

Métodos de Investigación en Comunicación

Código: 103858
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501933 Periodismo	OB	3	2

Contacto

Nombre: Nuria Simelio Sola

Correo electrónico: nuria.simelio.sola@uab.cat

Idiomas de los grupos

Puede consultarlo a través de este [enlace](#). Para consultar el idioma necesitará introducir el CÓDIGO de la asignatura. Tenga en cuenta que la información es provisional hasta el 30 de noviembre del 2023.

Equipo docente

Luiz Peres Garzezi

Laura Cervi

Anna Tous Rovirosa

Prerrequisitos

No hay requisitos previos, pero se parte de la base que se ha realizado la asignatura de Teorías de la Comunicación como paso previo para poder cursar la asignatura de Métodos de Investigación en Comunicación..

Objetivos y contextualización

Los objetivos formativos de la asignatura son:

- Explicar las diferentes formas de aproximación al conocimiento científico y los métodos y técnicas cuantitativos y cualitativos aplicados al análisis de la comunicación y el periodismo.
- Exponer y explicar las estrategias más adecuadas para la planificación y diseño de la investigación en comunicación y periodismo.

Competencias

- Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.
- Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.
- Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.
- Aplicar el método científico de forma adecuada, planteando hipótesis relativas a la comunicación periodística, validando y verificando las ideas y conceptos, y reseñando correctamente las fuentes.
- Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
- Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
- Demostrar un conocimiento adecuado del mundo contemporáneo y su evolución histórica reciente en las dimensiones social, económica, política, y cultural.
- Diferenciar las principales teorías de la disciplina, sus campos, las elaboraciones conceptuales, los marcos y enfoques teóricos que fundamentan el conocimiento de la materia y sus diferentes ámbitos y subáreas, y adquirir un conocimiento sistemático de la estructura de los medios de comunicación.
- Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
- Exponer de forma adecuada los resultados del proceso de investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital, conforme a los cánones de la disciplina periodística.
- Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

Resultados de aprendizaje

1. Analizar críticamente los principios, valores y procedimientos que rigen el ejercicio de la profesión.
2. Analizar las desigualdades por razón de sexo/género y los sesgos de género en el ámbito de conocimiento propio.
3. Analizar los indicadores de sostenibilidad de las actividades académico-profesionales del ámbito integrando las dimensiones social, económica y medioambiental.
4. Analizar una situación e identificar sus puntos de mejora.
5. Aplicar conocimientos de contexto a la investigación.
6. Aplicar el método científico de forma adecuada en la investigación de medios.
7. Aplicar las técnicas de interpretación de encuestas y de investigación cualitativa.
8. Aplicar los métodos de la investigación científica al diseño de proyectos periodísticos.
9. Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.
10. Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
11. Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
12. Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
13. Explicar el código deontológico, explícito o implícito, del ámbito de conocimiento propio.
14. Identificar las implicaciones sociales, económicas y medioambientales de las actividades académico-profesionales del ámbito de conocimiento propio.
15. Identificar situaciones que necesitan un cambio o mejora.
16. Identificar y describir los procesos informativos y comunicativos, así como las principales corrientes y teorías que los formalizan y critican desde un punto de vista conceptual, metodológico y de investigación.
17. Ponderar los riesgos y las oportunidades de las propuestas de mejora tanto propias como ajenas.
18. Proponer nuevas maneras de medir el éxito o el fracaso de la implementación de propuestas o ideas innovadoras.
19. Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.
20. Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.

21. Proponer proyectos y acciones viables que potencien los beneficios sociales, económicos y medioambientales.
22. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
23. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
24. Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
25. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
26. Valorar cómo los estereotipos y los roles de género inciden en el ejercicio profesional.
27. Valorar el impacto de las dificultades, los prejuicios y las discriminaciones que pueden incluir las acciones o proyectos, a corto o largo plazo, en relación con determinadas personas o colectivos.

Contenido

Tema 1 Introducción a la investigación de la comunicación y el periodismo 1.La formación investigadora de los comunicadores y su papel en las instituciones y en las empresas. 2. El camino de la investigación, su importancia, oportunidad y eficacia. 3. Paradigmas y teorías en ciencias de la comunicación: las principales orientaciones y áreas de investigación en comunicación 4. La investigación en comunicación y las demandas sociales de la misma. 5 Centros de investigación en comunicación. 6. Publicaciones especializadas y recursos en red en la investigación de la comunicación. 7. La investigación en comunicación y periodismo en la era digital.

Tema 2 El proceso de investigación y sus etapas. Su aplicación a la investigación en comunicación. 1. Investigación cuantitativa y cualitativa. 2. Organización, planificación y proceso del trabajo científico: etapas y fases del proceso de investigación. 3. Delimitación del objeto y del ámbito disciplinario. 4. Elaboración de la estrategia de investigación. 5. El proyecto de investigación: estructura y contenidos.

Tema 3 Las técnicas de investigación para el análisis de la comunicación. Técnicas cuantitativas I. Las bases de datos y los programas informáticos para la investigación por Internet.

Tema 4 La aplicación de las técnicas cuantitativas a la investigación en comunicación. II 1. El experimento. 2. El análisis de contenido. 3. La encuesta

Tema 5 La aplicación de las técnicas cualitativas en la investigación en comunicación.1. La entrevista en profundidad y las historias de vida. 2. Las técnicas de grupo: grupos de discusión, grupos focales, método Delphi. 3. La observación participante y no participante.

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura.

Metodología

La metodología docente consistirá en actividades dirigidas presenciales, actividades supervisadas y trabajo dirigido y autónomo.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases magistrales	15	0,6	5, 6, 8, 7, 12, 16
Evaluación	10	0,4	1, 3, 2, 4, 5, 6, 8, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 16, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27
Prácticas de laboratorio	22	0,88	5, 6, 8, 7
Seminarios	15	0,6	6, 7, 16
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	14	0,56	
Tipo: Autónomas			
Trabajo autónomo	42	1,68	5, 6, 8, 7, 12, 16

Evaluación

La asignatura consta de las siguientes actividades de evaluación:

Actividad A: prácticas de curso, 30 % sobre la calificación final. Tres prácticas de laboratorio (2 en grupo y 1 individual).

Actividad B: trabajo de investigación, 30 % sobre la calificación final (en grupo).

Actividad C: 1 examen, 20 % sobre la calificación final

Actividad D: 1 examen 20% sobre la calificación final.

Para poder aprobar la asignatura, es necesario sacar una nota media mínima de 5 en las actividades C y D. Para calcular la media es necesario un mínimo de 4 en cada examen.

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura.

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades, el peso de las cuales sea de un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura. El trabajo de investigación queda excluido de la recuperación final.

En caso de segunda matrícula, el alumnado podrá realizar una única prueba de síntesis que consistirá en un examen de los contenidos teóricos y prácticos. La calificación de la asignatura corresponderá a la calificación de la prueba síntesis.

En el caso que el estudiante realice cualquier irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación, con independencia del proceso disciplinario que pudiera instruirse. En caso de que se produzcan varias irregularidades, en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0.

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
1 examen	20%	1	0,04	5, 10, 11, 16, 22, 25
1 prueba de contenido	20%	1	0,04	5, 10, 11, 16, 22, 25
3 Trabajos prácticos	30 %	20	0,8	1, 3, 2, 4, 5, 6, 8, 7, 9, 10, 11, 12, 16, 14, 15, 17, 18, 22, 23, 24, 25, 26, 27
Trabajo de investigación	30%	10	0,4	1, 3, 2, 4, 5, 6, 8, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 16, 14, 15, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27

Bibliografía

BERGER, Arthur Asa (2016) *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. Thousand Oaks. Sage.

BORGATTI, Stephen. P., EVERETT, Martin G.; JOHNSON, Jeffrey C. (2013). *Analyzing Social Networks*. London: Sage.

CORBETTA, Piergiorgio (2007) *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid: Mc Graw Hill.

DOMÍNGUEZ, Marius y SOLSONA, Montserrat. (2003) *Tècniques d'investigació social quantitatives*. Barcelona, Edicions Universitat de Barcelona.

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

JENSEN, Klaus (ed.) (2016). *La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa*. México: Fondo de Cultura Económica.

LIS, Irene y PATRICIA, Mariana. (2018) Investigaciones en comunicación en tiempos de big data: sobre metodologías y temporalidades en el abordaje de redes sociales. *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 15, 25-43

MEDINA, Alfons i BUSQUET, Jordi (2019). *La recerca en comunicació*. Barcelona: UOC

SIMELIO, Núria; GINESTA, Xavier; SAN EUGENIO, Jordi y CORCOY, Marta (2019) Journalism, transparency and citizen participation: a methodological tool to evaluate information published on municipal websites. *Information, Communication & Society*. 22 (3), 369-385

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

Software

Programario de edición de textos: Word o similar.

Programario de análisis de datos: PSPP i Excel o similar.

Programario de análisis de redes sociales: Netlytic, NodeXL o similar.