

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

Professor/a de contacte

Nom: Nuria Simelio Sola

Correu electrònic: nuria.simelio.sola@uab.cat

Equip docent

Nuria Simelio Sola

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

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.

Els principals objectius d'aprenentatges són:

- Aprendre a planificar un treball científic per a la recerca i la innovació en mitjans.
- Aprendre a planificar un projecte d'innovació digital.
- Utilitzar les tècniques de recerca quantitatives i qualitatives en l'àrea de la comunicació digital.
- Aplicar el disseny del mètode científic de forma adequada.
- Aprendre a dissenyar, crear, desenvolupar i avaluar projectes d'innovació i investigació en l'àmbit del periodisme i la comunicació digital.

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 l'ús de les tecnologies de la informació i la comunicació.
- Desenvolupar la capacitat d'avaluar les desigualtats per raó de sexe i gènere per dissenyar solucions.
- 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. Conèixer i utilitzar les aportacions de les dones i dels estudis de gènere a la seva disciplina.
6. Executar i avaluar un projecte de recerca els resultats del qual proposin solucions aplicades a la gestió i la producció de continguts digitals informatius.
7. Fer i presentar un projecte de recerca aplicada.
8. Fer servir coneixements, mètodes i diferents anàlisis per extreure informació, organitzar-la, analitzar-la i utilitzar-la per resoldre un problema de recerca.
9. Identificar les contribucions dels estudis de gènere en la temàtica investigada.
10. Integrar equips de treball dins de l'empresa informativa aportant alternatives de solució a problemes i situacions concretes.
11. Integrar les eines i processos adquirits dins d'un entorn simulat de producció, assumint rols de responsabilitat.
12. Produir, recollir i interpretar les dades empíriques de manera sensible al gènere.
13. Proposar alternatives d'utilització de la cooperació narrativa a la producció de continguts informatius.
14. Proposar alternatives informatives que integrin l'ús de la innovació a la gestió i producció de continguts digitals orientats a un públic específic.
15. Reconèixer el paper dels mitjans, les produccions audiovisuals i la publicitat en la construcció de les relacions de gènere i de la identitat sexual i de gènere.
16. Reconèixer l'evolució de les narratives digitals informatives per proposar solucions creatives a partir de les possibilitats tecnològiques i de la cooperació narrativa.
17. Saber desenvolupar una recerca amb perspectiva de gènere.
18. Saber distingir tant en les anàlisis teòriques com en les anàlisis empíriques els efectes de les variables sexe i gènere.
19. Saber fer un ús inclusiu i no sexista del llenguatge.
20. Saber identificar el paper de les tecnologies de la informació i la comunicació en la transmissió dels estereotips de gènere i aplicar mesures per evitar-ne la reproducció.
21. Saber utilitzar i crear indicadors qualitius i quantitius, incloent-hi els estadístics, per conèixer millor les desigualtats de gènere i les diferències en les necessitats, condicions, valors i aspiracions de dones i homes.

22. 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.
23. 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

Tendències d'innovació a l'àmbit del periodisme i la comunicació digital

Les bases de dades bibliogràfiques, biblioteca digital i recursos acadèmics i per a la recerca

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

El projecte de recerca i la innovació en comunicació digital

El disseny, el desenvolupament i l'avaluació de projectes d'innovació en l'àmbit del periodisme i la comunicació digital.

El treball de final de Màster

Intel·ligència Artificial i recerca en comunicació

Objectius de la recerca i elecció de les tècniques

Conceptualització de la recerca

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

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

Obtenció i presentació de resultats.

Generació de propostes innovadores i competitives d'investigació aplicada.

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 qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura.

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			

Exposicions professorat	15	0,6	7, 3, 4
Participació a exposicions i debats	10	0,4	7, 6, 3, 4, 8
Pràctiques d'aula	15	0,6	1, 2, 7, 6, 3, 14, 8
Tipus: Supervisades			
Elaboració projecte de recerca	20	0,8	1, 2, 7, 6, 8
Tutories	5	0,2	7, 6, 8
Tipus: Autònomes			
Lectures	10	0,4	3, 4, 16
Realització projecte de recerca	25	1	1, 2, 7, 6, 3, 4, 8
Recerca d'informació	14	0,56	7, 6, 3, 4, 14, 13, 8

El curs farà servir diferents metodologies actives i es fomentarà la participació dels estudiants. Principalment es centrarà en l'estudi i resolució de casos pràctics-reals. A l'inici de cada sessió s'explicarà la teoria que complementarà els diferents treballs d'aplicació pràctica que pretenen resoldre problemes concrets de la recerca en comunicació.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Participació en exposicions i debats	10%	6	0,24	1, 2, 7, 9, 6, 5, 18, 20, 19, 3, 4, 15, 8
Projecte de recerca	30%	15	0,6	1, 2, 7, 9, 6, 11, 10, 5, 17, 21, 18, 20, 19, 3, 4, 12, 14, 13, 16, 15, 8, 22
Pràctiques a l'aula	60%	15	0,6	1, 2, 9, 11, 10, 5, 17, 21, 18, 20, 19, 3, 4, 12, 14, 13, 16, 15, 23, 8, 22

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

Activitat A- Realització d'un projecte de recerca i/o d'innovació individual supervisat i guiat pel professorat:
30% de la nota final

Activitat B- Pràctiques en grup a l'aula relacionades amb les tècniques de recerca quantitatives i qualitatives: 60 % de la nota final

Activitat C- Participació en exposicions i debats presencials: 10% de la nota final

Per aprovar l'assignatura és necessari tenir un 5 a l'activitat A i haver assistit al 80% de les activitats pràctiques. Les activitats pràctiques no es poden lliurar fora del termini establert. En el cas de causes justificatives (malaltia o tractament mèdic amb justificant), l'estudiant podrà recuperar l'activitat pràctica durant el període de recuperació establert al calendari.

Recuperació:

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats, el pes de les quals sigui d'un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura. Per poder presentar-se a la recuperació de l'assignatura serà necessari haver obtingut una nota mínima de 3,5 a l'examen de continguts teòrics.

PLAGI

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

Bibliografia

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

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.

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, LI. (2017). Interacción y visualización de datos en el periodismo estructurado. *El Profesional de la Información*, 26(6), 1076-1090.

Lis Gindin, Irene; Patricia Busso, Mariana. (2018) Investigaciones en comunicación en tiempos de big data: sobre metodologías y temporalidades en el abordaje de redes sociales. *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 15, 25-43

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

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

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

Simelio, N. et. al. (2019) Journalism, transparency and citizen participation: a methodological tool to evaluate information published on municipal websites. *Information, Communication & Society*, 22 (3), 369-385

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

Programari

PSPP

Netlytic o similar

Llista d'idiomes

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(TEm) Teoria (màster)	60	Espanyol	primer quadrimestre	matí-mixt