

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	44890
Nom	Metodología de la investigación en comunicación y periodismo
Cicle	Màster
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2022 - 2023

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
2239 - M.U. en Nous Periodismes, Comunicac.Polític.Soc_18-V1	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	1	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
2239 - M.U. en Nous Periodismes, Comunicac.Polític.Soc_18-V1	1 - Metodología de la investigación en comunicación y periodismo	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
LOPEZ GARCIA, GUILLERMO	340 - Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació

RESUM

Aquesta matèria s'imparteix en el primer semestre del Màster; de fet, és la primera matèria que s'imparteix, i té per objecte familiaritzar als estudiants amb la lògica de la investigació en el camp de la comunicació i el periodisme, així com amb les principals tècniques i mètodes d'investigació quantitatius i qualitatius que poden aplicar-se en les investigacions. Es tracta d'una matèria directament vinculada amb la realització de treballs de recerca en les altres matèries del màster, i en particular amb el desenvolupament del Treball Fi de Màster.

CONEIXEMENTS PREVIS

**Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació**

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits**COMPETÈNCIES****RESULTATS DE L'APRENTATGE**

1. Capacitat de dissenyar un treball original d'investigació, d'acord als seus components fonamentals: objectius, hipòtesis, mètodes i tècniques d'investigació, fonaments teòrics i context comunicatiu-social
2. Capacitat d'adaptar els resultats d'una investigació als formats acadèmic-científic més oportuns en cada circumstància (treballs fi de màster; tesis doctorals; articles d'investigació; presentacions en congressos; monografies; etc.)
3. Capacitat d'adequar les característiques dels treballs de recerca a la lògica específica de l'àmbit acadèmic de la comunicació i el periodisme
4. Capacitat de treballar amb tècniques i mètodes d'investigació quantitatius i qualitatius, específicament o combinats entre si, amb la finalitat d'analitzar processos socials i comunicatius i validar hipòtesis.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS**1. Esquema General**

En aquesta assignatura els estudiants aprendran com s'ha de dissenyar una investigació. Per a això, s'ha proposat una guia amb una sèrie de passos, que s'han d'anar validant en el procés del plantejament d'una proposta o projecte d'investigació.

Els passos són els següents: 1. Formulació del tema d'investigació; 2. Conceptualització; 3. Operacionalització. 4. Exhaustivitat; 5. Elaboració del llibre de codis i de la fitxa d'anàlisi. 6. Pre-test de la codificació. 7. Corpus de continguts a analitzar. 8. Entrenament en el procés de codificació. 9. Codificació. 10. Revisió de fiabilitat. 11. Anàlisi de les dades i elaboració de l'informe d'investigació. 12. Transferència del coneixement; i 13. Difusió dels resultats d'una investigació.

2. Investigació en comunicació i periodisme

En aquesta assignatura es presenten diverses metodologies qualitatives, basades en la recollida de dades, essencialment testimoniades, per a la valoració etnogràfica d'una investigació en comunicació. Aquestes tècniques solen afegir unes dades plenes de matisos i detalls que permeten valorar i interpretar de forma més robusta els resultats quantitatius d'enquestes, o d'anàlisis de contingut. Bàsicament l'estudiant obtindrà competències per a construir l'artefacte que li permetrà desenvolupar la investigació a través de les següents tècniques de recollida de dades qualitatives:



1. Estudis d'observació directa simple (participant i no participant);
2. Anàlisi de contingut: variables qualitatives.
3. Consultes ciutadanes. Metodologies participatives actives.
4. Entrevistes obertes o en profunditat.
5. Entrevistes estructurades.
6. Disseny d'enquadraments, marcs de referència i contextos històrics.
7. Estudis de cas

3. Tècniques i mètodes d'investigació en ciències socials i comunicació

3.1. Estadística i metodologies d'investigació quantitativa

Des del punt de vista de l'aproximació quantitativa, en Metodologia de la investigació en comunicació i periodisme, després de plantejar-nos breument estratègies sobre com buscar respostes a la qüestió de com respondre a una pregunta d'investigació? i realitzar una xicoteta digressió sobre els passos necessaris per a respondre-la, focalitzada en la necessitat de recol·lectar i analitzar dades, ens centrem en les solucions instrumentals que ens ofereix l'estadística.

En concret, realitzem un ràpid recorregut pels diferents passos que pot incloure un estudi quantitatiu estàndard (e.g., organització de la informació, representació gràfica, cerca de relacions entre variables, interpretació de dades, generalització de conclusions (teoria de la probabilitat), estimació, contrastació d'hipòtesi, modelització o predicció) i aprofundim en tècniques estadístiques concretes per a, amb l'ajuda de l'ordinador i el programari, trobar respostes a les preguntes que els fem a les dades.

- Com respondre a una pregunta d'investigació? L'aproximació quantitativa.
- Anàlisi exploratòria de dades.
- Relacions entre variables. Anàlisi *multivariantes.
- Passant del particular al general. Una introducció a la inferència estadística.

3.2. Tècniques de *big data aplicades a la investigació científica i periodística

3.2.1. Introducció a les tècniques de *big

data 3.2.2. Anàlisi automatitzada de contingut

3.2.3. Anàlisi automatitzada de sentiment

3.2.4. Minería de dades

3.2.5. Aprenentatge automàtic

3.2.6. Revisió d'alguns estudis que apliquen *big data a la investigació en comunicació

3.3. Tècniques d'investigació qualitativa

3.3.1. Introducció a la investigació qualitativa: definició del paradigma interpretatiu, la lògica de la comprensió (*vs. explicació) i la seua dinàmica aplicada, els tipus ideals i la neutralitat valorativa

3.3.2. L'entrevista qualitativa

3.3.3. L'observació participant

**VOLUM DE TREBALL**

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	45,00	100
Elaboració de treballs individuals	50,00	0
Estudi i treball autònom	32,50	0
Preparació de classes pràctiques i de problemes	22,50	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGIA DOCENT

- Lliçons magistrals
- Resolució de problemes
- Estudi de casos
- Presentacions orals de materials per part dels estudiants
- Cerca de dades
- Realització d'exercicis
- Tutories

AVALUACIÓ

Cal assistir al 80% de les classes per poder ser avaluats de l'assignatura

- Avaluació continua 20%
- Examen 40%
- Treballs de curs 40%

REFERÈNCIES**Bàsiques**

- 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.

Complementàries

- 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>