



Universitat de Lleida

GUÍA DOCENTE
**MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN
EN COMUNICACIÓN**

Coordinación: GOMEZ MORALES, BEATRIZ MARIA

Año académico 2022-23

Información general de la asignatura

Denominación	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN			
Código	101973			
Semestre de impartición	2o Q(SEMESTRE) EVALUACIÓN CONTINUADA			
Carácter	Grado/Máster	Curso	Carácter	Modalidad
	Grado en Comunicación y Periodismo Audiovisuales	3	OBLIGATORIA	Presencial
Número de créditos de la asignatura (ECTS)	6			
Tipo de actividad, créditos y grupos	Tipo de actividad	PRAULA	TEORIA	
	Número de créditos	3	3	
	Número de grupos	1	1	
Coordinación	GOMEZ MORALES, BEATRIZ MARIA			
Departamento/s	FILOLOGIA CATALANA Y COMUNICACIÓN			
Distribución carga docente entre la clase presencial y el trabajo autónomo del estudiante	Horas presenciales (HP): 60 Horas de trabajo autónomo (HTA): 90 Total: 150 horas			
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte este enlace para obtener más información.			
Idioma/es de impartición	Catalán			
Distribución de créditos	1 crédito equivale a 25 horas de trabajo del estudiante. Total: 150 horas (6 créditos).			

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica\nprofesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
GOMEZ MORALES, BEATRIZ MARIA	beatriz.gomez@udl.cat	6	Jueves y viernes (confirmar hora por correo electrónico) Despacho 2.31

Objetivos académicos de la asignatura

- a. Aplicar los principios teóricos al análisis de los procesos en el ámbito de la comunicación social.
- b. Exponer y explicar las estrategias más adecuadas para la planificación y diseño de la investigación en comunicación y periodismo.
- c. Conocer y aplicar el método científico adecuadamente en la investigación en comunicación y periodismo audiovisuales.
- d. Adquirir conceptualmente las diferentes formas de aproximación al conocimiento científico y los métodos, técnicas y recursos cuantitativos y cualitativos aplicados al análisis de la comunicación y el periodismo.
- e. Saber implementar estos métodos, técnicas y recursos para la investigación de fenómenos y productos comunicativos.
- f. Desarrollar el espíritu crítico y autocrítico ante la práctica comunicativa.
- g. Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
- h. Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
- i. Exponer adecuadamente los resultados del proceso de investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital, de acuerdo con los cánones de la disciplina periodística.

Competencias

Básicas

CB2. Aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer 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.

CB4. Poder transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

Generales

CG2. Desarrollar la capacidad de organización y planificación.

CG3. Aplicar los conocimientos teóricos en la actividad práctica.

CG5. Desarrollar la capacidad de gestión de la información.

Específicas

CE4. Describir las principales teorías en el ámbito de los medios de comunicación social y sus elaboraciones conceptuales.

CE8. Aplicar el método científico de forma adecuada a la investigación en el ámbito de la comunicación, así como exponer los resultados del proceso de investigación.

Transversales

CT5. Adquirir nociones esenciales del pensamiento científico.

CT6. Aplicar la perspectiva de género a las actividades propias del ámbito profesional.

Contenidos fundamentales de la asignatura

Bloque 1. Introducción a la investigación en comunicación y periodismo (temas 1 y 2). La posibilidad de quien investiga de conocer la realidad social y las particularidades de la investigación de los fenómenos sociales. El método científico y su aplicación en la investigación en comunicación. Áreas y ámbitos de estudio de investigación en comunicación y sectores de actividad científica. Investigación cuantitativa y cualitativa. La triangulación metodológica.

Bloque 2. Las etapas del proceso de investigación y la estructura clásica de una investigación (tema 3). Etapas y fases del proceso de investigación: organización, planificación y proceso del trabajo científico. Delimitación del objeto y del ámbito disciplinario. Elaboración de la estrategia de investigación. El proyecto de investigación: estructura y contenidos.

Bloque 3. Métodos y técnicas de investigación cuantitativa (temas 4, 5, 6 y 7). La encuesta. El análisis de contenido. La investigación experimental. Las bases de datos y la estadística.

Bloque 4. Métodos y técnicas de investigación cualitativa (temas 8, 9 y 10). La entrevista. Los grupos de discusión y los *focus group*. La observación directa sistemática (no participante) y la observación participante.

Ejes metodológicos de la asignatura

Clases magistrales. Exposición de los contenidos de la asignatura de forma oral por parte de la profesora.

Coloquios. Actividades de intercambio de opiniones entre el alumnado bajo la dirección de la profesora.

Conferencias. Exposición pública sobre un tema llevada a cabo por una persona experta.

Seminario. Sesiones de trabajo de un grupo más bien reducido que investiga un tema mediante el diálogo y la discusión, bajo la dirección de la profesora o un experto, para profundizar sobre temas monográficos, a partir de la información proporcionada previamente por la profesora.

Trabajo en grupo. Actividad de aprendizaje que se tiene que hacer mediante la colaboración entre los miembros de un grupo.

Trabajo escrito. Actividad consistente en la presentación de un documento escrito.

Aprendizaje basado en problemas.

Estudio de casos. Método utilizado para estudiar un individuo, una institución, un problema, etc. de manera contextual y detallada.

Prácticas. Permiten aplicar y configurar, a nivel práctico, la teoría de un ámbito de conocimiento en un contexto concreto.

Actividades formativas		Horas destinadas a la actividad formativa
Actividades dirigidas	Clase magistral presencial	37,5
	Eventos científicos y/o divulgativos	6,5

	Seminarios, debates, presentaciones/exposiciones	6,5
Actividades supervisadas	Trabajos (seguimiento)	2,5
	Debates y foros de discusión guiados	2,5
	Atención personalizada (tutorías)	2,5
Actividades autónomas	Trabajos y estudio	90
Actividades evaluativas	Actividades evaluativas	2
TOTAL		150

Plan de desarrollo de la asignatura

Programa	Cronograma 15 semanas: 30 sesiones
Bloque I Tema 1. Introducción a la investigación en comunicación y periodismo. Tema 2. Las etapas del proceso de investigación y la estructura clásica de una investigación.	6 sesiones
Bloque II Tema 3. Métodos y técnicas de investigación cuantitativa. Tema 4. Métodos y técnicas de investigación cualitativa.	22 sesiones
Bloque III Tema 5. Presentación de los resultados de la investigación.	2 sesiones

Sistema de evaluación

La asignatura consta de las siguientes actividades de evaluación:

A. Trabajos y/o prácticas: 50%. Los trabajos y prácticas de evaluación se realizarán durante las sesiones de clase. **Para más detalles sobre las actividades, sus condiciones y su fecha de entrega, revisar la carpeta "Evaluación", incluida en el apartado "Recursos" del Campus Virtual.** Ninguna de las actividades, prácticas y/o trabajos de este apartado de evaluación tiene un valor individual superior al 30%. **Por tanto, no son susceptibles de recuperación.**

B. Prueba escrita: 40%. Este apartado incluye dos pruebas de seguimiento del temario, Parcial I y Parcial II, con un valor de un 20% cada una. Las fechas de ambas pruebas parciales se adaptarán al calendario de exámenes de la Facultad de Letras. **Ambas pruebas PARCIALES son recuperables.**

C. Asistencia: 10%. Incluye la asistencia a clases magistrales, intervenciones y actividades en clase. **Las actividades realizadas en clase no son recuperables.**

PARA SUPERAR LA ASIGNATURA SE DEBEN APROBAR, POR MEDIA, LAS PRUEBAS ESCRITAS (40%) Y LAS ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN CONTINUA (50%). Así pues, la nota media de las pruebas escritas, así como de las actividades de evaluación continua, debe ser un 5,0 o superior para superar la asignatura. En caso de no aprobar una de estas dos partes de la evaluación, no se calculará la nota media y la nota final de la asignatura corresponderá a la nota de la parte suspendida.

En caso de plagio y/o uso de medios fraudulento durante la realización de exámenes, se aplicará lo que establece la "Normativa de Evaluación y Calificación de la Docencia en los Grados y Másteres de la UdL"

(https://www.udl.cat/export/sites/universitat-lleida/ca/udl/norma/.galleries/docs/Ordenacio_academica/Normativa-davaluacio-i-qualif.-graus-i-masters-Acord-235-CG-21-7-2022.pdf).

Los estudiantes que combinen sus estudios con un trabajo a tiempo completo o un trabajo a tiempo parcial coincidente con el horario de clase tienen derecho a pedir la evaluación alternativa en un plazo de 5 días desde el comienzo del semestre. Para más información, envíe un correo electrónico a academic@lletres.udl.cat o diríjase a la Secretaria de la Facultad de Letras.

Bibliografía y recursos de información

Berganza, M^a Rosa; Ruiz San Román, José A. (coord.). (2005). *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.

Berger, Arthur Asa (2000). *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. Thousand Oaks: Sage.

Bericat, Eduardo (1998). *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social: significado y medida*. Barcelona: Ariel

Busquet, Jordi (2006). *La recerca en comunicació*. Barcelona: UOC.

Casetti, Francesco; Di Chio, Federico (1999). *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós

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

Domínguez, Màrius; Solsona, Montserrat (2003). *Tècniques d'investigació social quantitatives*. Barcelona, Edicions Universitat de Barcelona.

García Ferrando, Manuel; Ibañez, Jesús; Alvira, Francisco (coord.). (2001). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza Editorial.

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

Jensen, Klaus B.; Jankowski, Nicholas V. (1993). *Métodos cualitativos de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch.

Pick de Weiss, Susan; López Velasco de Faubert, Ana Luisa (1992). *Cómo investigar en ciencias sociales*. México: Trillas.

Quivy, Raymond; Van Campenhoudt, Luc (2001). *Manual de recerca en ciències socials*. Barcelona: Herder.

Ruiz Olabuenagua, José I. (1998). *Cómo elaborar un proyecto de investigación*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Sebeok, Thomas A.; Umiker-Sebeok, Jean (1994). *Sherlock Holmes y Charles S. Peirce: el método de la investigación*. Barcelona, Paidós.

Soriano, Jaume (2007). *L'ofici de comunicòleg: mètodes per investigar la comunicació*. Barcelona: Eumo.

Taylor, Steven J.; Bogdan, Robert (1992). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda del significado*. Barcelona: Paidós.

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

Wimmer, Roger D.; Dominik, Joseph R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una Introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.

Wolf, Mauro (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

Enlaces de interés:

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