

**Creació i Desenvolupament de Projectes de Recerca
Aplicats al Periodisme**

Codi: 43965
Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4316493 Periodisme i Innovació en Continguts Digitals	OB	0	1

Professor/a de contacte

Nom: Nuria Simelio Sola

Correu electrònic: Nuria.Simelio.Sola@uab.cat

Equip docent

Teresa Velázquez García-Talavera

Anna Tous Rovirosa

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Prerequisits

Els estudiants han de tenir formació prèvia en tècniques i processos de producció periodística, així com en el llenguatge bàsic de la informació per a mitjans de comunicació i en metodologia de recerca en el camp de les ciències socials.

Objectius

El mòdul pretén acostar a l'estudiant al disseny, la creació i el desenvolupament de projectes de recerca bàsica i aplicada a l'àrea del periodisme i de la innovació en continguts digitals. L'estudiant aprendrà a aplicar la planificació del treball científic per a la recerca en mitjans, així com a utilitzar les tècniques de recerca quantitatives i qualitatives per a la recerca a l'àrea dels mitjans i la comunicació digital.

Dins del desenvolupament del mòdul, l'estudiant participarà en l'elaboració d'un projecte de recerca en el que haurà d'aplicar el disseny del mètode científic de forma adequada, plantejar hipòtesi i preguntes relatives a la comunicació, validar, classificar i verificar idees i conceptes i ressenyar correctament les fonts bibliogràfiques.

Competències

- Aplicar les eines de gestió, anàlisi, organització i planificació de la informació d'acord amb objectius i projectes informatius específics.
- Comprendre i analitzar les tendències i les dinàmiques del canvi en l'ecosistema comunicatiu, informatiu i regulador de l'empresa periodística del segle XXI.
- Conèixer i avaluar els processos de gestió i producció de contingut digital informatiu, i proposar solucions innovadores que integrin més de les tecnologies de la informació i la comunicació.
- Dissenyar, crear, desenvolupar i avaluar projectes d'innovació i investigació en l'àmbit del periodisme i la comunicació digital.
- Generar propostes innovadores i competitives d'investigació aplicada.
- Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit.

- Tenir coneixements que aportin la base o l'oportunitat de ser originals en el desenvolupament o l'aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar els formats interactius de la narració digital a l'anàlisi i estudi de diferents sistemes de producció informativa.
2. Aplicar les tecnologies de producció i gestió de continguts digitals amb l'objectiu de resoldre problemes concrets de la professió periodística.
3. Conèixer els formats de continguts i narratives digitals, així com els tipus de cooperació en la construcció d'històries informatives.
4. Conèixer els nous entorns de consum de continguts periodístics per proposar alternatives de producció i posicionament dels continguts.
5. Executar i avaluar un projecte de recerca els resultats del qual proposin solucions aplicades a la gestió i la producció de continguts digitals informatius.
6. Fer i presentar un projecte de recerca aplicada.
7. Fer servir coneixements, mètodes i diferents anàlisis per extreure informació, organitzar-la, analitzar-la i utilitzar-la per resoldre un problema de recerca.
8. Integrar equips de treball dins de l'empresa informativa aportant alternatives de solució a problemes i situacions concretes.
9. Integrar les eines i processos adquirits dins d'un entorn simulat de producció, assumint rols de responsabilitat.
10. Proposar alternatives d'utilització de la cooperació narrativa a la producció de continguts informatius.
11. Proposar alternatives informatives que integrin l'ús de la innovació a la gestió i producció de continguts digitals orientats a un públic específic.
12. Reconèixer l'evolució de les narratives digitals informatives per proposar solucions creatives a partir de les possibilitats tecnològiques i de la cooperació narrativa.
13. Utilitzar les eines de posicionament i màrqueting digital dels continguts informatius per recopilar informació orientada a la presa de decisions estratègiques en un entorn periodístic específic.
14. Utilitzar les estructures de narració digital amb l'objectiu de comunicar històries informatives de manera eficaç.

Continguts

Context teòric i institucional de la recerca en comunicació mediàtica

Els fonaments del mètode científic

Tendències de recerca sobre periodisme i continguts digitals

El disseny i presentació d'un projecte de recerca i innovació

El projecte de recerca i innovació

La presentació del projecte de recerca

El treball de final de Màster

Objectius de la recerca i elecció de les tècniques

Conceptualització de la recerca

Selecció de les metodologies tècniques de recerca en periodisme digital. Les metodologies quantitatives.

Selecció de les metodologies i tècniques de recerca en periodisme digital. Les tècniques qualitatives.

Obtenció i presentació de resultats

Metodologia

Activitats formatives	Dirigides	Supervisades	Autònomes
Hores	45	30	75
% presencialitat	100%	20 %	0%

Metodologies docents	Classes magistrals
	Pràctiques a l'aula
	Tutories
	Elaboració de treballs / informes
	Lectura d'articles / informes
	Participació en exposicions i debats

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Exposicions professorat	15	0,6	3, 4, 6
Participació a exposicions i debats	10	0,4	3, 4, 5, 6, 7
Pràctiques d'aula	15	0,6	1, 2, 3, 5, 6, 7, 11
Tipus: Supervisades			
Elaboració projecte de recerca	20	0,8	1, 2, 5, 6, 7
Tutories	5	0,2	5, 6, 7
Tipus: Autònomes			
Lectures	14	0,56	3, 4, 12
Realització projecte de recerca	25	1	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
Recerca d'informació	15	0,6	3, 4, 5, 6, 7, 10, 11

Avaluació

L'avaluació serà continuada i consistirà en:

Realització d'un projecte de recerca individual supervisat i guiat pel professorat: 50% de la nota final

Pràctiques en grup a l'aula relacionades amb les tècniques de recerca quantitatives i qualitatives: 25% de la nota final

Participació en exposicions i debats presencials: 25% de la nota final

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Participació en exposicions i debats	25%	6	0,24	3, 4, 5, 6, 7
Projecte de recerca	50%	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12
Pràctiques a l'aula	25%	10	0,4	1, 2, 3, 4, 7, 8, 9, 13, 14

Bibliografia

Barrios Rubio, A. (2016). "Narrativa periodística en la convergencia de medios". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 22 (1) (enero-junio), p. 163-176.

Berganza Conde, M.R. y Ruiz San Román, J.A. (coords.) (2005). *Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.

Berger, A.A. (2016). *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. Thousand Oaks, California: Sage.

Brennen, B. (2013). *Qualitative research methods for media studies*. New York: Routledge.

Cogo, D. y Brignol. L.D. (2011). "Social networks and reception studies on the internet". *Matrizes*, 4(2), p. 75-92.

Del Río, O. y Velázquez, T. (2005). "Planificación de la investigación en Comunicación: fases del proceso". En: M.R. Berganza Conde y J.A. Ruíz San Román. *Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. Madrid: McGraw-Hill, p. 43-76

Gross, L. (2008). 'My media studies: cultivation to participation', *Television and New Media*. 10 (1), p. 66-68.

Herbig, A., Herrmann, A. F., y Tyma, A. (2015). "Introduction: The beginnings: #WeNeedAWord". En: A. Herbig, A. F. Herrmann, y A. W. Tyma (Eds.), *Beyond new media: Discourse and critique in a polymediated age*. Lanham, MD: Lexington Books, p. ix-xxiv.

Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, P. (2003). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*, New York and London: New York University Press.

Martínez, M. y Saperas, E. (2016). "Objetos de estudio y orientación metodológica de la reciente investigación sobre comunicación en España (2008-2014)". *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, p. 1365-1384.

Molina Rodríguez-Navas, P.; Simelio, N. y Corcoy, M. (2017): "Metodologías de evaluación de la transparencia: procedimientos y problemas". *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, p. 818-831.

Ruiz Olabuenaga, J. I., et al. (2002). *Cómo elaborar un proyecto de investigación social*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Silverman, D. (2013). *Doing qualitative research*. Londres: Sage.

Simelio, N.; Ginesta, X.; San Eugenio, J. y Corcoy, M. (2017). "Journalism, transparency and citizen participation: a methodological tool to evaluate information published on municipal websites". *Information, Communication & Society*. p. 1-17.

Taylor, S.J. (2016). *Introduction to qualitative research methods: a guidebook and resource (4a edició)*. Hoboken, Nova Jersey: Wiley.

Tow-Knight Center for Entrepreneurial Journalism (2016). "Superpowers: The Digital Skills Media Leaders Say Newsrooms Need Going Forward" Disponible en:
<http://towknight.org/2016/04/superpowers-the-digital-skills-newsrooms-need/>.

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

Watzlawick, P. (2014). *No es posible no comunicar*. Barcelona: Herder Editorial.

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