

**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	2023 - 2024

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2239 - Máster Universitario en Nuevos Period., Comunic. Política y Socied. Conoc.	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	1	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Carácter
2239 - Máster Universitario en Nuevos Period., Comunic. Política y Socied. Conoc.	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

En este tema del módulo, se estudiarán los diferentes enfoques y aproximaciones que actualmente se llevan a cabo en la investigación en comunicación y periodismo, en los principales centros de referencia nacionales e internacionales. En primer lugar, se abordará el concepto de ciencia, método y las fases de la investigación científica. Se ofrecerá, en segundo lugar, una perspectiva de los principales paradigmas de investigación que existen en la ciencia social y la ciencia en comunicación, para comprender las bases epistemológicas en las que se fundamentan las metodologías de investigación cuantitativas y cualitativas. En tercer lugar, se familiarizará al estudiante con las principales técnicas de investigación cuantitativas aplicadas en los estudios de periodismo y comunicación. Y, finalmente, se hará lo propio con motivo de las principales técnicas cualitativas.



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 (RD 1393/2007) // RESULTADOS DEL APRENDIZAJE (RD 822/2021)

2239 - Máster Universitario en Nuevos Period., Comunic. Política y Socied. Conoc.

- Que los/las estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- 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.
- Desarrollar la sensibilidad por el trabajo realizado con rigor, compromiso y énfasis en correspondencia con los demás, a través del lenguaje inclusivo, no sexista y no discriminatorio.
- Capacidad para detectar y analizar las cuestiones relacionadas con la comunicación que surgen en diferentes modos de relación social y de actividad política.
- Distinguir la investigación sociocomunicativa aplicada de aquella otra de naturaleza básica o académica, destinada a la construcción de un conocimiento teórico.
- Identificar, analizar e integrar la diversidad de posiciones e intereses de los actores implicados en las relaciones comunicativas analizadas, incluida la posición y los intereses de quien desarrolla la investigación sociocomunicativa.
- Desarrollar respuestas metodológicas fiables, innovadoras y creativas, para el análisis y la intervención sobre situaciones comunicativas complejas.
- Conseguir la elaboración de razonamientos argumentados que aporten evidencias sobre diferentes realidades comunicativas.
- Capacidad para detectar y analizar las cuestiones relacionadas con la comunicación que se manifiestan en forma de información, propaganda, acción comunicativa o publicidad, entre otras.
- Respetar y promocionar los derechos fundamentales, la igualdad de oportunidades y la no discriminación por razones económicas o étnicas, por la opción sexual o por las creencias.
- Respetar y promocionar los principios de igualdad entre hombres y mujeres, de accesibilidad universal de las personas con diversidad funcional, así como los valores democráticos, la cultura de la paz y de la sostenibilidad.



- Conocimiento de la relación histórica y presente entre la opinión pública y los medios de comunicación social, en atención a contextos sociales y políticos diferentes, así como a la implantación de la sociedad del conocimiento y a la relevancia en ella de las TIC.
- Ser capaz de vincular las tradiciones informativas y las tradiciones políticas en las democracias contemporáneas, pero también en sistemas políticos de otra naturaleza, para definir los campos de la opinión pública, la acción comunicativa o la acción social.
- Capacidad para aplicar metodologías y técnicas de investigación sociocomunicativa, cuantitativas y cualitativas, en el campo de los nuevos periodismos y de la comunicación política.
- Capacidad para encontrar, seleccionar, manejar y sintetizar información bibliográfica, hemerográfica y webgráfica especializada en el ámbito de los procesos de comunicación social aplicados a los campos de la acción sociocultural y la acción política, tanto en su vertiente partidista como en la de las políticas públicas y siempre desde la perspectiva informativa y/o comunicológica.
- Capacidad para delimitar un marco conceptual de carácter transversal y pluridisciplinar con el objetivo de determinar las interconexiones entre sociedad, política y medios de comunicación.
- Capacidad para conceptualizar y analizar la relación entre acción social, movimientos sociales e información pública.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RD 1393/2007) // SIN CONTENIDO (RD 822/2021)

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. Diseño y difusión de una investigación

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

1. Ciencia, método y fases de la investigación científica
2. Paradigmas de investigación social y comunicación
3. Principales técnicas cuantitativas de investigación en comunicación
4. Principales técnicas cualitativas de investigación.

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%

ATENCIÓN: Los trabajos, exámenes o cualquier otra actividad que el alumnado elabore para su evaluación docente deberán ser originales, sin plagio ni uso indebido de la inteligencia artificial. La detección de plagio, como falta grave, dará lugar a la suspensión inmediata de la respectiva convocatoria del curso. También se considerará falta grave, y por tanto dará lugar a la suspensión inmediata de la convocatoria, la copia o facilitar la copia de trabajos entre alumnos de la titulación; acceder irregularmente o apropiarse anticipadamente del contenido de una prueba o examen; facilitar o procurar la apropiación, alteración o destrucción del contenido o de los resultados de una actividad evaluable y la suplantación de la personalidad en exámenes. Cuando se detecten las faltas graves mencionadas en este punto, el profesor deberá comunicarlo a la coordinación de la Titulación.

ATENCIÓN: La honestidad intelectual es vital en las comunidades académicas, y para la justa evaluación del trabajo del estudiantado. Todos los trabajos presentados en este curso han de ser de autoría original. No se admitirán trabajos en los que se haga uso de colaboración fraudulenta o la composición con la ayuda de inteligencia artificial (ChatGPT u otros).

REFERENCIAS

Básicas

- Chalmers, Alan Francis (1976). ¿Qué es esa cosa llamada ciencia? Madrid: Siglo XXI.
- Corbetta, Piergiorgio (2007). Metodología y técnicas de investigación social.
- Corbetta, Piergiorgio (2007): Los paradigmas de la investigación social. En: Metodología y técnicas de investigación social, Madrid: Mc Graw Hill, pp. 3-29.
- Hernández Sampieri, R. (2014). Metodología de la investigación. McGraw Hill.
<https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Igartua, Juan Jose & Humanes, María Luisa (2009). Teoría e investigación en comunicación social. Madrid: Síntesis
- Jensen, Klaus (ed.) (2016). La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa. México: Fondo de Cultura Económica.
- Kuhn, Thomas (1962/2013). La estructura de las revoluciones científicas. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Wasserman, Stanley y Faust, Katherine (2014). Análisis de redes sociales: métodos y aplicaciones. Madrid: CIS.

Complementarias

- Arcila-Calderón, C., Barbosa-Caro, E., & Cabezuelo-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>
- Bruhn Jensen, K. (dir): (2014): La comunicación y los medios. Metodologías de investigación cualitativas y cuantitativas. México. FCE.
- 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>