Metodología de la Investigación en Ciencias de la Comunicación

Máster en Periodismo en Televisión

2024-25

UNIVERSIDAD NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Metodología de la Investigación en Ciencias de la Comunicación

Titulación: Máster en Periodismo en Televisión

Curso Académico: 2024-25

Carácter: Optativa

Idioma: Castellano.

Modalidad: Presencial

Créditos: 4

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesora: Dra. Dª Juana Rubio Romero

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Posean y comprendan conocimientos fundamentales que se enmarcan en un contexto multidisciplinar caracterizado por la confluencia de las Ciencias de la Comunicación, Ciencias Sociales, Económicas y Empresariales y Relaciones Internacionales, entre otras.
- Sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre aspectos políticos, sociales, económicos y éticos.
- Sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro, atractivo y adaptado a las características específicas del Medio Televisión.
- Sepan aplicar los conocimientos adquiridos y desarrollen una gran capacidad de desarrollar su trabajo profesional y académico en entornos mediáticos y sociales que están sufriendo una evolución constante, impulsada por el avance y la difusión de las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación.
- Tengan una gran capacidad de trabajo en equipo y dominen con suficiencia la gestión de la diversidad.
- Hayan desarrollado una gran sensibilidad en el desarrollo de su trabajo profesional y/o académico dentro del respeto a la normativa vigente tanto a nivel español como europeo, a los códigos de buenas prácticas, a los criterios de autocontrol, impulso de la igualdad de la mujer, de las personas discapacitadas, de la protección de la infancia y, en general, a los principios que se contienen en la Constitución Española y a los valores propios de la Cultura de la Paz.

- Posean las habilidades de aprendizaje que les permita continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo, para poder permanecer a la altura de los retos que plantea un mundo que se encuentra en constante evolución.
- Posean las habilidades de aprendizaje que les permita iniciar una carrera académica en el área de conocimiento de las Ciencias de la Comunicación, después de haber desarrollado durante unos años una carrera profesional de periodistas, si ese fuera su deseo.

2. CONTENIDOS

2.1. Requisitos previos

Ninguno.

2.2. Descripción de los contenidos

El objetivo de esta asignatura, que se estructura en varios seminarios, es la comprensión y manejo de las herramientas, criterios y métodos habitualmente utilizados por los investigadores académicos. La asignatura analiza las peculiaridades de la investigación en las ciencias de la comunicación y los diferentes tipos de trabajos científicos, así como la estructura y diseño del Trabajo de investigación y principales aspectos metodológicos. Se realiza un análisis detallado de las técnicas habituales de obtención y tratamiento de datos relevantes para la investigación aplicada, así como para la toma de decisiones. Se introducen específicamente técnicas cualitativas y técnicas estadísticas para la investigación cuantitativa. Finalmente, la asignatura revisa las prioridades, financiación y relevancia de la investigación y los principales problemas y soluciones del proceso de investigación y de elaboración del Trabajo de investigación. El temario se expondrá de forma teórico-práctica, con casos prácticos en los temas propuestos. Esta asignatura ofrece así los medios necesarios para el diseño y realización de trabajos de investigación rigurosos.

2.3. Contenido detallado

1. **Presentación de la asignatura**.

   - Esta primera sesión se enfoca a averiguar las expectativas de los alumnos relacionadas con la asignatura y plantear un debate en torno a los contenidos que se tratarán en ella, Algunas preguntas nos ayudan a enfocar el debate: ¿Qué es investigar? ¿De qué formas podemos indagar una realidad que desconocemos? ¿Qué dificultades entraña la investigación social? ¿Cuál es el itinerario lógico de la investigación científica?
   - Se informa también de las actividades a realizar durante el desarrollo de la asignatura, la metodología de trabajo que se va a seguir y las formas de evaluación.

2. **Conceptos básicos.**

   - Introducción a los conceptos y los fundamentos de la investigación social. Qué es ciencia. Qué tipo de operaciones implica el conocimiento científico. Qué es teoría. Qué son las hipótesis. De qué formas podemos obtener datos. Qué es el método científico. Qué es deducción e inducción. Qué es un paradigma científico ¿Cambian los paradigmas? Qué áreas son susceptibles de investigación en comunicación.
   - Empezando a formular preguntas susceptibles de investigación en comunicación sobre cada una de las áreas de investigación en comunicación.

3. **La formación investigadora: retos, posiciones y transformaciones**

   - Aprendiendo investigación investigando. Tránsito en la formación del sujeto investigador: del sentido común a la obtención de información mediante un método científico (sujeto investigador).
     Pasajes:
     - ✓ De la certeza a la duda: de las respuestas a las preguntas.
     - ✓ De la opinión (“doxa”) al conocimiento científico (“episteme”).
     - ✓ De lo dado de forma inmediata a la ordenación sistemática (dialéctica universal-particular-singular).
     - ✓ Del sujeto pasivo/receptor al sujeto activo/productor.
   - Planteamiento y descripción de la Actividad 1 (evaluable) Análisis de contenido de un artículo científico.

4. **El proceso de investigación científica**

   - Las etapas de investigación: Planteamiento – Ejecución – Divulgación. Práctica en clase de un análisis de contenido comparando sobre cómo lo abordan 2 autores (Bunge y Giddens).
   - La importancia y necesidad de saber plantear la investigación.

5. **El Marco Teórico como punto de partida**

   - Qué es un Marco Teórico y de qué secciones consta.
   - La importancia de las referencias en la investigación científica (Normativa APA).
   - Planteamiento y descripción de la Actividad 2 (evaluable) Construcción de un Marco Teórico sobre una propuesta de investigación grupal.

6. **El Proyecto de investigación práctica**

   - El planteamiento de la investigación en grupo que se llevará a cabo durante el desarrollo de la asignatura.
   - Formulación del problema y justificación.
   - Planteamiento de las hipótesis y los objetivos de investigación.

7. **Diseño de la investigación práctica**

- Los métodos y las técnicas de investigación: ¿Cómo se va a llevar a cabo la investigación que se plantea? ¿Qué métodos se van a utilizar para recoger la información que se precisa? ¿De qué herramientas nos vamos a servir?. Diferenciación entre métodos cuantitativos y cualitativos.
- Fuentes de información y muestra de estudio. ¿Qué tipo de fuentes son las que me van a proporcionar la información que necesito? ¿Quiénes son mis mejores informantes?

8. **La ejecución de la investigación práctica y el análisis de la información**

- Práctica en clase de dinámica grupal cualitativa.
- La preparación del trabajo de campo.
- Planteamiento y descripción de la Actividad 3 (evaluable) Preparación de la Guía de Discusión para la realización de trabajo de campo cualitativo.

9. **La divulgación de la investigación**

- Práctica de análisis de la información.
- Preparación del Informe de Resultados.

10. **Prueba Final**

- Entrega del informe final (70%).
- Presentación de resultados de la investigación realizada (30%).

2.4. Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de las actividades, prácticas, memorias o proyectos siguientes, u otras de objetivos o naturaleza similares
Las actividades académicas dirigidas, que supondrán un 40% de la evaluación final, serán tres y se describen a continuación.

Actividad dirigida 1 (AD1): Individual. Lectura comprensiva y análisis de contenido de un artículo científico
Evaluación: 20%
Redacción de un breve documento dando cuenta de su estructura y realizando un análisis de contenido de cada una de sus partes.
Se trata de que los alumnos interioricen y razonen sobre el canon de una investigación científica a partir de un caso concreto.

Actividad dirigida 2 (AD2): Individual y grupal. La investigación del Marco Teórico.
Evaluación: 40%
Una vez decidido el tema de investigación seleccionado en grupo, los alumnos llevarán a cabo una revisión documental para construir el Marco Teórico sobre el tema consensuado en grupo. Cada integrante del grupo aportará la lectura de mínimo 3 artículos científicos sobre el tema elegido, destacando los antecedentes de los que parte, los objetivos e hipótesis que se plantea, los métodos de investigación seguidos, los resultados y conclusiones a las que se llega y las fuentes documentales en las que se basa, tomando conciencia de la normativa que siguen esas referencias (Normas APA). Con todas estas aportaciones, el grupo elaborará un Marco Teórico conjunto.

Actividad dirigida 3 (AD3): Individual y grupal. Realización de trabajo de campo cualitativo
Evaluación: 40%
Realizar el trabajo de campo diseñado en el proyecto y aplicar técnicas de análisis para el procesamiento de la información obtenida. Cada grupo de investigación realizará un mínimo de trabajo de campo que se determinará en función de cada proyecto.

El trabajo final consistira en la elaboración de un Informe con los resultados de la investigación llevada a cabo y se hará una presentación pública.

2.5. Actividades formativas

Metodología de la Investigación: El alumno puede complementar el Trabajo con esta asignatura, para dotar de un enfoque científico al Master, que le permita desarrollar investigación académica sobre el ámbito de conocimiento relacionado con la Comunicación Audiovisual.

Teoría: (1,4 ECTS).
Lección magistral y seminarios. Se explicarán los conceptos fundamentales de la metodología de investigación. Competencias Generales 1, 2, 5, 6, 7, 8, 9 y 10. Competencias específica 2, 3, 5, 11 y 12.

Práctica: (1 ECTS).
Aprendizaje basado en casos prácticos, en las notas técnicas, en talleres específicos y en la exposición y discusión de aspectos específicos de investigación en ciencias de la comunicación. Competencias Generales 1, 2, 3, 5, 7, 8, 9 y 10. Competencias específicas 2, 3, 5, 11 y 12.

Trabajo personal: (1,6 ECTS).
Trabajos individuales del alumno. El alumno realizará dos trabajos originales para la asignatura que muestren una capacidad de aplicación de los métodos y técnicas desarrollados en la asignatura. Competencias Generales 1, 2, 5, 6, 7, 8, 9 y 10. Competencias específica 2, 3, 5, 11 y 12.

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1. Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente del siguiente modo:

0 - 4,9 Suspenso (SS)
5,0 - 6,9 Aprobado (AP)
7,0 - 8,9 Notable (NT)
9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2. Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Presentación de trabajos y proyectos (Actividades dirigidas individuales o en grupo)	40%
Examen final o trabajo final I	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	Se pierde
Presentación de trabajos y proyectos (Actividades dirigidas individuales o en grupo)	40%
Examen final o trabajo final l	50%

3.3. Restricciones

Calificación mínima
Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final.
Asimismo, es potestad del profesor que el alumno pueda presentar de nuevo las prácticas o trabajos escritos, si estos no han sido entregados en fecha, no han sido aprobados o se desea mejorar la nota obtenida, siempre en la convocatoria extraordinaria.

Asistencia
El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura
Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas y proyectos escritos, así como en los exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros…), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. El uso de las citas no puede ser indiscriminado. El plagio es un delito.

En caso de detectarse este tipo de prácticas, se considerará Falta Grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del Alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Alcina, J. (1994). *Aprender a investigar: métodos de trabajo para la redacción de tesis doctorales (Humanidades y Ciencias Sociales).* Madrid: Compañía Literaria.
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación, introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
-
- Souza, M. S., Giordano C. J. y Migliorati M. A. (Ed.) (2012). *Hacia la tesis: itinerarios conceptuales y metodológicos para la investigación en comunicación*. La Plata: Universidad Nacional de La Plata. Disponible en pdf: http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/42082)

Bibliografía recomendada

- Berganza, M.R. y Ruiz, J.A. (Coord.) (2005). *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: MacGraw-Hill.
- Callejo, J. (2000). *El grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación.* Barcelona: Ariel.
- Delgado, J.M. y Gutiérrez, J. (1998). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Síntesis.
- Ibáñez, J. (1979). *Más allá de la Sociología. El grupo de discusión, técnica y crítica*. Madrid: Siglo XXI.
- Igartua, J.J. (2006). *Métodos de Investigación en Comunicación*. Barcelona: Boch.
- Igartua, J.J. y Humanes, M.L. (2004). *Teoría e Investigación en Comunicación Social.* Madrid: Síntesis.
- (s/f) *El método científico aplicado a la investigación en comunicación social. Aula abierta. Lecciones básicas*. Portal de la comunicación. Disponible en pdf: http://www.portalcomunicacion.com/download/6.pdf
- Jensen, K.B. y Jankowski, N. (Ed.) (1993). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch.
- Martínez, J. (2008). *Cualitativa-mente. Los secretos de la investigación cualitativa*. Madrid: MillwardBrown-Esic.
- Perelló, S. (2009). *Metodología de la investigación social*. Madrid: Dykinson.
- Sierra, R. (2001). *Técnicas de investigación social: Teoría y ejercicios*. Madrid: Thomson Paraninfo.
- Walker, M. (2000). *Cómo escribir trabajos de investigación*. Barcelona: Gedisa.

Otros recursos

- Archivos de RTVE: http://www.rtve.es/television/archivo/
- Base de datos de Tesis Doctorales: https://www.educacion.gob.es/teseo/irGestionarConsulta.do
- Centro de Investigaciones Sociológicas, C.I.S.: http://www.cis.es/cis/opencms/ES/index.html
- Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud: http://adolescenciayjuventud.org/
- Estudio General de Medios: http://www.aimc.es/-Que-es-el-EGM-.html
- Fundación Telefónica: https://www.fundaciontelefonica.com/
- INJUVE: http://www.injuve.es
- Instituto Nacional de Estadística, I.N.E.: http://www.ine.es
- Kantar Media: http://www.kantarmedia.com/es
- Portal de la comunicación: http://www.portalcomunicacion.com/
- Quiosco Digital: http://kiosko.net/es/

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Juana Rubio-Romero
Departamento	Periodismo
Titulación académica	Doctora en Filosofía
Correo electrónico	jrubio@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail

Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	Doctora en Filosofía por la Universidad Complutense de Madrid (UCM) y Licenciada en Filosofía y Letras (Sección Psicología), por la UCM. Acreditada como Profesora Contratada Doctora y Profesora Doctora de Universidad Privada. Está vinculada desde 1996 a la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nebrija, donde desempeña labores de docencia (profesora de Teoría de la Comunicación y de Métodos de Investigación), de investigación (IP del Grupo Nebrija de Investigación en Comunicación – INNECOM) y de gestión. Cuenta con una dilatada experiencia profesional en el campo de la investigación social y de mercados, donde ha trabajado para los principales Institutos de Investigación, agencias de publicidad y para clientes directos. Ha sido Directora-Coordinadora del curso CIM (Curso de Investigación en Marketing) organizado por la asociación AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado y Opinión) entre 2002–2008, y profesora conferenciante en el IEDE (Instituto Europeo de Di Design Madrid) y en el TEC de Monterrey (Campus Puebla, México) Sus últimas publicaciones científicas han sido en revistas de impacto del área de Ciencias Sociales y sobre temas relacionados con los jóvenes y las redes sociales. La última: Rubio, J. y Perlado, M. (2017). Snapchat o el impacto del contenido efímero. *Telos* 107*,* 82-92. En relación a la asignatura y a las competencias profesionales del área ha dirigido hasta el momento 3 Tesis Doctorales y participado en numerosos Tribunales de Defensa.