

**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: Anna Tous Rovirosa

Correu electrònic: Anna.Tous@uab.cat

### Equip docent

Anna Tous Rovirosa

Núria Simelio Solà

### 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 hipòtesis 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

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i a qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura.

## 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
----------------------	---

### Perspectiva de gènere

El mòdul fomenta la sensibilitat vers la perspectiva de gènere de manera transversal. Ho fa específicament en els següents aspectes concrets:

- Coneixement sobre inclusió de la perspectiva de gènere en tots els processos del disseny i aplicació de les recerques, incloent metodologies i tècniques de recerca amb perspectiva de gènere o feministes.
- Reflexió sobre el paper de les tecnologies de la informació i comunicació en la transmissió dels estereotips de gènere i en la transformació social.
- Coneixement de la fractura digital i l'adequació de les TICs a les diferències de gènere: barreres i oportunitats.
- Reconeixement de les aportacions de les científiques a la disciplina.
- Coneixement del paper de les desigualtats de gènere en la ciència, tant en la producció científica com en la seva vessant professional-acadèmica.
- Coneixement dels valors d'equitat de gènere en l'exercici professional.

### 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. L'assignatura consta de les activitats d'avaluació següents:

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

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

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

Per poder aprovar l'assignatura, caldrà treure una nota mínima de 5 en les activitats A, B i C.

### PLAGI

L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat,...) que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació. En cas que es produeixin diverses irregularitats, la qualificació final de l'assignatura serà 0.

## Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Participació en exposicions i debats	25%	6	0,24	1, 2, 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

Bellotti, E. (2015) *Qualitative Networks. Mixed methods in sociological research*. New York: Routledge.

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.

Borgatti, S. P., Everett, M. G.; Johnson, J. C. (2013). *Analyzing Social Networks*. London: Sage.

Corbetta, Pierorgio. (2010) *Metodologías y técnicas de investigación social*. Madrid, McGraw Hill. (edición revisada).

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

Domínguez, M. y Montserrat, S. (2003) *Tècniques d'investigació social quantitatives*. Barcelona, Edicions Universitat de Barcelona.

Eco, U. (1989) *Cómo se hace una investigación. Técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura*. Barcelona: Gedisa.

Fernández Manzano, E.; Neira, E; Clarés-Gavilán, J. (2016). Data management in audiovisual business: Netflix as a case study. *El Profesional de la Información*, 25 (4), 568-576.

Freixa, P.; Pérez-Montoro, M.; Codina, L.I. (2017). "Interacción y visualización de datos en el periodismo estructurado". *El Profesional de la Información*, 26(6), págs. 1076-1090.

Gaitán, J. A. y Piñuel, J. L. (1998), *Técnicas de investigación social*. Elaboración y registro de datos. Madrid, Síntesis.

Hine, C. (2004). *Virtual Ethnography*. London: Sage.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. Where old and new media collide*. New York University Press.

Jensen, K.B. y Jankowski, K.B. (eds.) (1993) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación*. Barcelona, Bosch Casa Editorial.

Kozinets, R. (2009). *Netnography*. London: Sage.

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.

Paterson, Chris, Domingo, David (2008). *Making Online News: The Ethnography of New Media Production*. Peter Lang.

Pérez Tornero, J.M. et al. (2010) "Trends and models of media literacy in Europe: between digital competence and critical understanding". *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, 40: 85-100.

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

Soriano, J. (2007). *L'ofici de comunicòleg. Mètodes per investigar la comunicació*. Vic, Eumo Editorial.

Taylor, S.J. y Bogdan, R. (1992). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda del significado*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1992.

Tous Rovirosa, Anna (2012). Convergence Content in International On-Line News: Thematic and mythical recurrence in The New York Times and BBC On-Line News, *Observatorio*, 6 (3), p. 129-144.

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.

Wimmer, 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.