

**Profesoras coordinadoras del módulo:** Dra. Amparo Moreno Sardà y Dra. Núria Simelio Solà

Créditos ECTS, carácter 10 Obligatorios (común del Master)

**Competencias Específicas:**

Al finalizar el curso el estudiante será capaz de:

**CE1: Diseñar, crear y desarrollar proyectos básicos de investigación e innovación en Periodismo y Ciencias de la Comunicación.**

*Resultados de aprendizaje*

*CE1.1: Utilizar los procedimientos e instrumentos metodológicos para la investigación e innovación en medios*

*CE1.2: Aplicar la planificación del trabajo científico para la investigación e innovación en medios*

*CE1.3: Utilizar las técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas para la investigación e innovación en medios*

*CE1.4: Desarrollar el proceso de elaboración de un proyecto de investigación e innovación*

*CE1.5: Aplicar el método científico de forma adecuada, planteando hipótesis relativas a la comunicación, validando y verificando las ideas y conceptos, y reseñando correctamente las fuentes bibliográficas.*

**CE2: Diseñar, crear y desarrollar proyectos de investigación aplicada e innovación en Periodismo y Ciencias de la Comunicación.**

*Resultados de aprendizaje*

*CE2.1: Aplicar la práctica de la investigación*

*CE2.2: Aplicar los conocimientos científicos de otras áreas (psicología, sociología, economía, filología, derecho, estética...) para la profundización en la propia área*

**CE3: Asesorar, orientar y evaluar proyectos de investigación-acción en Periodismo y Ciencias de la Comunicación.**

*Resultados de aprendizaje*

*CE 3.1: Contextualizar los problemas metodológicos*

**CE4: Asesorar, orientar y evaluar proyectos en materia de Ciberperiodismo, Políticas de Comunicación y Comunicación desde perspectivas No-Androcéntricas.**

## *Resultados de aprendizaje*

### *CE 4.1: Contextualizar los problemas metodológicos*

#### **Competencias Transversales:**

- CT1 Trabajar de forma autónoma, resolviendo problemas y tomando decisiones.
- CT2 Analizar, sintetizar, organizar y planificar la información.
- CT3 Comunicar de forma oral y escrita conocimientos en castellano, catalán e inglés.
- CT4 Trabajar en equipos de forma interdisciplinaria.
- CT5 Tener razonamiento crítico, compromiso ético y social y tener respeto a la diversidad y a la multiculturalidad.
- CT6 Adaptarse a nuevas situaciones, tener capacidad de liderazgo e iniciativa manteniendo la creatividad.
- CT7 Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación

#### **REQUISITOS PREVIOS** :formación básica en metodologías de investigación

**Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios:** Duración de 23 semanas impartidas durante el primer Semestre.

Actividades formativas	ECTS	Metodología	Competencias
Clases Teóricas	20%	Clases magistrales con soporte TIC	CE1 a CE4
Ejercicios y Prácticas	20%	Resolución de todo tipo de problemas en el aula o en la sala de computación	CE1 a CE4, CT1, CT2, CT6,
Trabajos	15%	Recopilación de información (datos y/o resúmenes de la literatura), lectura de la literatura y realización del ensayo o artículo.	CT1, CT2, CT4, TC5 , CT6, CE1 a CE4
Lecturas de textos	20%	Lecturas de la literatura referenciada	CT1, CT2, CE1
Estudio y preparación del 24%		Estudio y Redacción de	C1, CE1 a CE4 CT1

proyecto	un proyecto
Evaluación	Defensa del proyecto de investigación CT7, 8, 9, 10, CE a CE 4, CT1, CT2, CT3, CT5, CT7

### **Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y sistema de calificaciones.**

Se evaluará a través de presentaciones de las partes del proyecto de investigación (30%), elaboración de un proyecto de investigación e innovación (60%) y de la participación activa en las sesiones presenciales (10%).

#### **Breve descripción de contenidos del módulo:**

El modulo está formado por dos partes que se realizaran secuencialmente.

#### **Metodología del trabajo científico:**

La investigación académica en medios de comunicación: del diagnóstico a las propuestas de innovación. Los problemas metodológicos para abordar su estudio e investigación.

Explicación de los principales métodos y técnicas de investigación en comunicación de masas, y de los instrumentos teóricos y prácticos para la aplicación en la investigación en comunicación de masas, en relación a las demandas institucionales, empresariales y sociales. Principales orientaciones y áreas de investigación: disciplinas, metodologías y procedimientos, y tipo de orientación práctica: investigación crítica, crítica cultural, investigación institucional de control y supervisión, investigación aplicada a la industria, con la finalidad de potenciar un conocimiento ordenado y sistemático. Motivar al alumnado a pensar sobre la idea o el tema que se propone investigar.

#### **Diseño y Planificación del proyecto de investigación e innovación**

Partes de un proyecto de investigación e innovación.

Elaboración de un proyecto de investigación e innovación.

Dar los instrumentos para la búsqueda de las fuentes generales de investigación y documentación, para determinar el ámbito de investigación y permitir al alumnado ubicar la idea y el tema de investigación.

Explicar las fases del proceso de investigación e innovación y, a medida que se van desarrollando los contenidos teóricos, acompañar el inicio del proyecto con los conocimientos que se van adquiriendo.

Aprender a relacionar los contenidos teóricos obtenidos, con la elaboración del proyecto de investigación e innovación, desde la idea o tema, hasta los supuestos e hipótesis y la formulación de un prototipo.

Explicar las diferentes técnicas e instrumentos para la extracción y el análisis de datos y orientar al alumnado sobre los instrumentos más adecuados para aplicar su investigación.

Poner en práctica las técnicas, programas e instrumentos más adecuados para el análisis de datos cuantitativos y cualitativos.

Desarrollar el trabajo de investigación a partir del diseño del proyecto.

Esbozar y evaluar propuestas de innovación en Medios de Comunicación.

**Comentarios adicionales.** Las lenguas utilizadas serán: 40% castellano; 40 % catalán; 20% inglés

**Profesora 1: Núria Simelio Solà Subtítulo de la asignatura:**

Diseño y desarrollo de un proyecto de investigación en Periodismo y Ciencias de la Comunicación (5 créditos)

Fecha de inicio: 19 de octubre de 2.009

• **Objetivos:**

Diseñar, crear y desarrollar proyectos básicos y de investigación aplicada en Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Aplicar la planificación del trabajo científico para la investigación en medios. Utilizar las técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas para la investigación en medios. Desarrollar el proceso de elaboración de un proyecto de investigación. Aplicar el método científico de forma adecuada, planteando hipótesis relativas a la comunicación, validando y verificando las ideas y conceptos, y reseñando correctamente las fuentes bibliográficas.

• **Temario**

1. Explicación de los principales métodos y técnicas de investigación en comunicación de masas, y de los instrumentos teóricos y prácticos para la aplicación en la investigación en comunicación de masas, en relación a las demandas institucionales, empresariales y sociales. Principales orientaciones y áreas de investigación: disciplinas, metodologías y procedimientos, y tipo de orientación práctica.
2. El lenguaje científico: conceptos y términos. Las técnicas de lectura. Centros de investigación en comunicación de masas. Publicaciones especializadas en la investigación de la comunicación.
3. Elaboración del proyecto de investigación.
4. Instrumentos para la búsqueda de las fuentes generales de investigación y documentación, para determinar el ámbito de investigación y ubicar la idea y el tema de investigación.
5. Fases del proceso de investigación. Aprender a relacionar los contenidos teóricos conseguidos con la elaboración del proyecto de investigación, desde la idea o tema, hasta los supuestos e hipótesis.

Organización, planificación y proceso del trabajo científico. Delimitación del objeto de estudio. Elaboración de la estrategia de investigación. Elección del tema. Planteamiento del problema. Delimitación de objetivos. Marco teórico y fuentes documentales. Tipos de investigación: descripción, explicación, exploración. Formulación de hipótesis. Delimitación y diseño de la muestra. Plan de trabajo, y periodización.

6. Técnicas e instrumentos para la extracción y el análisis de datos: orientar al alumnado sobre los instrumentos más adecuados para aplicar su investigación.
7. Poner en práctica las técnicas, programas e instrumentos más adecuados para el análisis de datos cuantitativos y cualitativos. Desarrollar el trabajo de investigación a partir del diseño del proyecto. Los métodos de interrogación: aplicación de las técnicas cuantitativas a la investigación de la comunicación. La encuesta. Los métodos de interrogación: aplicación de las técnicas cualitativas a la investigación de la comunicación de masas. La entrevista en profundidad, la observación participante, los grupos de discusión, las historias de vida. Los contenidos de la comunicación y la aplicación de técnicas para el análisis. El análisis de contenido, el análisis semiótico-discursivo, el análisis hemerográfico para evaluar la mirada informativa.

### **Bibliografía recomendada**

ADORNO, Th. W. *Epistemología y ciencias sociales*. Madrid, Cátedra (Valencia), Universitat de València, 2001

ANDER-EGG, E. *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires. Editorial Humanitas, 1987, 21è. ed.

BACKSTROM, C.; HURSH-CESAR, G. *Survey Research*. Nueva Cork, John Wiley, 1981

BARDIN, L. *El análisis de contenido*. Madrid, Akal, 1986, 21è. ed.

BERGANZA, Mª R. i RUÍZ SAN ROMÁN, J.A. (coord.) *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid, McGraw-Hill, 2005.

BERELSON B; LAZARSFLED, P.F. *The Analysis of Communication Content*.Chicago-Nueva York , University of Chicago-Columbia University, 1948BERELSON, B. *Content Analysis in Communication Research*. Nueva Cork, Free Press, 1952.

BERICAT, E. *La integración de los métodos cuantitativos y cualitativos en la investigación social. Significado y medida*. Barcelona, Ariel, 1998.

BUSQUET, J., MEDINA, A. I SORT, J. *La recerca en comunicació. Qué hem de saber?. Quins passos hem de seguir?*. Barcelona, UOC, 2006.

- CAFFAREL, C. i VELÁZQUEZ, T. (coords.) "Metodología de la investigación". (Área de trabajo I) En:  
A.I.C.E. *La investigación en la comunicación. III Simposio de la Asociación de Investigadores en  
Comunicación del Estado Español (A.I.C.E.)* Madrid, AICE, 1992, pp. 21-123.
- CALLEJO GALLEGOS, J. *El Grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación*. Barcelona,  
Ariel, 2001.
- FESTINGER, L. i KATZ, D.(comps.) *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*. Barcelona, Edic.  
Paidós, 1992
- GALINDO CÁCERES, J. (coord.) *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México,  
Addison Wesley Longman, 1998.
- GARCIA FERRANDO, M., IBAÑEZ, J. i ALVIRA, F. (comps.) *El análisis de la realidad social. Métodos y  
técnicas de investigación*. Madrid, Alianza Editorial, 2001.GUASCH, O. *Observación participante*.  
Madrid, CIS, 1997
- JENSEN,K.B. i JANKOWSKI, K.B. (eds.) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación*.  
Barcelona, Bosch Casa Editorial, 1993.
- KING, Gary, KEOHANE, Robert O. i VERBA, Sidney *El diseño de la investigación social. La inferencia  
científica en los estudios cualitativos*. Madrid, Alianza Editorial, 2000.
- MERTON R; FISKE M.O.; KENDALL, P. *The Focused Interview*. Nueva York, The Free Press. 1987
- MERTON R.K, "The focused interview and focus groups" *Public Opinion Quarterly*. 1987, 51.
- MORGAN D.L. *Focus Groups as Qualitative Research*. Londres, Sage ("Qualitative R. Methods" Vol. 16,  
1997.
- MORENO, A. *La mirada informativa*. Barcelona, Bosch Casa Editorial, S.A., 1998
- MORENO, A., ROVETTO, F., BUITRAGO, A., *¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la  
información*. Barcelona, Icaria, 2007.
- MORLEY D. *Family Television*. Londres, Routledge, 1986. PONS, I. *Programación de la investigación  
social*. Madrid, C.I.S., 1993.
- RAY LENNON, F: PISCITELLI MURPHY, A. *Pequeño manual de encuestas de opinión*. Buenos Aires, La  
Crujía Ediciones, 2004.

RUIZ OLABUENAGA, J.I. *Cómo elaborar un proyecto de investigación*. Bilbao, Ediciones Universidad de Deusto, 1998.

TAYLOR, S.J. i BOGDAN, R. *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda del significado*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1992.

TEMPLETON J.F. *The Focus group: A strategic guide to organizing, conducting and analysing the focus group interview*. Londres, Probus Pub. Cop. 1994.

VELÁZQUEZ, T. *Los políticos y la televisión. Aportaciones de la teoría del discurso al diálogo televisivo*. Barcelona, Ariel, 1992

WEISBERG; BOWEN *An introduction to Survey Research and Data Analysis*. San Francisco, Freeman, 1997.

WIMMER, R.D. i DOMINICK, J.R. *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona, Bosch Casa Editorial, S.A., 1996, 1a. ed.

*Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. México, International Thomson cop. 2001, 6<sup>a</sup>ed.

**Criterios de evaluación:**

Se evaluará a través de presentaciones de las partes del proyecto de investigación (15%), elaboración de un proyecto de investigación (30%) y de la participación activa en las sesiones presenciales (5%).

**Profesora 2:** Amparo Moreno Sardà

**Subtítulo de la asignatura:** De la investigación en medios de comunicación, a las propuestas de innovación. (5 créditos)

**Fecha de inicio:** 13 de enero de 2010

• **Objetivos:**

Comprender los procesos de innovación científico-técnicos y su relación con los paradigmas. Identificar las anomalías que genera actualmente el paradigma androcéntrico vigente en Humanidades, Ciencias Sociales y Medios de Comunicación. Debate sobre la formulación de otros paradigmas no-androcéntricos. Conocer las principales innovaciones que se han producido en la Historia de la Comunicación y sus repercusiones en las formas de conocimiento. Valorar los cambios que se están produciendo y la necesidad de introducir innovaciones. Pasar del diagnóstico de los problemas detectados en los medios de comunicación, a la

formulación de propuestas para aportar soluciones. Definir un prototipo. Ponerlo a prueba. Pensar las posibilidades de aplicarlo y difundirlo.

- **Temario**

1. Las revoluciones científicas. Paradigmas y anomalías. Las innovaciones en la Historia de la Comunicación. Del paradigma androcéntrico vigente en Humanidades, Ciencias Sociales y Medios de Comunicación, al humanismo plural e interactivo: 1) Dinámica expansiva, transformaciones sociales e innovaciones en los sistemas de transporte y comunicación; 2) La reproducción generacional de la memoria colectiva: persistencias y cambios.
2. Las innovaciones en la Historia de la Comunicación. Cambios tecnológicos y simbólicos en los sistemas de registro, tratamiento y difusión de la memoria y el conocimiento.
3. La investigación actual en medios de comunicación. El diagnóstico de los problemas. La identificación de soluciones. Esbozo de propuestas innovadoras: de la ideación a la innovación y la difusión.

**Bibliografía recomendada**

ALONSO GARCÍA, Luis (2008), *Historia y praxis de los media. Elementos para una Historia general de la Comunicación*. Ediciones del Laberinto, Madrid.

BRETON, Philippe y PROULX, Serge (1989), *La explosión de la comunicación*, Civilización Ediciones, Barcelona, 1990

CROWLEY, David y HEYER, Paul (1991), *La Comunicación en la Historia. Tecnología, cultura y sociedad*. Bosch, Barcelona.

CHALMERS, Alan F. (1982), *¿Qué es esa cosa llamada ciencia?*, Siglo XXI, Madrid, 1997

IVINS, William M. (1960), *Imagen impresa y conocimiento: análisis de la imagen prefotográfica*, Gustavo Gili, Barcelona, 1975.

KHUN, Thomas S. (1962), *La estructura de las revoluciones científicas*, Breviarios FCE, Madrid, 1982.

MORENO SARDÀ, A. (1986), *El Arquetipo Viril protagonista de la historia. Ejercicios de lectura no-androcéntrica*. LaSal, edicions de les dones, Barcelona

(1988), *La otra política de Aristóteles. Cultura de masas y divulgación del Arquetipo Viril*, Icaria, Barcelona (1991), *Pensar la historia a ras de piel*, Edicions de la Tempestad, Barcelona.

(2007) *¿De qué hablamos cuando hablamos del hombre? Treinta años de crítica y alternativas al pensamiento androcéntrico*, Icaria, Barcelona.

MUMFORD, Lewis (1934), *Técnica y civilización*, Alianza, Madrid, 1992.

PERRIAULT, Jacques (1989), *Las máquinas de comunicación y su utilización lógica*, Gedisa, Barcelona, 1991.

SALA, Ramón (2007), *Introducción a la historia de los medios. Consideraciones teóricas básicas sobre la historia de los medios de comunicación de masas*. Servei de Publicacions de la UAB, Bellaterra (Cerdanyola del Vallès)

**Criterios de evaluación:** Se evaluará a través de presentaciones de las lecturas y partes del proyecto de innovación (15%), elaboración de un proyecto de innovación (30%) y de la participación activa en las sesiones presenciales (5%).