

**Métodos y Fuentes de Investigación en
Comunicación**

Código: 105014
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501928 Comunicación Audiovisual	OB	1	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: No

Prerequisitos

Ningún prerequisite

Objetivos y contextualización

El objetivo de Métodos y Fuentes de Investigación en Comunicación es que el alumnado obtenga el conocimiento y competencias necesarias 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:

- Afrontar (y evaluar) una investigación científica en el ámbito de la comunicación (saber actuar)
- 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. Implementar las distintas metodologías de investigación de los fenómenos comunicativos.
14. 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 contenido) y públicos (audiencias y recepción).
- Tipología y principales líneas de investigación: investigación social y análisis de contenido.
- Principales fuentes de investigación: académicas, institucionales y empresariales.

Etapas del proceso científico

- Definición del objeto de estudio y contexto (¿Qué queremos saber?)
- Desarrollo del marco teórico (¿Qué se sabe sobre eso?)
- Diseño metodológico (¿Cómo lo podemos saber?)
- Análisis descriptivo e interpretativo (¿Qué sabemos después de haber realizado el trabajo de campo?)

Conceptos básicos sobre el método científico

- Construcción del marco teórico: modelos de comunicación (teorías) i epistemología (conceptos)
- Hipótesis / Preguntas
- Influencia de las variables (Tipología)
- Universo / Muestra-Corpus

Investigación Social (usos, consumo, interpretación, percepción, opinión pública,...)

- Métodos cualitativos: observación etnográfica y etnografía digital, focus group, entrevistas
- Métodos cuantitativos: sondeo y cuestionarios.
- Triangulación: fusión cualitativos y cuantitativos.

Análisis de contingut (discursos, representaciones, estereotipos,...)

- Métodos cualitativos: lenguajes y narrativas. El estudio de caso.
- Métodos cuantitativos: Big Data.
- Triangulación: fusión cualitativos y cuantitativos.

La investigación sobre comunicación en Catalunya y España

- Líneas de investigación y tendencias en el contexto internacional
- Centros de investigación

Metodología

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

Actividades dirigidas:

- Clases magistrales: explicación general del temario.
- Seminarios: El objetivo es profundizar sobre aspectos básicos a partir del análisis y la reflexión
- Prácticas de laboratorio: El objetivo es que el alumnado compruebe cómo se desarrolla una investigación a partir del desarrollo de un proyecto propio.

Actividades supervisadas:

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

Actividades autónomas:

- El alumnado tendrá que hacer las lecturas indicadas como obligatorias y todas las 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	15	0,6	4, 3, 7, 9, 10
Prácticas de Laboratorio	15	0,6	1, 2, 4, 3, 5, 6, 8, 7, 9, 11, 12, 13, 14
Seminarios de discusión y debate	18	0,72	1, 2, 4, 5, 6, 8, 7, 9
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	7	0,28	
Tipo: Autónomas			
Lectura y resúmenes de documentos científicos	30	1,2	1, 2, 4, 5, 6, 7, 9, 10
Preparación de prácticas de laboratorio	15	0,6	1, 2, 4, 3, 5, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14
Trabajo para el desarrollo de los seminarios	22	0,88	1, 2, 4, 5, 6, 8, 7, 9, 10, 12

Evaluación

Las competencias de esta asignatura se evaluarán mediante diferentes procedimientos:

- Examen escrito (30%). Individual - Recuperable.
- Entrega trabajos en seminarios (20%). Individual - Recuperable
- Ejercicios en clases teóricas (10%).
- 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 del curso se dedicarán a actividades de recuperación, a las que se podrá acoger el alumnado que haya realizado un mínimo de 2/3 partes del total de actividades evaluables y que haya obtenido una calificación total mínima entre 3,5 y 4,9. Después de hacer una tutoría individual presencial obligatoria y según la calificación obtenida, se decidirá el material a recuperar (examen/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 la nota a partir de la realización de una prueba oral. Esta actividad puede comportar una bajada de la nota final.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Ejercicios en clases teóricas	10%	1	0,04	1, 10
Entrega de trabajos en seminarios	20%	20	0,8	1, 2, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 13
Examen escrito	30%	4	0,16	1, 2, 5, 6, 7, 11
Pruebas prácticas de laboratorio	40%	3	0,12	1, 2, 4, 3, 6, 7, 9, 11, 12, 13, 14

Bibliografía

- 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

Bibliografía 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

Más información:

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