

**Creación y Desarrollo de Proyectos de Investigación
Aplicados al Periodismo**

Código: 43965
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4316493 Periodismo e Innovación en Contenidos Digitales	OB	0	1

Contacto

Nombre: Anna Tous Rovirosa

Correo electrónico: Anna.Tous@uab.cat

Equipo docente

Anna Tous Rovirosa

Núria Simelio Solà

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Prerequisitos

Los estudiantes deben tener formación previa en técnicas y procesos de producción periodística, así como en el lenguaje básico de la información para medios de comunicación y en metodología de investigación en el campo de las ciencias sociales.

Objetivos y contextualización

El módulo pretende acercar al estudiante al diseño, la creación y el desarrollo de proyectos de investigación básica y aplicada en el área del periodismo y de la innovación en contenidos digitales. El estudiante aprenderá a aplicar la planificación del trabajo científico para la investigación en medios, así como a utilizar las técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas para la investigación en el área de los medios y la comunicación digital.

Dentro del desarrollo del módulo, el estudiante participará en la elaboración de un proyecto de investigación en el que debe aplicar el diseño del método científico de forma adecuada, plantear hipótesis y preguntas relativas a la comunicación, validar, clasificar y verificar ideas y conceptos y reseñar correctamente las fuentes bibliográficas.

Competencias

- Aplicar las herramientas de gestión, análisis, organización y planificación de la información de acuerdo a objetivos y proyectos informativos específicos.
- Comprender y analizar las tendencias y las dinámicas del cambio en el ecosistema comunicativo, informativo y regulador de la empresa periodística del siglo XXI.
- Conocer y evaluar los procesos de gestión y producción de contenido digital informativo, proponiendo soluciones innovadoras que integren el uso de las tecnologías de la información y la comunicación.
- Diseñar, crear, desarrollar y evaluar proyectos de innovación e investigación en el ámbito del periodismo y la comunicación digital.
- Generar propuestas innovadoras y competitivas de investigación aplicada.

- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar las tecnologías de producción y gestión de contenidos digitales con el objetivo de resolver problemas concretos de la profesión periodística.
2. Aplicar los formatos interactivos de la narración digital al análisis y estudio de diferentes sistemas de producción informativa.
3. Conocer los formatos de contenidos y narrativas digitales, así como los tipos de cooperación en la construcción de historias informativas.
4. Conocer los nuevos entornos de consumo de contenidos periodísticos para proponer alternativas de producción y posicionamiento de los contenidos.
5. Ejecutar y evaluar un proyecto de investigación cuyos resultados propongan soluciones aplicadas a la gestión y la producción de contenidos digitales informativos.
6. Emplear conocimientos, métodos y diferentes análisis para extraer información, organizarla, analizarla y utilizarla para resolver un problema de investigación.
7. Integrar equipos de trabajo dentro de la empresa informativa aportando alternativas de solución a problemas y situaciones concretas.
8. Integrar las herramientas y procesos adquiridos dentro de un entorno simulado de producción, asumiendo roles de responsabilidad.
9. Proponer alternativas de utilización de la cooperación narrativa en la producción de contenidos informativos.
10. Proponer alternativas informativas que integren el uso de la innovación en la gestión y producción de contenidos digitales orientados a un público específico.
11. Realizar y presentar un proyecto de investigación aplicada.
12. Reconocer la evolución de las narrativas digitales informativas para proponer soluciones creativas a partir de las posibilidades tecnológicas y de la cooperación narrativa.
13. Utilizar las estructuras de narración digital con el objetivo de comunicar historias informativas de manera eficaz.
14. Utilizar las herramientas de posicionamiento y marketing digital de los contenidos informativos para recopilar información orientada a la toma de decisiones estratégicas en un entorno periodístico específico.

Contenido

Contexto teórico e institucional de la investigación en comunicación mediática

Los fundamentos del método científico

Tendencias de investigación sobre periodismo y contenidos digitales

El diseño y presentación de un proyecto de investigación e innovación

El proyecto de investigación e innovación

La presentación del proyecto de investigación

El trabajo de fin de Máster

Objetivos de la investigación y elección de las técnicas

Conceptualización de la investigación

Selección de las metodologías técnicas de investigación en periodismo digital. Las metodologías cuantitativas.

Selección de las metodologías y técnicas de investigación en periodismo digital. Las técnicas cualitativas.

Obtención y presentación de resultados

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura.

Metodología

Actividades	Dirigidas	Supervisadas	Autónomas
formativas			
Horas	45	30	75
% presencialidad	100%	20 %	0%
Metodologías docentes	Clases magistrales		
	Prácticas de aula		
	Tutorías		
	Elaboración de trabajos/informes		
	Lectura de artículos/informes de interés		
	Participación en exposiciones y debates		

Perspectiva de género

El módulo fomenta la sensibilidad hacia la perspectiva de género de manera transversal. Lo hace específicamente en los siguientes aspectos concretos:

Conocimiento sobre inclusión de la perspectiva de género en todos los procesos del diseño y aplicación de las investigaciones, incluyendo metodologías y técnicas de investigación con perspectiva de género o feministas.

Reflexión sobre el papel de las tecnologías de la información y comunicación en la transmisión de los estereotipos de género y en la transformación social.

-Conocimiento de la fractura digital y la adecuación de las TICs a las diferencias de género: barreras y oportunidades.

-Reconocimiento de las aportaciones de las científicas en la disciplina.

Conocimiento del papel de las desigualdades de género en la ciencia, tanto en la producción científica como en su vertiente profesional-académica.

Conocimiento de los valores de equidad de género en el ejercicio profesional.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Exposiciones profesorado	15	0,6	3, 4, 11
Participación en exposiciones y debates	10	0,4	3, 4, 5, 11, 6
Prácticas de aula	15	0,6	2, 1, 3, 5, 11, 6, 10
Tipo: Supervisadas			
Elaboración proyecto de investigación	20	0,8	2, 1, 5, 11, 6
Tutorías	5	0,2	5, 11, 6
Tipo: Autónomas			
Búsqueda de información	15	0,6	3, 4, 5, 11, 6, 9, 10
Lecturas	14	0,56	3, 4, 12
Realización proyecto de investigación	25	1	2, 1, 3, 4, 5, 11, 6

Evaluación

La evaluación será continuada. La asignatura consta de las siguientes actividades de evaluación:

Actividad A- Realización de un proyecto de investigación individual supervisado y guiado por el profesorado: 50% de la nota final

Actividad B- Prácticas en grupo en el aula relacionadas con las técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas: 25% de la nota final

Actividad C- Participación en exposiciones y debates presenciales: 25% de la nota final

Para poder aprobar la asignatura, es necesario sacar una nota mínima de 5 en cada una de las actividades A, B y C.

PLAGIO

El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad ...) que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación. En caso de que se produzcan varias irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Participación en exposiciones y debates	25%	6	0,24	2, 1, 3, 4, 5, 11, 6
Proyecto de investigación	50%	15	0,6	2, 1, 3, 4, 5, 11, 6, 7, 9, 10, 12
Prácticas de aula	25%	10	0,4	2, 1, 3, 4, 6, 7, 8, 14, 13

Bibliografía

- 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.