

Métodos de Investigación en Comunicación

Código: 103847
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501928 Comunicación Audiovisual	OB	3	1

Contacto

Nombre: Amparo Huertas Bailén
Correo electrónico: Amparo.Huertas@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)
Algún grupo íntegramente en inglés: No
Algún grupo íntegramente en catalán: No
Algún grupo íntegramente en español: Sí

Prerequisitos

Ninguna indicación

Objetivos y contextualización

El objetivo de Métodos de Investigación en Comunicación es que el alumnado obtenga el conocimiento y las competencias suficientes para poder desarrollar (evaluar) un estudio con rigor científico. Esta es una asignatura obligatoria.

El objetivo final de la asignatura es contribuir a que el alumnado pueda:

- (a) afrontar (y evaluar) una investigación científica en el ámbito de la comunicación (saber actuar).
- (b) desarrollar capacidad crítica y autocrítica ante la práctica comunicativa (saber ser).

Competencias

- Aplicar el pensamiento científico con rigor.
- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
- Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
- Demostrar conciencia ética así como empatía con el entorno.
- Demostrar conocimiento y habilidades para desarrollar un trabajo práctico o teórico con base científica.
- Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
- Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
- Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
- Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
- Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación y en la actividad profesional.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar el pensamiento científico con rigor.
2. Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
3. Conocer y aplicar el método científico en la investigación en comunicación audiovisual.
4. Construir un discurso teórico relativo a una cuestión de investigación.
5. Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
6. Demostrar conciencia ética así como empatía con el entorno.
7. Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
8. Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
9. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
10. Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
11. Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación y en la actividad profesional.
12. Gestionar el tiempo de forma adecuada.
13. Plantear preguntas científicas y establecer hipótesis relativas a la investigación en comunicación.

Contenido

Introducción: Actividad científica y comunicación

- Características generales del método científico (investigación básica y aplicada)
- Ámbitos de estudio en el área de la comunicación: práctica profesional (producción), legislación, productos audiovisuales (análisis audiovisual y de contenidos) y públicos (audiencia y recepción)
- Tipologías y líneas de investigación generales dominantes: investigación social y análisis de contenido.
- Sectores con actividad científica: académico, institucional y comercial

Etapas del proceso científico

- Definición del objeto de estudio (¿Qué queremos saber? Contextualización cultural, social, histórica y/o económica)
- Desarrollo del marco teórico (¿Qué se sabe sobre eso?)
- Diseño metodológico (¿Cómo lo podemos saber?)
- Análisis descriptivo e interpretativo (¿Qué hemos descubierto?)

Conceptos básicos sobre el método científico

- Construcción del marco teórico, modelos de comunicación (teorías) y epistemología (conceptos)
- Hipótesis / Preguntas
- Variables (Tipología)
- Universo / Muestra-Corpus

Investigación social (usos, consumo, interpretación, percepción, opiniones,...)

- Métodos cualitativos: observación etnográfica y etnografía digital, focus group, entrevista en profundidad, historia de vida
- Métodos cuantitativos: encuesta-sondeo (estadística), cuestionario, investigación experimental
- Triangulación: fusión cuantitativos y cualitativos

Análisis de contenido (discurso, representaciones, estereotipos,...)

- Métodos cualitativos: retórica, narrativa y semiótica. Estudio de caso
- Métodos cuantitativos: Big Data
- Triangulación: fusión cuantitativos y cualitativos

La investigación sobre comunicación en Catalunya y España

- Líneas de investigación y tendencias en el contexto internacional
- Fuentes de información disponibles: revistas científicas y otros soportes de difusión

Metodología

El desarrollo de la asignatura implica la realización de diferentes tipos de actividades formativas:

Actividades dirigidas

- Clases magistrales: explicación general del contenido que incluye la asignatura.
- Seminarios. Su objetivo es profundizar -con trabajos individuales/en grupo y actividades específicas- sobre aspectos básicos a partir del análisis y la reflexión
- Prácticas en laboratorio. El principal objetivo es que el alumnado compruebe cómo se desarrolla una investigación a partir del diseño de un proyecto propio.

Actividades supervisadas

- Tutorías presenciales individuales o en grupo. Su finalidad es resolver problemas de aprendizaje.

Activitats autònomas

- El alumnado tendrá que hacer las lecturas indicadas como obligatorias y todas la actividades planificadas para un correcto desarrollo de los seminarios y de las prácticas de laboratorio.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases magistrales con soporte TIC	15	0,6	4, 9
Prácticas de laboratorio	22,5	0,9	1, 2, 4, 8, 7, 11, 12
Seminarios de discusión y debate de casos (producciones audiovisuales) y artículos científicos	15	0,6	4, 8, 9, 10, 11, 13
Tipo: Supervisadas			
Tutorías (actividad presencial individual o en grupo orientada a resolver problemas de aprendizaje)	7,5	0,3	5, 6, 8, 7
Tipo: Autónomas			
Estudio: Lectura y síntesis de documentos científicos	37,5	1,5	2, 4, 5, 9, 11
Preparación prácticas laboratorio	15	0,6	1, 2, 8, 12
Realización de trabajos encargados para el desarrollo de los seminarios	30	1,2	1, 4, 3, 5, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13

Evaluación

Las competencias de esta asignatura se evaluarán por medio de diferentes procedimientos:

- Examen escrito (30 %). Individual - Recuperable
- Entrega de trabajos (20 %). Trabajo individual - Recuperable

- Entrega de ejercicios en sesiones teóricas (10 %). Trabajo en grupo e individual
- Pruebas prácticas de laboratorio (40 %). En grupo (propuesta de investigación)

La nota final será la suma de todas las puntuaciones obtenidas.

Las últimas dos semanas se dedicarán a actividades de recuperación, a las que se podrá acoger el alumnado que haya estado evaluado en un mínimo de 2/3 partes del total de las actividades evaluables y que haya obtenido una calificación mínima entre 3,5 y 4,9. Después de hacer una tutoría individual obligatoria y teniendo en cuenta la calificación obtenida, se decidirá el material a recuperar (examen y/o seminarios). Esta actividad permitirá obtener una nota máxima de 5, pero nunca bajar la nota.

El alumnado que haya obtenido una nota final global superior a 8 podrá optar a subir nota a partir de la realización de una prueba oral. Esta actividad puede comportar, si es el caso, una bajada de la nota final.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Entregas en sesiones teóricas	10%	1	0,04	1, 2, 4, 3, 5, 6, 8, 7, 9, 12, 13
Entregas y participación en seminarios	20%	2	0,08	1, 3, 6, 8, 7, 9, 11, 13
Examen escrito	30%	2	0,08	1, 4, 5, 7, 9, 12
Pruebas prácticas laboratorio	40%	2,5	0,1	1, 2, 5, 6, 8, 7, 9, 10, 11, 12, 13

Bibliografía

Básica

- Casas, Jordi; Nin, Jordi; Julbe, Francesc (2019). *Big Data. Análisis de datos en entornos masivos*. Barcelona: UOC
- Igartua, Juan José (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch
- Jensen, Klaus B. i Jankowski, Nicholas V. (1993). *Métodos cualitativos de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch
- Medina, Alfons i Busquet, Jordi (2019). *La recerca en comunicació*. Barcelona: UOC.
- Soriano, Jaume (2007). *L'ofici de comunicòleg: mètodes per investigar la comunicació*. Barcelona: Eumo
- Tardivo, Giuliano (2016). *Aproximación a la sociología contemporánea*. Barcelona: UOC

Complementaria

- Berger, Peter L. (2004). *Invitación a la sociología. Una perspectiva humanística*. Barcelona: Herder
- Cuesta, Ubaldo (2000). *Psicología social de la comunicación*. Madrid: Catedra
- Eguizabal, Raúl (2015). *Metodologías I*. Madrid: Fragua
- Eguizabal, Raúl (2016). *Metodologías II*. Madrid: Fragua
- Kellner, Douglas (2011). *Cultura mediática. Estudios culturales, identidad y política entre lo moderno y lo posmoderno*. Madrid: AKAL /Estudios Visuales

Links de interés

Observatori de la Comunicació a Catalunya (OCC InCom-UAB): observatoricomunicacio.cat