



**UNIVERSITAT
JAUME•I**

GUÍA DOCENTE

**NOMBRE DE LA ASIGNATURA Y
CÓDIGO:**

**“SBP001-Metodologías de investigación en
comunicación”**

CURSO ACADÉMICO 2020/2021

TITULACIÓN:

**Máster Universitario en Nuevas Tendencias y Procesos de
Innovación en Comunicación**

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LA ASIGNATURA

Departamento y área de conocimiento: Departamento de Ciencias de la Comunicación. Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad

Carácter (formación básica, obligatoria, optativa, PE, TFG): Obligatoria

Curso (1º, 2º, 3º, 4º): -

Semestre (1º, 2º, anual): Primer Semestre

Créditos: 5 ECTS

Idiomas en que se imparte la asignatura: Castellano / Valenciano

Profesorado responsable: Javier Marzal Felici

Horarios: Consultar apartado de horarios en la WEB del Master www.mastercomunicacion.uji.es.

Consultar apartado de horarios en el LLEU.

2. JUSTIFICACIÓN

(Breve descripción del papel de la asignatura en el plan de estudios)

Esta asignatura tiene como objetivo introducir y orientar al alumno en su iniciación a la investigación en el campo de la comunicación, en concreto en los ámbitos de la Comunicación Audiovisual, el Periodismo y la Publicidad y las Relaciones Públicas. Para ello, este curso persigue proporcionar al alumno de las herramientas conceptuales, metodológicas e instrumentales para el desarrollo de investigaciones en el campo de la comunicación, a partir de los intereses y preferencias de los propios estudiantes.

Por otra parte, la asignatura está ligada muy estrechamente con la materia “SBP052-Trabajo Fin de Máster”, ya que en “Metodologías de investigación en comunicación” se proporcionan las herramientas conceptuales e instrumentales para el desarrollo de los Trabajos Fin de Máster, que pueden consistir en la elaboración de proyectos profesionales, consistente en el análisis profundo de una realidad profesional, la creación de un producto comunicativo o de creación de una empresa de comunicación, así como la realización de investigaciones, teóricas o aplicadas, que pueden derivar en el futuro en la realización de Tesis Doctorales.

3. CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDABLES

El alumno habrá de tener conocimientos de Grado y/o Licenciatura, en especial en los campos de la Publicidad y las Relaciones Públicas, la Comunicación Audiovisual y el Periodismo, si bien el programa de esta asignatura está también dirigido a licenciados y/o graduados del ámbito de las ciencias humanas y sociales.

4. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias

(Se completará automáticamente de la memoria del programa Verifica UJI)

CG01 - Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con los campos emergentes de la comunicación

CG03 - Analizar en profundidad, a través del conocimiento teórico-práctico de los códigos deontológicos vigentes en los ámbitos de la publicidad, de la comunicación audiovisual y del periodismo, la ética profesional, la autorregulación y la responsabilidad social y cultural en el ámbito comunicativo

CE01 - Sintetizar conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales e innovadores en el desarrollo y/o aplicación de ideas en el ámbito de la comunicación, tanto en el contexto profesional como de investigación

Resultados de aprendizaje

(Se completará automáticamente de la memoria del programa Verifica UJI)

Aplicar diferentes metodologías de investigación y de análisis de los fenómenos y textos comunicativos a estudiar.

Definir y enunciar problemas y fenómenos a estudiar en el campo de la comunicación, mediante la correcta formulación de hipótesis de trabajo

5. CONTENIDOS

Descriptor de la asignatura *(Se completará automáticamente de la memoria del programa Verifica UJI)*

Estudio de los diferentes métodos de compilación, observación, análisis y deducción científicos aplicados al ámbito de la investigación en comunicación y de las pautas principales a seguir en la elaboración del Trabajo Fin de Máster, en sus modalidades de iniciación a la investigación y de elaboración de un proyecto profesional o de análisis de una realidad profesional.

6. TEMARIO

(Detallar títulos de los temas, epígrafes y, eventualmente, subepígrafes)

Tema 1. Introducción a las metodologías de investigación

1.1. Cuestiones básicas

1.1.1. El contexto de la investigación en Comunicación

1.1.2. Características del Trabajo Fin de Máster y sus modalidades

1.1.3. Importancia de la actividad documental para la investigación

1.2. Conceptos básicos de filosofía de la ciencia

1.2.1. Un poco de historia de la ciencia

1.2.2. Ciencias experimentales versus ciencias humanas y sociales

1.2.3. El proceso de investigación y «el método científico»

Tema 2. La investigación en el campo de las ciencias de la comunicación

2.1. El complejo campo de estudios sobre comunicación: códigos UNESCO y otros sistemas de clasificación

2.2. La comunicación como objeto de estudio

2.3. Marcos metodológicos de trabajo: paradigmas de investigación

Tema 3. Técnicas de investigación en comunicación

3.1. Técnicas cuantitativas de investigación

3.1.1. El trabajo con bases de datos

3.1.2. El análisis de contenido

3.1.3. Las encuestas

3.1.4. Otras técnicas cuantitativas

3.2. Técnicas cualitativas de investigación

3.2.1. El análisis de datos

3.2.2. La observación y registro de datos

3.2.3. Técnicas de investigación de grupos

3.2.4. La entrevista en profundidad

3.2.5. El análisis crítico del discurso

- 3.2.6. El análisis semiótico y textual
- 3.2.7. Los estudios culturales y postestructuralistas

Tema 4. La investigación en comunicación: estudio de casos

- 4.1. Investigaciones en el ámbito del periodismo
- 4.2. Investigaciones en el ámbito de la publicidad y de las relaciones públicas
- 4.3. Investigaciones en el ámbito de la comunicación audiovisual
- 4.4. Líneas de investigación de los grupos de investigación vinculados al Máster

Tema 5. La investigación aplicada

- 5.1. Procesos mixtos de investigación
- 5.2. La investigación y la profesión de comunicador

7. BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS DE INTERÉS

7.1. Bibliografía básica

- BOOTH, Wayne C.; COLOMB, Gregory G.; WILLIAMS, Joseph M. (2001): *Cómo convertirse en un hábil investigador*. Barcelona: Gedisa.
- CASTRO NOGUEIRA, Luis; CASTRO NOGUEIRA, Miguel Angel; MORALES NAVARRO, Julián (2008): *Metodología de las ciencias sociales: una introducción crítica*. Madrid: Tecnos.
- ECO, Umberto (2001): *Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de investigación y escritura*. Barcelona: Gedisa.
- MARZAL FELICI, Javier; GÓMEZ TARÍN, Francisco Javier (eds.) (2007): *Metodologías de análisis del film*. Madrid: Edipo.
- MARZAL FELICI, Javier (2007): *Cómo se lee una fotografía. Interpretaciones de la mirada*. Madrid: Cátedra.
- PIÑUEL, José Luis; GAITÁN MOYA, Juan Antonio (1995): *Metodología general: conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- PIÑUEL, José Luis; GAITÁN MOYA, Juan Antonio (1998): *Técnicas de investigación en comunicación social: elaboración y registro de datos*. Madrid: Síntesis.
- VILCHES, Lorenzo (coordinador); DEL RÍO, Olga; SIMELIO, Nuria; SOLER, Pere; VELÁZQUEZ, Teresa (2011): *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona: Gedisa.

7.2. Bibliografía complementaria

- AUMONT, J. MARIE, M. (1996): *El análisis del film*. Paidós: Barcelona.
- BERNARDO PANIAGUA, José María (2006): *El sistema de la comunicación mediática. De la comunicación interpersonal a la comunicación global*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- BOCHENSKY, I. M. (1981): *Los métodos actuales del pensamiento*. Madrid: Editorial Rialp.
- BUNGE, Mario (1983): *La investigación científica. Su estrategia y su filosofía*. Barcelona: Editorial Ariel.
- BUSTAMANTE, Enrique (coordinador) (2002): *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa.
- CHALMERS, Alan F. (1984): *¿Qué es esa cosa llamada ciencia? Una valoración de la naturaleza y el estatuto de la ciencia y sus métodos*. Madrid: Siglo XXI.
- FEYERABEND, P. (1974): *Contra el método*. Barcelona: Ariel.
- GADAMER, Hans Georg (1984): *Verdad y método*. Salamanca: Sígueme.
- KUHN, T. S. (1975): *La estructura de las revoluciones científicas*. México: Fondo de Cultura Económica (1ª ed. 1962).
- LAKATOS, I. (1989): *La metodología de los programas de investigación científica*. Madrid: Alianza.
- LANDOW, George P. (1995): *Hipertexto. La convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*. Barcelona: Paidós.
- LÉVY, Pierre (1999): *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós.
- LISTER, Martin (1997): *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Barcelona: Paidós.

LÓPEZ LITA, Rafael (2001): *Las agencias de publicidad: evolución y posicionamiento futuro*. Castellón: Servicio de Publicaciones de la Universitat Jaume I.

POPPER, Karl R. (1981): *La lógica de la investigación científica*. Madrid: Alianza (Edición original 1935).

QUÉAU, Philippe (1995): *Lo virtual. Virtudes y vértigos*. Barcelona: Paidós.

RAMONET, Ignacio (1999): *Un mundo sin rumbo*. Madrid: Debate.

SARTORI, Giovanni (1997): *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.

WOLF, Mauro (1987): *La investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

ZUMALDE ARREGUI, Imanol (2006): *La materialidad de la forma fílmica. Crítica de la (sin)razón posestructuralista*. Bilbao: Servicio editorial de la Universidad del País Vasco.

ZUNZUNEGUI, Santos (1994): *Paisajes de la forma. Ejercicios de análisis de la imagen*. Madrid: Cátedra.

ZUNZUNEGUI, Santos (1995): *Pensar la imagen*. Madrid: Cátedra.

7.3. Direcciones web de interés

Repositorio Tesis Doctorales: www.tesisenred.net

Repositorio Tesis Doctorales: <https://www.educacion.es/teseo>

Revista Comunicar. www.revistacomunicar.com

Revista Comunicación y Sociedad. <http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/>

Revista Telos. <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/DYC/TELOS/>

Revista ZER. <http://www.ehu.es/zer/>

Revista Análisi. <http://webs2002.uab.es/revistaanalisi/>

Revista Ambitos. <http://departamento.us.es/dperiodismo2/ambitos.html>

Revista Estudios del mensaje periodístico. <http://www.ucm.es/info/emp/>

Revista adComunica. Revista científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación. www.adcomunicarevista.es

Grupo de Investigación «Investigaciones en Tecnologías Aplicadas a la Comunicación Audiovisual, I.T.A.C.A.-UJI», <http://www.culturavisual.uji.es>

7.4. Otros recursos

1. Rankings y directorios de revistas

JCR. Journal Citation Reports [<http://www.accesowok.fecyt.es/jcr>]

ERIH. European Reference Index for the Humanities [<http://www.esf.org/research-areas/humanities/>]

IN-RECS. Índice impacto revistas españolas ciencias sociales [<http://ec3.ugr.es/in-recs/>]

IN-RECJ. Índice impacto revistas españolas ciencias jurídicas [<http://ec3.ugr.es/in-recj/>]

DICE. Difusión y Calidad Revistas Españolas Sociales / Humanas [<http://dice.cindoc.csic.es/>]

LATINDEX (catálogo) [<http://www.latindex.unam.mx/index.html?opcion=2>]

2. Bases de datos especializadas de referencia internacional

WOS. Web of Science (SCI, SSCI, A&HCI) [<http://science.thomsonreuters.com/mjl/>]

SCOPUS [<http://www.scopus.com/home.url>]

ABM. Art Bibliographies Modern [<http://www.csa.com/factsheets/supplements/artbmcomp.php>]

ECONLIT. Revistas de Economía. [http://www.aeaweb.org/econlit/journal_list.php]

IBSS. International Bibliography of Social Sciences [<http://www.proquest.co.uk/en-UK/catalogs/databases/detail/ibss-set-c.shtml>]

IPSA. International Political Science Abstracts [<http://www.ovid.com/site/catalog/DataBase/110.jsp?top=2&mid=3&bottom=7&subsection=10>]

MLA Modern Languages Association [http://www.mla.org/publications/bibliography/bib_journals/]

PHILOSOPHER INDEX [<http://www.csa.com/factsheets/supplements/philosopher.php>]

PsycINFO. Psychological Abstracts [<http://www.apa.org/pubs/databases/psycinfo/coverage.aspx>]

RILMS. Abstracts of Music Literature [<http://www.rilm.org/>]
 RLG. Bibliography of the History of Arts
 [<http://www.csa.com/factsheets/supplements/bha.php>]
 SA. Sociological Abstracts [<http://www.csa.com/factsheets/socioabs-set-c.php>]

3. Otras Bases de Datos de Interés

RESH: Revistas Españolas Ciencias Sociales/Humanas
 [http://resh.cindoc.csic.es/busqueda_valoracion_integrada_revistas.php]
 Google Académico/Scholar [<http://scholar.google.es/>]

8. METODOLOGÍA DIDÁCTICA

(Detallar la metodología a utilizar siguiendo la filosofía del espacio europeo de educación superior)

La asistencia y participación activa de los estudiantes matriculados en esta asignatura es obligatoria. Se alternarán las sesiones teóricas con el debate, discusión y análisis de propuestas de investigación, presentadas por los profesores de la materia y por los propios estudiantes matriculados, mediante la utilización de herramientas propias de las enseñanzas online, a través de la participación en foros, hangouts, cumplimentación de cuestionarios online, realización de trabajos, etc.

Al tratarse de un máster oficial, se sigue el sistema de créditos ECTS, por lo que la atención individualizada y el trabajo personal del alumno son aspectos fundamentales del proceso de enseñanza-aprendizaje.

9. PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES

Resumen *(Las horas de cada actividad están marcadas en el programa Verifica UJI y hay que respetarlas. La presencialidad estará entre el 30 y el 40% de las horas totales de trabajo previstas en cada asignatura y la no presencialidad entre el 60 y el 70%)*

Actividades	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales	Tipo Grupo
Enseñanzas teóricas	CE01 - Sintetizar conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales e innovadores en el desarrollo y/o aplicación de ideas en el ámbito de la comunicación, tanto en el contexto profesional como de investigación CG03 - Analizar en profundidad, a través del conocimiento teórico-práctico de los códigos deontológicos vigentes en los ámbitos de la publicidad, de la comunicación audiovisual y del periodismo, la ética profesional, la autorregulación y la responsabilidad social y cultural en el ámbito comunicativo	0:00	50:00	Todo el grupo
Enseñanzas prácticas (problemas)	CG01 - Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con los campos emergentes de la comunicación CG03 - Analizar en profundidad, a través del conocimiento teórico-práctico de los códigos deontológicos vigentes en los ámbitos de la publicidad, de la comunicación audiovisual y del periodismo, la ética profesional, la autorregulación y la responsabilidad social y cultural en el ámbito comunicativo	0:00	25:00	Todo el grupo
Enseñanzas prácticas (laboratorio)	No hay competencias asignadas	0:00	0:00	Todo el grupo
Enseñanzas prácticas (prácticas externas)	No hay competencias asignadas	0:00	0:00	Todo el grupo
Seminarios	No hay competencias asignadas	0:00	0:00	Todo el grupo
Tutorías	CE01 - Sintetizar conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales e innovadores en el desarrollo y/o aplicación de ideas en el ámbito de la comunicación, tanto en el contexto profesional como de investigación	0:00	10:00	Grupo reducido y/o Individuales
Evaluación	Todas las de la materia	0:00	0:00	Todo el

				grupo
Trabajo personal	CE01 - Sintetizar conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales e innovadores en el desarrollo y/o aplicación de ideas en el ámbito de la comunicación, tanto en el contexto profesional como de investigación CG01 - Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con los campos emergentes de la comunicación CG03 - Analizar en profundidad, a través del conocimiento teórico-práctico de los códigos deontológicos vigentes en los ámbitos de la publicidad, de la comunicación audiovisual y del periodismo, la ética profesional, la autorregulación y la responsabilidad social y cultural en el ámbito comunicativo	0:00	40:00	Todo el grupo
Trabajo de preparación de los exámenes	No hay competencias asignadas	0:00	0:00	Todo el grupo
SUBTOTAL	Acumulado por tipo	0:00	125:00	
	Acumulado total		125:00	

10. SISTEMA DE EVALUACIÓN

PRUEBAS	COMPETENCIAS	PONDERACIÓN
Resolución de problemas mediante un trabajo escrito	CE01 - Sintetizar conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales e innovadores en el desarrollo y/o aplicación de ideas en el ámbito de la comunicación, tanto en el contexto profesional como de investigación CG01 – Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con los campos emergentes de la comunicación CG03 – Analizar en profundidad, a través del conocimiento teórico-práctico de los códigos deontológicos vigentes en los ámbitos de la publicidad, de la comunicación audiovisual y del periodismo, la ética profesional, la autorregulación y la responsabilidad social y cultural en el ámbito comunicativo	90%
Cuestionarios on-line de evaluación	CE01 – Sintetizar conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales e innovadores en el desarrollo y/o aplicación de ideas en el ámbito de la comunicación, tanto en el contexto profesional como de investigación CG01 – Aplicar los conocimientos adquiridos y la capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (o multidisciplinares) relacionados con los campos emergentes de la comunicación CG03 – Analizar en profundidad, a través del conocimiento teórico-práctico de los códigos deontológicos vigentes en los ámbitos de la publicidad, de la comunicación audiovisual y del periodismo, la ética profesional, la autorregulación y la responsabilidad social y cultural en el ámbito comunicativo	10%
	Total acumulado	100%

10.2 Criterios de superación de la asignatura:

A) Especificar la nota mínima de cada una de las pruebas o globalmente que se exige al estudiantado para superar la asignatura.

B) Especificar cuáles son las pruebas estrictamente necesarias para que el estudiante se considere presentado en una convocatoria.

A) La nota mínima que se exige para superar la asignatura es de 5 puntos sobre una escala de 10 puntos. En el “Borrador del Proyecto de Trabajo Fin de Máster” que haya de realizar el/la estudiante, se deberá alcanzar el 50% de la puntuación total.

B) Detalle del tipo de pruebas que se exigen necesarias para que el/la estudiante se considere presentado/a en una asignatura.

Al término de cada tema, el/la estudiante deberá cumplimentar un test para comprobar el grado de asimilación de los contenidos ofrecidos y de los conocimientos adquiridos (5% de la nota final).

La participación del estudiante en los foros, hangouts y otras actividades también será reconocida (5% de la nota final).

En la calificación del “Borrador del Proyecto de Trabajo Fin de Máster” se tendrá en cuenta la calidad de la presentación oral y escrita (calificado sobre 90%). El/La estudiante deberá seguir con rigor el documento tutorial para la elaboración del “Borrador del Proyecto de Trabajo de Investigación”.

11. OTRA INFORMACIÓN

El Profesor Responsable de la asignatura asignará el/la Tutor/a del futuro Trabajo Fin de Máster, contando con el visto bueno de la Comisión Académica del Máster, del/de la profesor/a propuesto/a, y la aceptación del/de la estudiante.