

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA****Codi:** 44890**Nom:** Metodología de la investigación en comunicación y periodismo**Cicle:** Màster Universitari Oficial**Crèdits ECTS:** 6**Curs acadèmic:** 2025-26**TITULACIONS**

Titulació	Centre	Curs	Període
2239 - M.U. en Nous Periodismes, Comunicació Política i Societat del Coneixement	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	1	Primer quadrimestre

**MATÈRIES**

Titulació	Matèria	Caràcter
2239 - M.U. en Nous Periodismes, Comunicació Política i Societat del Coneixement	Metodología de la investigación en comunicación y periodismo	OBLIGATÒRIA

**COORDINACIÓ****RESUM**

En aquest tema del mòdul, s'estudiaran els diferents enfocaments i aproximacions que actualment es duen a terme en la investigació en comunicació i periodisme, en els principals centres de referència nacionals i internacionals. En primer lloc, s'abordarà el concepte de ciència, mètode i les fases de la investigació científica. S'oferirà, en segon lloc, una perspectiva dels principals paradigmes d'investigació que existeixen en la ciència social i la ciència en comunicació, per comprendre les bases epistemològiques en les quals es fonamenten les metodologies d'investigació quantitatives i qualitatives. En tercer lloc, es familiaritzarà l'estudiant amb les principals tècniques d'investigació quantitatives aplicades en els estudis de periodisme i comunicació. I, finalment, es farà el mateix amb motiu de les principals tècniques qualitatives.

grave;cniques qualitatives.

**CONEIXEMENTS PREVIS****RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ**

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

**ALTRES TIPUS DE REQUISITS**



## COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENTATGE

-

Aconseguir l'elaboració de raonaments argumentats que aporten evidències sobre diferents realitats comunicatives.

Capacitat per a aplicar metodologies i tècniques de recerca sociocomunicativa, quantitatives i qualitatives, en el camp dels nous periodismes i de la comunicació política.

Capacitat per a conceptualitzar i analitzar la relació entre acció social, moviments socials i informació pública.

Capacitat per a delimitar un marc conceptual de caràcter transversal i pluridisciplinari amb l'objectiu de determinar les interconnexions entre societat, política i mitjans de comunicació.

Capacitat per a detectar i analitzar les qüestions relacionades amb la comunicació que es manifesten en forma d'informació, propaganda, acció comunicativa o publicitat, entre altres.

Capacitat per a detectar i analitzar les qüestions relacionades amb la comunicació que sorgeixen en diferents maneres de relació social i d'activitat política.

Capacitat per a trobar, seleccionar, manejar i sintetitzar informació bibliogràfica, hemerogràfica i web gràfica especialitzada en l'àmbit dels processos de comunicació social aplicats als camps de l'acció sociocultural i l'acció política, tant en el seu vessant partidista com en la de les polítiques públiques i sempre des de la perspectiva informativa i/o comunicològica.

Coneixement de la relació històrica i present entre l'opinió pública i els mitjans de comunicació social, en atenció a contextos socials i polítics diferents, així com a la implantació de la societat del coneixement i a la rellevància en ella de les TIC.

Desenvolupar la sensibilitat pel treball realitzat amb rigor, compromís i èmfasi en correspondència amb els altres, a través del llenguatge inclusiu, no sexista i no discriminatori.

Desenvolupar respostes metodològiques fiables, innovadores i creatives, per a l'anàlisi i la intervenció sobre situacions comunicatives complexes.

Distingir la recerca sociocomunicativa aplicada d'aquella altra de naturalesa bàsica o acadèmica, destinada a la construcció d'un coneixement teòric.

Identificar, analitzar i integrar la diversitat de posicions i interessos dels actors implicats en les relacions comunicatives analitzades, inclosa la posició i els interessos de qui desenvolupa la recerca sociocomunicativa.

Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.

Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seua capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seua àrea d'estudi.



Respectar i promocionar els drets fonamentals, la igualtat d'oportunitats i la no discriminació per raons econòmiques o ètniques, per l'opció sexual o per les creences..

Respectar i promocionar els principis d'igualtat entre homes i dones, d'accessibilitat universal de les persones amb diversitat funcional, així com els valors democràtics, la cultura de la pau i de la sostenibilitat.

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.

## DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

### 1. Disseny i difusió d'una investigació

En aquest tema, els estudiants aprendran a dissenyar i difondre una investigació i es familiaritzaran amb totes les etapes del procés d'investigació científica: des de la concepció de la idea fins a la seua realització, execució i difusió. En concret, s'abordaran aspectes clau com la definició d'un projecte d'investigació, el cronograma, els recursos i el pla de viabilitat, i s'explicarà en què consisteix el procés de transferència del coneixement i la difusió de la investigació. Així mateix, s'introduiran les bases d'en què consisteix la carrera investigadora a Espanya, i es definiran les principals característiques del mètode científic.

### 2. Investigació en comunicació i periodisme

En aquest tema del mòdul, s'exposaran les característiques generals de la investigació científica per a posteriorment abordar la investigació en el camp de la comunicació i el periodisme. Així, s'exposaran els principals paradigmes d'investigació que existeixen en el si de les ciències socials (i, més específicament, en el si de les ciències de la comunicació) per a comprendre les bases epistemològiques en les quals es fonamenten les metodologies d'investigació quantitatives i qualitatives. També s'estudiaran els diferents enfocaments i aproximacions que actualment es duen a terme en la investigació en comunicació i periodisme, en els principals centres de referència nacionals i internacionals. Es realitzarà així mateix una comparació exhaustiva entre la lògica de la investigació quantitativa i la lògica de la investigació qualitativa amb la finalitat que els estudiants compreguen en què consisteixen tots dos abordatges de la realitat social. A continuació, es presentaran les metodologies quantitatives i qualitatives més habitualment emprades en la investigació en comunicació i periodisme. L'estudiant obtindrà així competències per a construir l'artefacte que li permetrà desenvolupar una investigació científica empírica a través de diverses tècniques de recollida de dades qualitatives i quantitatives. S'abordarà el treball de camp en la seua connexió amb la teoria, de manera que l'alumnat adquirirà competències per a relacionar la literatura acadèmica sobre comunicació amb el treball de recollida i anàlisi de les dades.

En aquest tema, es familiaritzarà a l'estudiant amb diverses tècniques específiques d'investigació quantitatives i qualitatives: l'enquesta per mostreig, l'anàlisi de contingut, l'entrevista en profunditat, i l'observació participant. Així, l'estudiant coneixerà els principals procediments que existeixen en l'àmbit de



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

la comunicació social i política per a recaptar i analitzar dades del món social que li envolta. El mòdul s'inicia parant atenció a la investigació quantitativa i a la recollida de dades per mitjà de l'enquesta per mostre i l'anàlisi de contingut, així com a les diverses tècniques d'anàlisi estadística (bivariables i multivariables) utilitzades per al contrast d'hipòtesi. S'inclouen continguts relacionats amb l'estadística descriptiva (mitjanes, percentatges, etc.) i inferencial (Chi-quadrat, residus corregits, anàlisi multivariable, etc.), així com coneixements bàsics sobre anàlisis de fiabilitat. A continuació, s'inclou una introducció a les tècniques d'anàlisis amb big data i conclou amb l'exposició de la lògica qualitativa d'investigació, mitjançant l'exposició dels fonaments de dues tècniques clàssiques: l'entrevista en profunditat i l'observació participant.

#### VOLUM DE TREBALL (HORES)

##### ACTIVITATS PRESENCIALS

Activitat	Hores
Teoria	45,00
<b>Total hores</b>	<b>45,00</b>

##### ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	12,50
Elaboració de treballs individuals o en grup	50,00
Estudi i treball autònom	50,00
Preparació de classes	25,00
Preparació d'activitats d'avaluació	0,00
Resolució de casos pràctics	12,50
<b>Total hores</b>	<b>150,00</b>

#### 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

És necessari assistir al 80% de les classes per a poder ser avaluat de la participació en classe

Els elements d'avaluació són els següents.

1) Examen: 50%

2) Treball individual: 40%

3) Avaluació contínua (participació en exercicis pràctics a l'aula, activitats proposades pel professor, etc.): 10%

Segona convocatòria: les notes es guardaran de primera a segona convocatòria (no vaig agafar d'un curs a un altre), de manera que només farà falta recuperar els elements suspesos en primera convocatòria.

**ATENCIÓ:** Els treballs, exàmens o qualsevol altra activitat que l'alumnat elabori per a la seva avaluació docent hauran de ser originals, sense plagi ni ús indegut de la intel·ligència artificial. La detecció de plagi, com falta greu, donarà lloc a la suspensió immediata de la respectiva convocatòria del curs. També es considerarà falta greu, i per tant donarà lloc a la suspensió immediata de la convocatòria, la còpia o facilitar la còpia de treballs entre alumnes de la titulació; accedir irregularment o apropiarse anticipadament del contingut d'una prova o examen; facilitar o procurar l'apropiació, alteració o destrucció del contingut o dels resultats d'una activitat avaluable i la suplantació de la personalitat en exàmens.

## BIBLIOGRAFIA

- Alonso, Luis Enrique. (2016). La entrevista abierta como práctica social. En García Ferrando, M.; Alvira, F.; Alonso, L.E. y Escobar, M. (coord.), El análisis de la realidad social: métodos y técnicas de investigación. Madrid: Alianza (pp. 390-417).
- Beltrán, M. (2015). Cinco vías de acceso a la realidad social. En M. García Ferrando et al., El análisis de la realidad social. Madrid: Alianza (pp. 17-41).
- Busquet Duran, J. y Medina Cambrón, A. (coords.). La investigación en



comunicación: ¿Qué debemos saber? ¿Qué pasos debemos seguir? Barcelona: UOC. Callejo Gallego, J. (Coord.). (2017). Introducción a las técnicas de investigación social. Ramón Areces. Chatfield, C. (1995) Problem Solving: A Statistician's Guide. Boca Ratón: Chapman & Hall/CRC Press. Conde Gutiérrez del Álamo, Fernando (2009). Análisis sociológico del sistema de discursos. Madrid: CIS. Corbetta, Piergiorgio (2007): Metodología y técnicas de investigación social. Madrid: McGraw Hill.

- Arcila-Calderón, Carlos; Barbosa-Caro, Eduar; Cabezuelo-Lorenzo, Francisco (2016). Técnicas big data: análisis de textos a gran escala para la investigación científica y periodística. El profesional de la información, v. 25, n. 4, pp. 623-631. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2016.jul.12>
- Lewis, S. C., & Molyneux, L. (2018). A decade of research on social media and journalism: Assumptions, blind spots, and a way forward. *Media and Communication*, 6(4), 11-23. Ispizua, Marian y Lavía, Cristina (2016). La investigación como proceso: Planificación y desarrollo. Madrid, Dextra. Valles, M.S. (2009). Entrevistas cualitativas. Cuadernos Metodológicos, 32. Madrid: CIS. Vilches, L. (Ed.). (2011). La investigación en comunicación: métodos y técnicas en la era digital. Editorial Gedisa. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>