

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	36602
Nombre	Metodologías de investigación
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	4.5
Curso académico	2022 - 2023

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1333 - Grado en Comunicación Audiovisual	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	4	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1333 - Grado en Comunicación Audiovisual	11 - Complementos formativos de carácter optativo	Optativa

Coordinación

Nombre	Departamento
LLORCA ABAD, GERMAN	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

Esta asignatura forma parte de la optatividad del grado de Comunicación Audiovisual. Se ofrece al inicio del segundo ciclo de la carrera a fin de introducir al alumnado en las técnicas y métodos de investigación del ámbito de las ciencias sociales. De forma específica, el programa tiene por objeto familiarizar a los estudiantes con la lógica de la investigación en el campo de la comunicación. Se plantea una introducción a los conceptos y nociones básicas de la investigación. Los contenidos contemplan la explicación de las principales técnicas y métodos de investigación cuantitativos y cualitativos que pueden aplicarse en las investigaciones. Se trata de una materia directamente vinculada a la realización de trabajos de investigación. Le será útil al estudiantado para enfrentarse a los trabajos de la carrera, pero especialmente para la realización del TFG y para los alumnos que continúen sus estudios de tesis doctoral.



CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

La asistencia y participación en la asignatura no requieren ningún conocimiento previo especializado, ya que los conocimientos básicos sobre la materia se adquieren con el seguimiento regular de la propia asignatura.

COMPETENCIAS

1333 - Grado en Comunicación Audiovisual

- Que los estudiantes sean capaces de trabajar en equipo, de comunicar las propias ideas y de integrarse en proyectos comunes destinados a la obtención de resultados.
- Que los estudiantes sean capaces de obtener y seleccionar la información y las fuentes relevantes para la solución de problemas y la elaboración de estrategias.
- Capacidad para buscar, seleccionar, leer, interpretar y analizar textos y documentos tanto escritos como audiovisuales (capacidad analítica, sintética y crítica).
- Iniciativa, creatividad, credibilidad, honestidad, imagen, espíritu de liderazgo y responsabilidad tanto de modo individual como corporativo.
- Conocer los aspectos sociales, históricos, económicos y culturales de los contextos propios y ajenos relevantes.
- Capacidad para experimentar e innovar mediante el conocimiento y el uso de métodos y técnicas aplicados.
- Capacidad para definir temas de investigación o creación personal innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo de los lenguajes audiovisuales o su interpretación y habilidad para exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos conforme a los cánones de las disciplinas de la comunicación.
- Capacidad para desarrollar un trabajo personal, sea de creación o de investigación, poniendo en práctica las competencias adquiridas. Saber plantear y asumir la responsabilidad de un proyecto propio, aunque bajo la orientación del tutor.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Llevar a cabo análisis de relatos y obras audiovisuales.



- Definir temas de investigación o creación personal innovadora.
- Exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos.
- Asumir la responsabilidad de un proyecto propio.
- Desarrollar un trabajo creativo o de investigación.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. El planteamiento general de los trabajos de investigación

Este bloque se plantea como una introducción general al diseño de investigaciones. En este bloque también los estudiantes aprenden cómo diseñar de manera general una investigación. Para ello, se ha propuesto un protocolo con una serie de fases, que deben ir validándose en el proceso del planteamiento de una propuesta o proyecto de investigación. Empezamos con la definición del concepto de paradigma interpretativo, la lógica de la comprensión (vs. explicación) y su dinámica aplicada, los tipos ideales y la neutralidad valorativa.

- 1.1. Formulación del tema de investigación.
- 1.2. Conceptualización.
- 1.3. Operacionalización.
- 1.4. Exhaustividad.
- 1.5. Elaboración del libro de códigos y de la ficha de análisis.
- 1.6. Pre-test de la codificación.
- 1.7. Corpus de contenidos a analizar.
- 1.8. Entrenamiento en el proceso de codificación.
- 1.9. Codificación.
- 1.10. Revisión de confiabilidad.
- 1.11. Análisis de los datos y elaboración del informe de investigación.
- 1.12. Transferencia del conocimiento
- 1.13. Difusión de los resultados de una investigación.

2. Técnicas y métodos de investigación cualitativa en Ciencias Sociales y Comunicación

En este bloque se presentan las diversas metodologías cualitativas, basadas en la recogida de datos, esencialmente testimonios, para la valoración etnográfica de una investigación en comunicación. Estas técnicas suelen añadir unos datos llenos de matices y detalles que permiten valorar e interpretar de forma más robusta los resultados cuantitativos de encuestas, o análisis de contenido. Básicamente, el estudiante obtendrá competencias para construir el artefacto que le permitirá desarrollar la investigación a través de las siguientes técnicas de recogida de datos cualitativos:

- 2.1. Estudios de observación directa simple (participante y no participante).
- 2.2. Análisis de contenido: variables cualitativas.



- 2.3. Consultas ciudadanas. Metodologías participativas activas.
- 2.4. Entrevistas abiertas o en profundidad.
- 2.5. Entrevistas estructuradas.
- 2.6. Diseño de encuadres, marcos de referencia y contextos históricos.
- 2.7. Estudios de caso.

3. Técnicas y métodos de investigación cuantitativa en Ciencias Sociales y Comunicación

Desde el punto de vista de la aproximación cuantitativa, se plantearán brevemente al alumnado las estrategias sobre cómo buscar respuestas a la cuestión de cómo responder a una pregunta de investigación y realizar una pequeña digresión sobre los pasos necesarios para responderla. También se abordará la necesidad de recolectar y analizar datos, centrándonos en las soluciones instrumentales de base estadística. Se llevará a cabo un rápido recorrido por los distintos pasos que puede incluir un estudio cuantitativo estándar, como por ejemplo la organización de la información, la representación gráfica, la búsqueda de relaciones entre variables, la interpretación de datos, la generalización de conclusiones y la teoría de la probabilidad, la estimación, la contrastación de hipótesis, o la modelización y predicción. Se profundizará en técnicas de base estadística concretas para encontrar respuestas a las preguntas que les formulemos en los datos.

- 3.1. Las metodologías de la investigación cuantitativa.
- 3.2. Técnicas de *big data aplicadas a la investigación científica.
- 3.3. El análisis automatizado de contenido.
- 3.4. Análisis automatizado de sentimiento.
- 3.5. Minería de datos.
- 3.6. Revisión de algunos estudios que aplican *big data a la investigación en comunicación.

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	45,00	100
Estudio y trabajo autónomo	30,00	0
Preparación de actividades de evaluación	17,00	0
Preparación de clases prácticas y de problemas	20,00	0
TOTAL	112,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

Los contenidos de la asignatura se introducen partiendo de los conocimientos generales previos del aprendiz, que deberá participar de forma activa en el desarrollo del aprendizaje. En cuanto a las horas presenciales, la asignatura se estructura en sesiones de 3 horas de duración, un día a la semana. En cada una de las sesiones, el profesor introducirá los conceptos que sean nuevos, pondrá a disposición de los estudiantes el material de trabajo que considere y dará las instrucciones oportunas para hacer trabajos y planificar el desarrollo de la asignatura.



La clase será participativa y el profesor interpelará constantemente a los alumnos para que tomen parte activa de las discusiones planteadas. Además de las instrucciones directas del profesor, se recomienda que el alumno trabaje por su cuenta los siguientes puntos:

- a) selección y trabajo con fuentes documentales diversas
- b) cooperación con los compañeros y compañeras
- c) trabajo y ampliación de las lecturas sugeridas o proporcionadas
- d) observación analítica / crítica de los discursos publicitarios y corporativos

El profesor se compromete a seguir ayudando y orientar al alumno una vez termine la clase, mediante tutorías personalizadas o tutorías a través del correo electrónico y aula virtual. En cuanto a las horas no presenciales, se recomienda de forma general:

- a) el estudio y preparación de las clases teórico-prácticas
- b) la preparación y realización de los trabajos prácticos
- c) la preparación y realización de la evaluación final

EVALUACIÓN

Dada la aproximación teórica de la asignatura, se proponen los siguientes métodos de evaluación:

- Prueba escrita final (examen): 60% de la nota final
- Presentación de esquemas, resúmenes y trabajos propuestos: 30% de la nota final
- Valoración de actitud y participación en la dinámica de clase: 10% de la nota final

El profesor dará las pautas necesarias a los alumnos para la realización de los trabajos propuestos y realizará un seguimiento del proceso de elaboración con reuniones periódicas durante el cuatrimestre.

Cada falta ortográfica cometida en la prueba escrita final y/o trabajos de módulo restará medio punto de la nota final. A partir de la tercera falta se considerará suspendida la prueba y/o trabajo. Un criterio semejante se utilizará respecto a las tildes. Cada tilde omitida o mal puesta restará 0'25 puntos de la nota final. A partir de la quinta tilde se considerará suspendida la prueba y/o trabajo. Las siguientes combinaciones de errores también implican suspender: 1 falta + 3 tildes / 2 faltas + 2 tildes.



El seguimiento de las clases, la asistencia a seminarios, tutorías y actividades formativas son valoradas positivamente y suponen una parte cuantificable de la nota de un 10%.

El uso de los teléfonos móviles está expresamente prohibido en clase, menos cuando se use como herramienta de trabajo y por indicación del profesor. Hecha esta advertencia, el uso inadecuado de este dispositivo puede comportar la expulsión temporal del alumno/a de la clase.

La única vía telemática válida de comunicación con el profesor es el servicio de correo electrónico oficial de la UVEG, así como el sistema de mensajería oficial de Aula Virtual de la UVEG. El profesor de reserva el derecho de hacer las comunicaciones oficiales que considere oportunas, en tiempo y forma durante el curso, a través de estas vías (indicaciones sobre lecturas obligatorias, entrega y plazos de entrega de trabajos, aviso de pruebas, distribución de grupos, etc.).

El estudiante tiene la obligación de revisar periódicamente (mínimo una vez a la semana) su cuenta de correo electrónico oficial de la UVEG. El profesor no considera como válida ninguna otra vía de comunicación y en caso de producirse una reclamación, sólo será estimada y evaluada la comunicación que haya sido establecida a través del correo electrónico oficial de la UVEG o Aula Virtual de la UVEG.

Las pruebas y los trabajos podrán hacerse en castellano, valenciano, en función de la preferencia del alumno. Para los estudiantes ERASMUS o extranjeros el inglés también será una opción.

El sistema general de calificaciones seguirá la normativa de la Universitat de València aprobada por el Consell de Govern del día 30 de mayo de 2017. ACGUV 108/2017.

REFERENCIAS

Básicas

- - Jensen, Klaus (ed.) (2016). La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa. México: Fondo de Cultura Económica.
- Corbetta, Piergiorgio (2007). Metodología y técnicas de investigación social.
- Igartua, Juan José y Humanes, Marisa (2004). Teoría e investigación en comunicación social. Madrid: Síntesis.
- Wasserman, Stanley y Faust, Katherine (2014). Análisis de redes sociales: métodos y aplicaciones. Madrid: CIS.

Complementarias

- - Arcila-Calderón, C., Barbosa-Caro, E., & Cabezuolo-Lorenzo, F. (2016). "Técnicas big data: análisis de textos a gran escala para la investigación científica y periodística". El Profesional de La Información, 25(4), 623. <http://doi.org/10.3145/epi.2016.jul.12>
- Conde Gutiérrez del Álamo, Fernando (2009). Análisis sociológico del sistema de discursos. Madrid: CIS.
- Herzog, D. (2016). Data Literacy: A Users Guide. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Téllez Valero, A., Montes Gómez, M., & Villaseñor Pineda, L. (2009). Using Machine Learning for Extracting Information from Natural Disaster News Reports. Computación y Sistemas, 13(1), 3344. Retrieved from <http://scielo.unam.mx/pdf/cys/v13n1/v13n1a4.pdf>



-
- Treadwell, G., Ross, T., Lee, A., & Lowenstein, J. K. (2016). A numbers game: Two case studies in teaching data journalism. *Journalism and Mass Communication Educator*, 71(3), 297308. <http://doi.org/10.1177/1077695816665215>
 - Yu, Y., & Wang, X. (2015). World Cup 2014 in the Twitter World: A big data analysis of sentiments in U.S. sports fans tweets. *Computers in Human Behavior*, 48, 392400. <http://doi.org/10.1016/j.chb.2015.01.075>
-

