pruebas de seguimiento de contenidos	30%	0	0	5, 6, 11

Bibliografía

Deacon, David, et alt.

1999 Researching Communications London, Arnold.

Gauntlett, David

2007 Creative Explorations. New approaches to identities and audiences New York, Routledge.

Igartua, Juan José

2006 Métodos cuantitativos de investigación en comunicación Barcelona, Bosch.

Íñiguez, Lupicinio (ed.)

2006 Análisis del discurso. Manual para las ciencias sociales Barcelona, Editorial UOC.

Soriano, Jaume

2007 L'ofici de comunicòleg Vic, Eumo Editorial.

Wright Mills, Charles

[1959] 2009 La imaginación sociológica México D.F., Fondo de Cultura Económica.

VV.AA.

[1969] 1973 La disputa del positivismo en la sociología alemana Barcelona, Grijalbo.