

Titulación	Tipo	Curso
Periodismo e Innovación en Contenidos Digitales	OB	0

Contacto

Nombre: Nuria Simelio Sola

Correo electrónico: nuria.simelio.sola@uab.cat

Equipo docente

Luiz Peres Garzezi

Nuria Simelio Sola

Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

Prerrequisitos

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 al área del periodismo y de la innovación en contenidos digitales.

Los principales objetivos de aprendizajes son:

- Aprender a planificar un trabajo científico para la investigación y la innovación en medios.
- Aprender a planificar un proyecto de innovación digital.
- Utilizar las técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas en el área de la comunicación digital.
- Aplicar el diseño del método científico de forma adecuada.
- Aprender a diseñar, crear, desarrollar y evaluar proyectos de innovación e investigación en el ámbito del periodismo y la comunicación digital.

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.
- Desarrollar la capacidad de evaluar las desigualdades por razón de sexo y género, para diseñar soluciones.
- 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. Conocer y utilizar las aportaciones de las mujeres y de los estudios de género a su disciplina.
6. Ejecutar y evaluar un proyecto de investigación cuyos resultados propongan soluciones aplicadas a la gestión y la producción de contenidos digitales informativos.
7. Emplear conocimientos, métodos y diferentes análisis para extraer información, organizarla, analizarla y utilizarla para resolver un problema de investigación.
8. Identificar las contribuciones de los estudios de género en la temática investigada.
9. Integrar equipos de trabajo dentro de la empresa informativa aportando alternativas de solución a problemas y situaciones concretas.
10. Integrar las herramientas y procesos adquiridos dentro de un entorno simulado de producción, asumiendo roles de responsabilidad.
11. Producir, recoger e interpretar los datos empíricos de manera sensible al género.
12. Proponer alternativas de utilización de la cooperación narrativa en la producción de contenidos informativos.
13. Proponer alternativas informativas que integren el uso de la innovación en la gestión y producción de contenidos digitales orientados a un público específico.
14. Realizar y presentar un proyecto de investigación aplicada.
15. Reconocer el papel de los medios, las producciones audiovisuales y la publicidad en la construcción de las relaciones de género y de la identidad sexual y de género.
16. Reconocer la evolución de las narrativas digitales informativas para proponer soluciones creativas a partir de las posibilidades tecnológicas y de la cooperación narrativa.
17. Saber desarrollar una investigación con perspectiva de género.
18. Saber distinguir tanto en los análisis teóricos como en los análisis empíricos los efectos de las variables sexo y género.
19. Saber hacer un uso inclusivo y no sexista del lenguaje.

20. Saber identificar el papel de las tecnologías de la información y la comunicación en la transmisión de los estereotipos de género y aplicar medidas para evitar su reproducción.
21. Saber utilizar y crear indicadores cualitativos y cuantitativos, incluyendo los estadísticos, para conocer mejor las desigualdades de género y las diferencias en las necesidades, condiciones, valores y aspiraciones de mujeres y hombres.
22. Utilizar las estructuras de narración digital con el objetivo de comunicar historias informativas de manera eficaz.
23. 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 cimientos del método científico

Tendencias de investigación sobre periodismo y contenidos digitales

Tendencias de innovación en el ámbito del periodismo y la comunicación digital

Las bases de datos bibliográficas, biblioteca digital y recursos académicos y para la investigación

El diseño y presentación de un proyecto de investigación e innovación

El proyecto de investigación y la innovación en comunicación digital

El diseño, el desarrollo y la evaluación de proyectos de innovación en el ámbito del periodismo y la comunicación digital.

El trabajo de final de Máster

Inteligencia Artificial en la investigación en comunicación

Objetivos de la investigación y elección de las técnicas

Conceptualización de la investigación

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

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

Obtención y presentación de resultados.

Generación de propuestas innovadoras y competitivas de investigación aplicada.

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.

Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Exposiciones profesorado	15	0,6	3, 4, 14
Participación en exposiciones y debates	10	0,4	3, 4, 6, 14, 7
Prácticas de aula	15	0,6	2, 1, 3, 6, 14, 7, 13
Tipo: Supervisadas			
Elaboración proyecto de investigación	20	0,8	2, 1, 6, 14, 7
Tutorías	5	0,2	6, 14, 7
Tipo: Autónomas			
Búsqueda de información	14	0,56	3, 4, 6, 14, 7, 12, 13
Lecturas	10	0,4	3, 4, 16
Realización proyecto de investigación	25	1	2, 1, 3, 4, 6, 14, 7

El curso utilizará diferentes metodologías activas y se fomentará la participación de los estudiantes. Principalmente se centrará en el estudio y resolución de casos prácticos-reales. Al inicio de cada sesión se explicará la teoría que complementará los distintos trabajos de aplicación práctica que pretenden resolver problemas concretos de la investigación en comunicación.

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura y estará disponible en el Campus Virtual de la asignatura, donde el alumnado podrá encontrar los diversos materiales docentes y toda la información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura. En caso de cambio de modalidad docente por motivos de fuerza mayor según las autoridades competentes, el profesorado informará de los cambios que se producirán en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

Nota: El contenido de la asignatura será sensible a los aspectos relacionados con la perspectiva de género y con el uso del lenguaje inclusivo.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Evaluación

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Examen	30%	3	0,12	3, 4, 5, 6, 14, 7, 8, 15, 18, 19, 20
Prácticas de aula	40%	15	0,6	2, 1, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 23, 22
Proyecto de investigación y/o	30%	18	0,72	2, 1, 3, 4, 5, 6, 14, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 18,

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

Actividad A- Proyecto de investigación y/o innovación: 30% de la nota final

Actividad B- Prácticas en grupo en el aula relacionadas con las técnicas de investigación cuantitativas y cualitativas: 40 % de la nota final

Actividad C- Examen sobre los contenidos teóricos de la asignatura: 30% de la nota final

Para aprobar la asignatura es necesario tener un 5 en la actividad C y haber asistido al 80% de las actividades prácticas. Las actividades prácticas no pueden entregarse fuera del plazo establecido. En el caso de causas justificativas (enfermedad o tratamiento médico con justificante), el estudiante podrá recuperar la actividad práctica durante el período de recuperación establecido en el calendario. La no entrega de más del 60% de las prácticas y del trabajo de curso comportará la calificación de "no evaluable".

Recuperación:

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades cuyo peso sea de un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura. Para poder presentarse a la recuperación de la asignatura será necesario haber obtenido una nota mínima de 3,5 en el examen de contenidos teóricos.

PLAGIO

En el caso que el estudiante realice cualquier irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación, con independencia del proceso disciplinario que pudiera instruirse. En caso de que se produzcan varias irregularidades, en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0.

IA

Para esta asignatura, se permite el uso de tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) exclusivamente en búsqueda de bibliografía para la investigación con el programario indicado por el profesorado. El alumnado deberá de identificar claramente las partes que han sido generadas con esta tecnología, especificar las herramientas utilizadas e incluir una reflexión crítica sobre cómo estas han influido en el proceso y el resultado final de la actividad. La no transparencia del uso de la IA en esta actividad evaluable se considerará falta de honestidad académica y puede comportar una penalización parcial o total en la nota de la actividad, o sanciones mayores en caso de gravedad.

Bibliografía

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, L. (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.

Software

PSPP

Netlytic o similar

Grupos e idiomas de la asignatura

La información proporcionada es provisional hasta el 30 de noviembre de 2025. A partir de esta fecha, podrá consultar el idioma de cada grupo a través de este [enlace](#). Para acceder a la información, será necesario introducir el CÓDIGO de la asignatura

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(TEm) Teoría (máster)	60	Español	primer cuatrimestre	mañana-mixto