

# Metodología para la investigación y la innovación en medios

Denominación del módulo: Metodología para la investigación y la innovación en medios	Créditos ECTS, carácter 10 Obligatorios
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios: primer semestre	
<p><b>CE1: Diseñar, crear y desarrollar proyectos básicos de investigación e innovación en Periodismo y Ciencias de la Comunicación.</b></p> <p><b>Resultados de aprendizaje</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o CE1.1: Utilizar los procedimientos e instrumentos metodológicos para la investigación e innovación</li> <li>o CE1.2: Aplicar la planificación del trabajo científico para la investigación e innovación</li> <li>o CE1.3: Utilizar las técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas para la investigación e innovación en medios</li> <li>o CE1.4: Desarrollar el proceso de elaboración de un proyecto de investigación e innovación</li> <li>o 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.</li> </ul> <p><b>CE2: Diseñar, crear y desarrollar proyectos de investigación aplicada e innovación en Periodismo y Ciencias de la Comunicación.</b></p> <p><b>Resultados de aprendizaje</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o CE2.1: Aplicar la práctica de la investigación</li> <li>o CE2.2: Aplicar los conocimientos científicos de otras áreas (psicología, sociología, economía, filología, derecho, estética...) para la profundización en la propia área</li> </ul> <p><b>CE3: Asesorar, orientar y evaluar proyectos de investigación-acción en Periodismo y Ciencias de la Comunicación.</b></p> <p><b>Resultados de aprendizaje</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o CE 3.1: Contextualizar los problemas metodológicos</li> </ul> <p><b>CE4: Asesorar, orientar y evaluar proyectos en materia de Ciberperiodismo, Políticas de Comunicación y Ciencias de la Comunicación.</b></p> <p><b>Resultados de aprendizaje</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>o CE 4.1: Contextualizar los problemas metodológicos</li> </ul> <p><b>Competencias Transversales:</b></p> <p>* CT1 Trabajar de forma autónoma, resolviendo problemas y tomando decisiones.</p>	

<p>* CT2 Analizar, sintetizar, organizar y planificar la información.</p> <p>* CT3 Comunicar de forma oral y escrita conocimientos en castellano, catalán e inglés.</p> <p>* CT4 Trabajar en equipos de forma interdisciplinaria.</p> <p>* CT5 Tener razonamiento crítico, compromiso ético y social y tener respeto a la diversidad y a la multiculturalidad.</p> <p>* CT6 Adaptarse a nuevas situaciones, tener capacidad de liderazgo e iniciativa manteniendo la creatividad.</p> <p>* CT7 Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación</p>			
REQUISITOS PREVIOS : Formación básica en metodologías de investigación			
Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante.			
Actividades formativas	ECTS	Metodología	Competencias
Clases Teóricas	20%	Clases magistrales con soporte TIC	CE1 a CE4
Ejercicios y prácticas	20%	Resolución de problemas	CE1 a CE4, CT1, CT2, CT6, CT3
Estudio y preparación del proyecto	50%	Estudio y Redacción de un proyecto	C1, CE1 a CE4 CT1
Tutorías	10%	Discusión de texto y resultados individualmente con el estudiante	CT1, CE1, CE3
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:			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Principales métodos y técnicas de investigación en comunicación.</li> <li>2. 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.</li> <li>3. Motivar al alumnado a pensar sobre la idea o el tema que se propone investigar.</li> <li>4. Diseño y Planificación del proyecto de investigación e innovación</li> <li>5. Partes de un proyecto de investigación e innovación.</li> <li>6. Fuentes generales de investigación y documentación.</li> <li>7. Elaboración de un proyecto de investigación e innovación.</li> <li>8. 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.</li> <li>9. 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.</li> <li>10. 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.</li> <li>11. 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.</li> <li>12. Poner en práctica las técnicas, programas e instrumentos más adecuados para el análisis de datos cuantitativos y cualitativos.</li> </ol>			

- |  |
|--|
| 13. Desarrollar el trabajo de investigación a partir del diseño del proyecto.<br>14. Esbozar y evaluar propuestas de innovación en Medios de Comunicación. |
| Comentarios adicionales: Las lenguas utilizadas en la impartición del módulo serán: 40% en castellano; 40 % en catalán; 20% en inglés                      |

### **Subtítulo de la asignatura:**

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

#### **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**

### **BÁSICA**

- ANDER-EGG, E. *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires. Editorial Humanitas, 1987, 21<sup>è</sup>. ed.
- BERGANZA, M<sup>a</sup> 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.
- 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. Què hem de saber?. Quins passos hem de seguir?.* Barcelona, UOC, 2006.
- 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
- RUIZ OLABUENAGA, J.I. *Cómo elaborar un proyecto de investigación*. Bilbao, Ediciones Universidad de Deusto, 1998.
- 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, 1<sup>a</sup>. ed.
- WIMMER, R.D. i DOMINICK, J.R. *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. México, International Thomson cop. 2001, 6<sup>a</sup>ed.

### **ENCUESTA**

- BACKSTROM, C.; HURSH-CESAR, G. *Survey Research*. Nueva Cork, John Wiley, 1981.
- BOSCH, J.L. i TORRENTE, D. *Encuestas telefónicas y por correo*. Cuadernos Metodológicos, no. 9. Madrid, CIS, 1993.
- HUERTAS, A. *Cómo se miden las audiencias en televisión*. Barcelona, Editorial CIMS, 1998.
- MANZANO ROJAS *Manual para encuestadores*. Barcelona: Ariel Practicum, 1996
- RAY LENNON, F: PISCITELLI MURPHY, A. *Pequeño manual de encuestas de opinión*. Buenos Aires, La Crujía Ediciones, 2004.
- WEISBERG; BOWEN *An introduction to Survey Research and Data Analysis*. San Francisco, Freeman, 1997.

### **ANÁLISIS DE CONTENIDO**

- BARDIN, L. *El análisis de contenido*. Madrid, Akal, 1986, 21<sup>è</sup>. Ed

JENSEN, K.H. *La semiótica social de la comunicación de masas*. Barcelona, Bosch, Casa Editorial, S.A., 1997

MORENO, A. *La mirada informativa*. Barcelona, Bosch Casa Editorial, S.A., 1998

KRIPPENDORFF, K. *Metodología de análisis de contenido*. Barcelona, Paidós, 1990.

RIFE D.; LACY, S. FICO. F.G. *Analysing media messages: Using quantitative content analysis in research*. Mahwah-Nueva Jersey, Lawrence Erlbaum Associates, 1998.

## **EXPERIMENTO**

ACHEN The Statistical Analysis of Quasi-Experiments. University of California Press, 1986.

BERKOWITZ, L. "The Effects of Observing Violence" *Scientific American*, 1964, 21,35-41.

CABALLERO SÁNCHEZ S. "El principio de causalidad" en GER tomo V. Madrid, Rialp, 1971, p. 409.

CAMPBELL, D; STANLEY J. "Diseños experimentales y cuasi experimentales en la investigación social". Buenos Aires, Amorrortu Editores, 1991.

## **ENTREVISTA EN PROFUNDIDAD**

JENSEN, K.B. i JANKOSWSKI, K.B. (eds.) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación*. Barcelona, Bosch Casa Editorial, 1993.

MERTON R; FISKE M.O.; KENDALL, P. *The Focused Interview*. Nueva York, The Free Press. 1987.

MORLEY D. *Family Televisión*. Londres, Routledge, 1986.

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

## **GRUPO DE DISCUSIÓN**

CALLEJO GALLEGU, J. *El Grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación*. Barcelona, Ariel, 2001.

KRUEGER H. *El grupo de discusión. Guía práctica para la investigación aplicada*. Madrid, Pirámide, 1991.

MERTON R.K, "The focused interview and focus groups" *Public Opinión Quartely*. 1987, 51.

MORGAN D.L. *Focus Groups as Qualitative Research*. Londres, Sage "Qualitative R. Methods" Vol. 16, 1997.

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

## **OBSERVACIÓN SISTEMÁTICA Y PARTICIPANTE**

BECKER H.S. GEER B. "Participant observation and interviewing: a comparison" *Human organization* 1967, 16 (3).

GUASCH, O. *Observación participante*. Madrid, CIS, 1997.

## **OTROS**

PUJADA, J.J. *El método biográfico: el uso de las historias de vida en ciencias sociales*\_Cuadernos Metodológicos, no. 5. Madrid, CIS, 1992.

RUIZ OLABUENAGA, J.I. i ISPIZUA, A. *La descodificación de la vida cotidiana. Métodos de investigación cualitativa*. Bilbao, Universidad de Deusto, 1989.  
YIN R.K. *Case Study Research* , Londres, Sage, 1984.