

Metodología para la investigación y la innovación en medios 2015/2016

Código: 43075
Créditos ECTS: 15

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4310036 Investigación en Comunicación y Periodismo	OB	0	1

Contacto

Nombre: Teresa Velázquez García-Talavera

Correo electrónico: Teresa.Velazquez@uab.cat

Equipo docente

José Manuel Pérez Tornero

Nuria Simelio Sola

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Prerequisitos

Formación básica en metodología de la investigación

Objetivos y contextualización

Diseñar, crear y desarrollar proyectos de investigación básica y 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 ideas y conceptos y reseñando correctamente las fuentes bibliográficas.

Competencias

- Adaptarse a nuevas situaciones, tener capacidad de liderazgo e iniciativa manteniendo la creatividad.
- Analizar, sintetizar, organizar y planificar la información.
- Asesorar, orientar y evaluar proyectos de investigación-acción en Periodismo y Ciencias de la Comunicación.
- Asesorar, orientar y evaluar proyectos en materia de Ciberperiodismo, Políticas de Comunicación y Comunicación Andrológica
- Comunicar de forma oral y escrita conocimientos en castellano, catalán e inglés.
- Diseñar, crear y desarrollar proyectos básicos de investigación en Periodismo y Ciencias de la Comunicación.
- Diseñar, crear y desarrollar proyectos de investigación aplicada en Periodismo y Ciencias de la Comunicación.
- Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación.
- Tener razonamiento crítico, compromiso ético y social y tener respeto a la diversidad y a la multiculturalidad.
- Trabajar de forma autónoma, resolviendo problemas y tomando decisiones.
- Trabajar en equipos de forma interdisciplinaria.

Resultados de aprendizaje

1. Adaptarse a nuevas situaciones, tener capacidad de liderazgo e iniciativa manteniendo la creatividad.
2. Analizar, sintetizar, organizar y planificar la información.
3. 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.
4. Aplicar la planificación del trabajo científico para la investigación e innovación en medios
5. Aplicar la práctica de la investigación
6. Aplicar los conocimientos científicos de otras áreas (psicología, sociología, economía, filología, derecho, estética...) para la profundización en la propia área
7. Comunicar de forma oral y escrita conocimientos en castellano, catalán e inglés.
8. Contextualizar los problemas metodológicos
9. Contextualizar los problemas metodológicos
10. Desarrollar el proceso de elaboración de un proyecto de investigación
11. Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación.
12. Tener razonamiento crítico, compromiso ético y social y tener respeto a la diversidad y a la multiculturalidad.
13. Trabajar de forma autónoma, resolviendo problemas y tomando decisiones.
14. Trabajar en equipos de forma interdisciplinaria.
15. Utilizar las técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas para la investigación e innovación en medios
16. Utilizar los procedimientos e instrumentos metodológicos para la investigación e innovación en medios

Contenido

Parte I. EL CONTEXTO TEÓRICO E INSTITUCIONAL DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN MEDIÁTICA

Tema I.1. Los fundamentos del método científico.

1. Motivaciones del científico.
2. Diferencia entre pensamiento y realidad, hechos e idea.
3. Lógica de la investigación: deducción, inducción y abducción.
4. El circuito la producción científica: investigación, publicación e impacto.

Tema I.2. Modalidades de la investigación científica.

1. Saberes teóricos y saberes prácticos.
2. Motivaciones y fines de la investigación.
3. Investigación teórica y aplicada: demandas institucionales, empresariales y sociales.
4. Las perspectivas fundamentales: observación, explicación y experimentación.

Práctica

- Comentario y análisis de texto: investigación en comunicación y periodismo, sociedad de la información, sociedad del conocimiento.
- Análisis de las webs de centros de investigación sobre comunicación.
- Selección en función de un tema determinado de las principales revistas científicas.
 - o Comentario y análisis de texto: motivaciones de la investigación
 - o Exploración de las principales revistas científicas del sector
 - o Análisis del impacto de las publicaciones de comunicación
 - o Lectura de una investigación institucional.

Parte II. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN Y ELECCIÓN DE LAS TÉCNICAS

Tema II.1. Conceptualización de la investigación.

1. Planteamiento del problema. 2. Formulación inicial: Objetivos, preguntas, justificación y búsqueda de soluciones. 3. Conceptualización: marco teórico general; marco teórico específico. 4. Determinar tipo de investigación. 5. El análisis del estado de la cuestión. 6. Confrontación de las pregunta iniciales con las derivadas del estado de la cuestión. 7. Formulación de puntos de vista, conceptos específicos e hipótesis.

Tema II.2. Selección de las técnicas de investigación.

1. Procedimientos de estudio y observación. 2. Modalidades de registro de la observación. 3. Diferencia entre métodos cualitativos y cuantitativos. 4. El valor de las estructuras conceptuales y de las regularidades estadísticas. 5. Encuestas y entrevistas. Instrumentos para el análisis cuantitativo. 6. Universos y muestras. 7. El análisis cualitativo. El análisis semiótico y del discurso. Instrumentos para el análisis cualitativo.

Tema II.3. Obtención y presentación de resultados.

1. Discusión y evaluación de resultados. 2. Confrontación con resultados anteriores. 3. Exposición de resultados. 4. Revisión de la comunidad científica. 5. Defensa de los resultados. 6. Estrategias de publicación y difusión.

Práctica

- Lectura y discusión de algunos artículos científicos con variadas metodologías
- Redacción de sumarios de investigación a partir de la lectura del cuerpo de un artículo

Parte III. PREPARACIÓN/ELABORACIÓN DE UN PROYECTO DE INVESTIGACIÓN E INNOVACIÓN

Tema III.1. Definición de un proyecto de investigación e innovación.

1. Modelos de investigación: académico e industrial e institucional. 2. Marco académico: investigaciones de máster, tesis, ponencias, monografías y artículos. Redacción y defensa. Normativa académica relacionada con la investigación. 3. Marco industrial e institucional: investigación aplicada, proyectos de investigación y desarrollo, proyectos de demostración y difusión, proyectos de innovación.

Tema III.2. Fases de realización de un proyecto de investigación.

1. Planteamiento del problema y delimitación de los objetivos y del objeto de estudio. 2. Estrategia y táctica de la investigación y su metodología. 3. Marco teórico y estudio del estado de la cuestión. 4. Fuentes bibliográficas y documentales. 5. Organización y planificación de la investigación.

Práctica

- Comentario y análisis de diversos tipos de proyectos de investigación
- Confrontación y discusión con autores de proyectos de investigación
- Preparación de una respuesta a un *call for tenders* (licitación de proyecto con financiación pública)

Metodología

Metodología docente y actividades formativas

15 ECTS: 375h

ACTIVIDADES DIRIGIDAS: 25%

- Clases magistrales 32h
- Seminarios: 34h
- Laboratorios 27,75h
- Total: **93,75h**

TRABAJO AUTÓNOMO: 60%

- Trabajo autónomo **244h**

ACTIVIDADES SUPERVISADAS: 15%

- Tutorías y actividad de evaluación 37,25h **37,25h**

TIPO DE ACTIVIDAD	ACTIVIDAD	HORAS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE
<hr/>			
Dirigidas			
<hr/>			
	Clases magistrales	32	Identificar y describir el proceso de trabajo científico y de la investigación en comunicación y periodismo a partir de las principales corrientes, teorías y áreas de investigación desde un punto de vista conceptual, metodológico y de investigación.
<hr/>			
	Seminarios	34	Exponer y debatir textos sobre metodología e investigación en comunicación y periodismo y presentar resúmenes de lecturas y de conferencias. Estudio de casos de investigación en comunicación y periodismo.
<hr/>			
	Laboratorios	27,75	Aplicar los conocimientos teóricos y métodos y técnicas de investigación en el proyecto de investigación.
<hr/>			
Supervisadas			
<hr/>			
	Tutorías	30	
<hr/>			
	Actividad de evaluación	7,25	
<hr/>			
Autónomas			
<hr/>			
	Estudio y búsqueda de información	70	Conseguir niveles de autoaprendizaje, búsqueda, selección y análisis de la información
<hr/>			
	Lecturas	90,25	

			Lectura comprensiva de textos, interpretación y análisis de base de estudio, recensiones, síntesis, realización de esquemas, mapas conceptuales, resúmenes. Capacidad de autoaprendizaje
Trabajo individual o en equipo	83,50		Aplicar los conocimientos logrados en investigación sobre comunicación, cooperación internacional y desarrollo

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases magistrales, seminarios y prácticas de laboratorio	93,75	3,75	2, 3, 6, 4, 5, 7, 9, 8, 10, 12, 13, 16, 15
Tipo: Supervisadas			
Tutorías y actividad de evaluación	36,75	1,47	2, 3, 7, 9, 8, 11, 12, 13, 14, 16, 15
Tipo: Autónomas			
Estudio y búsqueda de información, lecturas y trabajo individual o en equipo	244	9,76	1, 2, 3, 6, 4, 5, 7, 9, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 15

Evaluación

Trabajo de curso (40% de la nota)

Exposición y debate en clase de lecturas y presentación de resúmenes de seminarios (20% de la nota)

Prácticas supervisadas de laboratorio (20% de la nota)

Participación en clase y tutorías: 20% nota.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Exposición y debate en clase de lecturas y presentación de resúmenes	20	0	0	2, 3, 5, 7, 9, 8, 12, 13, 16
Participación en clase y tutorías	20	0	0	2, 3, 6, 4, 5, 7, 9, 8, 10, 12, 13, 14, 16, 15
Prácticas supervisadas de laboratorio	20	0	0	2, 3, 6, 4, 5, 7, 9, 8, 13, 16, 15
Trabajo de curso	40	0,5	0,02	1, 2, 3, 6, 4, 5, 7, 9, 8, 10, 11, 12,

Bibliografía

Ander-Egg, Ezequiel (1987). *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires, Editorial Humanitas, 21 ed.

Berganza Conde, María Rosa y Ruiz San Román, José Antonio (coords.) (2005). *Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid, McGraw-Hill.

Burgos, Campo Elías (2009). "La lógica de la investigación. Primera parte" En: *La lámpara de Diógenes*, revista de filosofía, número 18-19: 161-174. Disponible en <http://www.redalyc.org/pdf/844/84418400011.pdf>

Campanario, José Manuel (2006). "El factor de impacto de las revistas académicas:

Preguntas y respuestas". Disponible en <http://www2.uah.es/jmc/factordeimpacto.pdf>

Corbettta, Piergiorgio (2003). *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid, McGraw-Hill.

Eco, Umberto (1983). *Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. Barcelona, Gedisa, 5^a ed.

García Ferrando; Jesús Ibañez y Francisco Alvira. (comps.) (1994). *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid, Alianza Editorial, 2^a ed., rev. y ampl.

Hernández, Raúl (2013). "¿Quién escribe más y sobre qué? Cambios recientes en la geopolítica de la producción científica". En *Revista Argumentos*, año 7, nº 5. Disponible en http://revistargumentos.org.pe/geopolitica_cientifica.html ISSN 2076-7722

Hernández Sampieri, Roberto, Fernández Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar (2003). *Metodología de la investigación*. México, McGraw Hill, 3^a Edición.

Igartúa, Juan José (2012). "Tendencias actuales en los estudios cuantitativos en comunicación". En: *Comunicación y Sociedad*, Nueva época, núm. 17, enero-junio: 15-40. Disponible en https://www.academia.edu/1171844/Tendencias_actuales_en_los_estudios_cuantitativos_en_comunicacion

Jiménez Soler, Ignacio (2007). *Comunicación e innovación : atributos de la innovación y claves para darla a conocer*. Madrid, Fragua.

Ponti, Franc (2001). *La Empresa creativa: metodologías para el desarrollo de la innovación en las organizaciones*. Barcelona, Granica.

Ponti; Franc y Langa, Lucía (2013). *Inteligencia creativa : 7 estrategias para descubrir y potenciar tu creatividad*. Barcelona, Amat.

REBIUM (2010). *Ciencia 2.0: aplicaciones de la web social a la investigación*. Accesible en: eprints.rclis.org/3867/1/Ciencia20_rebiun.pdf

Ruiz Olabuenaga, José Ignacio (2007). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao, Universidad de Deusto, 4^a ed.

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

Wimmer, Roger D. y Dominick, Joseph R. (1996) *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona, Bosch Casa Editorial, S.A.

REVISTAS ESPECIALIZADAS:

Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura.

Anuario FUNDESCO

Anuario El País

Communication

Conexiones

deSigniS

European Journal of Communication

International Journal of Cultural Studies

NORDICOM

RAI.VQPT

SIGNA

TELOS

VARIETY

VERSUS

WEBSITE

<http://www.accd.cat>

<http://www.aecid.es>

<http://ceisal2016.usal.es/es/>

<http://www.cis.es>

<http://www.clacso.org.ar/>

<http://www.csic.es/>

<http://divulgared.es/>

http://cordis.europa.eu/news/rcn/18921_es.html

<http://www.ecuaderno.com/guia-de-recursos-en-internet-para-investigadores/>

<http://www.eshorizonte2020.es/>

http://www.francofil.net/es/inv_esp.html

<http://www.investigacionyciencia.es>

<http://www.ird.fr/>

<http://www.mineco.gob.es/>

<http://www.mineco.gob.es/>

<http://www.oei.es/cursolicitaciones/contenedor.php?ref=presentacion>

OTRAS WEBSITES:

<http://www.abc.org.uk>

<http://www.auditel.it>

<http://www.beta.undp.org/undp/es/home.html>

<http://www.dircom.org>

<http://www.gfk.com>

<http://www.guionactualidad.uab.cat>

<http://www.idescat.cat>

<http://www.ine.es>

<http://www.itu.int/ITU-D/ict/statistics>

<http://www.mediametrie.fr>

<http://www.mcu.es/cine/MC/CDC/index.html>

<http://www.ofcom.org.uk>

<http://www.ojd.es>

<http://www.ojd.com/observatoire>

<http://www.wan-ifra.org/es>

<http://www.statistics.gov.uk>

<http://www.uis.unesco.org>

<http://www.unesco.org>

<http://www.vincos.it/world-map-of-social-networks>

<http://oitve.wordpress.com>

<http://web.worldbank.org>

NOTA: La bibliografía de consulta y la correspondiente a lecturas por temas para el debate en el aula se publicarán en el Campus Virtual al inicio del curso.