

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

Código	44890
Nombre	Metodología de la investigación en comunicación y periodismo
Ciclo	Máster
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2022 - 2023

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2239 - M.U. en Nuevos Periodismos, Comunicac.Polític.Soc_18-V1	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	1	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
2239 - M.U. en Nuevos Periodismos, Comunicac.Polític.Soc_18-V1	1 - Metodología de la investigación en comunicación y periodismo	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
LOPEZ GARCIA, GUILLERMO	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

Esta materia se imparte en el primer semestre del Máster; de hecho, es la primera materia que se imparte, y tiene por objeto familiarizar a los estudiantes con la lógica de la investigación en el campo de la comunicación y el periodismo, así como con las principales técnicas y métodos de investigación cuantitativos y cualitativos que pueden aplicarse en las investigaciones. Se trata de una materia directamente vinculada con la realización de trabajos de investigación en las demás materias del máster, y en particular con el desarrollo del Trabajo Fin de Máster.

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

COMPETENCIAS

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Capacidad de diseñar un trabajo original de investigación, con arreglo a sus componentes fundamentales: objetivos, hipótesis, métodos y técnicas de investigación, fundamentos teóricos y contexto comunicativo-social
2. Capacidad de adaptar los resultados de una investigación a los formatos académico-científico más oportunos en cada circunstancia (trabajos fin de máster; tesis doctorales; artículos de investigación; presentaciones en congresos; monografías; etc.)
3. Capacidad de adecuar las características de los trabajos de investigación a la lógica específica del ámbito académico de la comunicación y el periodismo
4. Capacidad de trabajar con técnicas y métodos de investigación cuantitativos y cualitativos, específicamente o combinados entre sí, con el fin de analizar procesos sociales y comunicativos y validar hipótesis.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Esquema General

En esta asignatura los estudiantes aprenderán cómo se ha de diseñar una investigación. Para ello, se ha propuesto una guía con una serie de pasos, que se han de ir validando en el proceso del planteamiento de una propuesta o proyecto de investigación.

Los pasos son los siguientes: 1. Formulación del tema de investigación; 2. Conceptualización; 3. Operacionalización. 4. Exhaustividad; 5. Elaboración del libro de códigos y de la ficha de análisis. 6. Pre-test de la codificación. 7. Corpus de contenidos a analizar. 8. Entrenamiento en el proceso de codificación. 9. Codificación. 10. Chequeo de fiabilidad. 11. Análisis de los datos y elaboración del informe de investigación. 12. Transferencia del conocimiento; y 13. Difusión de los resultados de una investigación.



2. Investigación en comunicación y periodismo

En esta asignatura se presentan 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 de análisis de contenido. Básicamente el estudiante obtendrá competencias para construir el artefacto que le va a permitir desarrollar la investigación a través de las siguientes técnicas de recogida de datos cualitativos:

1. Estudios de observación directa simple (participante y no participante);
2. Análisis de contenido: variables cualitativas.
3. Consultas ciudadanas. Metodologías participativas activas.
4. Entrevistas abiertas o en profundidad.
5. Entrevistas estructuradas.
6. Diseño de encuadres, marcos de referencia y contextos históricos.
7. Estudios de caso

3. Técnicas y métodos de investigación en ciencias sociales y comunicación

3.1. Estadística y metodologías de investigación cuantitativa

Desde el punto de vista de la aproximación cuantitativa, tras plantearnos brevemente 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, focalizada en la necesidad de recolectar y analizar datos, nos centramos en las soluciones instrumentales que nos ofrece la estadística.

En concreto, realizamos un rápido recorrido por los distintos pasos que puede incluir un estudio cuantitativo estándar (e.g., organización de la información, representación gráfica, búsqueda de relaciones entre variables, interpretación de datos, generalización de conclusiones (teoría de la probabilidad), estimación, contrastación de hipótesis, modelización o predicción) y profundizamos en técnicas estadísticas concretas para, con la ayuda del ordenador y el software, encontrar respuestas a las preguntas que les formulemos a los datos.

- ¿Cómo responder a una pregunta de investigación? La aproximación cuantitativa.
- Análisis exploratorio de datos.
- Relaciones entre variables. Análisis multivariantes.
- Pasando de lo particular a lo general. Una introducción a la inf

3.2. Técnicas de big data aplicadas a la investigación científica y periodística

3.2.1. Introducción a las técnicas de big data

3.2.2. Análisis automatizado de contenido

3.2.3. Análisis automatizado de sentimiento

3.2.4. Minería de datos

3.2.5. Aprendizaje automático

3.2.6. Revisión de algunos estudios que aplican big data a la investigación en comunicación

3.3. Técnicas de investigación cualitativa

3.3.1. Introducción a la investigación cualitativa: definición del paradigma interpretativo, la lógica de la



comprensión (vs. explicación) y su dinámica aplicada, los tipos ideales y la neutralidad valorativa

3.3.2. La entrevista cualitativa

3.3.3. La observación participante

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	45,00	100
Elaboración de trabajos individuales	50,00	0
Estudio y trabajo autónomo	32,50	0
Preparación de clases prácticas y de problemas	22,50	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

- Lecciones magistrales
- Resolución de problemas
- Estudio de casos
- Presentaciones orales de materiales por parte de los estudiantes
- Búsqueda de datos
- Realización de ejercicios
- Tutorías

EVALUACIÓN

Es necesario asistir al 80% de las clases para poder ser evaluado de la asignatura

- Evaluación continua 20%
- Examen 40%
- Trabajos de curso 40%

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>