

# **MÁSTER UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN Y RELACIONES COMERCIALES**

## **1. ASIGNATURA**

- **Nombre:** Teoría e investigación interpretativa en comunicación
- **Tipo de asignatura:** Obligatoria
- **Trimestre:** 1
- **Créditos:** 4 ECTS
- **Idioma de docencia:** castellano
- **Coordinador de la asignatura:** Carles Roca-Cuberes

## **2. PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA**

Esta asignatura proporciona un conocimiento avanzado de teoría interpretativa y métodos de investigación cualitativos en comunicación. Presenta las teorías interpretativas y las investigaciones cualitativas más importantes en el campo de la comunicación. Proporciona a los estudiantes una comprensión avanzada de la investigación cualitativa en las ciencias sociales, la posibilidad de aprender a diseñar una investigación que utilice metodología cualitativa y la oportunidad de realizar trabajo de campo utilizando herramientas para la recolección de datos tales como la observación participante, entrevistas, grupos focales y análisis de contenido cualitativo. Enseña a los estudiantes técnicas para analizar datos cualitativos generados en notas de campo, transcripciones de entrevistas o contenido de los medios. Finalmente, esta asignatura tiene como objetivo familiarizar a los estudiantes con el arte de redactar y presentar investigaciones cualitativas.

### **Contenidos**

1. Introducción a la investigación cualitativa: conocimiento científico, investigación social y método científico.
2. Tradiciones teóricas en la perspectiva interpretativa: interaccionismo simbólico, el Grupo de Palo Alto, socioconstruccionismo y etnometodología.
3. La realización de la investigación cualitativa en la comunicación; áreas principales: comunicación organizacional, comunicación en salud, comunicación estratégica, comunicación aplicada y estudios de medios y tecnología.
4. Diseño y planificación de la investigación cualitativa: etapas y conceptos.
5. Técnicas de investigación cualitativa para la investigación de personas: entrevistas, grupos focales, etnografía y etnografía virtual.

6. Técnicas de investigación cualitativa para la investigación de contenidos comunicativos: análisis de contenido cualitativo.
7. Análisis de datos cualitativos.
8. Redacción y presentación de investigaciones cualitativas.

### **Competencias a adquirir**

- Obtener el conocimiento de las teorías del paradigma interpretativo de la comunicación y de sus fundamentos metodológicos.
- Analizar críticamente los fenómenos comunicativos.
- Aplicar los conocimientos teóricos y metodológicos de orientación cualitativa.
- Plantear un diseño de investigación cualitativo en el campo de la comunicación.
- Comprender el proceso de la investigación cualitativa en sus diferentes fases.
- Realizar propuestas de investigación cualitativa.
- Aplicar los métodos de investigación cualitativa, que incluyen: etnografía, entrevistas, grupos focales y análisis del contenido.
- Comprender y practicar la redacción y presentación de investigaciones cualitativas.

### **Resultados de aprendizaje**

- Adquirir un conocimiento amplio sobre la teoría e investigación cualitativa.
- Saber ubicar la teoría y la investigación cualitativa en el marco más amplio de la teoría y la investigación en comunicación.
- Examinar y evaluar de forma crítica teorías e investigaciones cualitativas.
- Poner en práctica los conocimientos adquiridos con el fin de planificar, diseñar y ejecutar una investigación cualitativa.
- Participar activamente en discusiones sobre estudios de caso de teorías e investigaciones cualitativas.

### **Metodología docente**

#### Actividades en clase:

- Clases magistrales (15 horas)
- Debates y discusión (5 horas)
- Ejercicios y actividades prácticas (5 horas)
- Tutorías (5 horas)

#### Actividades fuera de clase:

- Estudio personal y trabajo: (70 horas)

La metodología docente se compone de clases magistrales con estudios de caso, debates y discusión de lecturas, y actividades prácticas.

## Evaluación

La evaluación incluye:

- Propuesta de investigación cualitativa en comunicación (40% de la nota final)
- 6 ejercicios (10% cada uno) (60% de la nota final)

## 3. PROFESORADO

Carles Roca-Cuberes es profesor e investigador del Departamento de Comunicación de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona. Es doctor en sociología (2001) por la Universidad de Manchester (Reino Unido) (2001). Sus principales líneas de investigación son: comunicación interpersonal y mediada, teoría de la comunicación, metodología de la investigación científica, etnometodología y análisis de la conversación, análisis de la entrevista política.

### Publicaciones recientes principales

Roca-Cuberes, C., & Young, A. (2020). Vox Populi? Trump's Twitter Page as Public Forum. *Social Sciences*, 9(12), 226.

Gibson, W., & Roca-Cuberes, C. (2019). Constructing blame for school exclusion in an online comments forum: Membership categorisation analysis and endogenous category work. *Discourse, Context & Media*, 32, 100331.

Ventura, R., Rodríguez-Polo, X. R., & Roca-Cuberes, C. (2019). "Wealthy Gay Couples Buying Babies Produced in India by Poor Womb-Women: Audience Interpretations of Transnational Surrogacy in TV News. *Journal of Homosexuality*, 66(5), 609-634.

Roca-Cuberes, C., Ventura, R., & Gómez-Puertas, L. (2018). Nationality and gender stereotypes in the San Fermín festival: Cross-sectional age differences in the interpretation of TV news. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 10(1), 79-97.

García-Rapp, F., & Roc-Cuberes, C. (2017). Being an online celebrity: Norms and expectations of YouTube's beauty community. *First Monday*, 22(7).

#### **4. BIBLIOGRAFIA**

##### **Obligatoria**

- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2014). *Mass communication theory: Foundations, ferment, and future*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Berger, A. A. (2015). *Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches*. London: Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. London: Sage.
- Croucher, S. M. (2016). *Understanding Communication Theory: A Beginner's Guide*. New York: Routledge.
- DeFleur, M. L. (2016). *Mass communication theories. Explaining origins, processes and effects*. New York: Routledge.
- Flick, U. (Ed.) (2014). *The sage handbook of qualitative data analysis*. London: Sage.
- Harding, J. (2013). *Qualitative data analysis from start to finish*. London: Sage.
- Lindlof, T. R., & Taylor, B. C. (2011). *Qualitative communication research methods* (3rd ed.). Los Angeles, CA: Sage.
- Silverman, D. (2016). *Qualitative Research*. London: Sage.
- Tracy, S. J. (2013). *Qualitative research methods: Collecting evidence, crafting analysis, communicating impact*. Oxford: John Wiley & Sons.

##### **Recomendada**

- Altheide, D. L., & Schneider, C. J. (2012). *Qualitative media analysis*. London: Sage.
- Brennen, B. S. (2012). *Qualitative research methods for media studies*. New York: Routledge.
- Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. London: Sage.
- Durham, M. G., & Kellner, D. (2006). *Media and cultural studies: Keywords*. Oxford: Wiley-Blackwell.
- Gibbs, G. R. (2008). *Analysing qualitative data*. London: Sage.
- Hammersley, M., & Atkinson, P. (2007). *Ethnography: Principles in practice* (3rd

ed.). Taylor and Francis e-Library.

Hennink, M. M. (2014). *Understanding focus groups*. Oxford: Oxford University Press.

Hine, C. (2015). *Ethnography for the Internet: Embedded, embodied and everyday*. London: Bloomsbury Publishing.

King, N., & Horrocks, C. (2010). *Interviews in qualitative research*. London: Sage.

Sapleton, N. (Ed.). (2013). *Advancing research methods with new technologies*. Hershey, PA: IGI Global.