



Métodos de investigación  
en comunicación

Grado en Publicidad y  
Relaciones Públicas  
2022-23



UNIVERSIDAD  
NEBRIJA

## GUÍA DOCENTE

**Asignatura:** Métodos de investigación en comunicación

**Titulación:** Grado en Publicidad y Relaciones Públicas

**Curso académico:** 2022-23

**Carácter:** Optativa

**Idioma:** Castellano

**Modalidad:** Presencial

**Créditos:** 6

**Curso:** 4º

**Semestre:** 1º

**Profesores/Equipo Docente:** Dr. D. Alfredo A. Rodríguez Gómez y Dra. Dña. María José Establés Heras

### 1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

#### 1.1. Competencias

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.

Desarrollar un proceso de investigación dentro de las Ciencias Sociales desde la hipótesis hasta las conclusiones finales.

Manejar correctamente la terminología básica utilizada en la investigación social.

Conocer y comprender las diferentes metodologías y técnicas de investigación social que se aplican a la comunicación en general y especialmente a la persuasiva.

Aplicar los conocimientos teóricos a la comprensión de la realidad y a la resolución de problemas específicos del área de conocimiento de las Ciencias Sociales, especialmente en el ámbito de la Comunicación.

Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis

## 1.2. Resultados de aprendizaje

Conocimiento de los conceptos relacionados con la investigación social, así como superación de la realización del diseño de una investigación ad-hoc en función de unas demandas concretas. Realización de trabajos de profundización y síntesis a partir de la búsqueda en las diferentes fuentes y presentación del proyecto.

## 2. CONTENIDOS

### 2.1 Requisitos previos

Ninguno.

### 2.2 Breve descripción de los contenidos

Técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación en comunicación.

### 2.3 Contenido detallado

La asignatura sigue el hilo de lo que sería el proceso de investigación científica, puesto que se propone enseñar investigación, investigando. Los alumnos tendrán que ir desarrollando una investigación práctica en paralelo al desarrollo del programa de la asignatura.

Presentación de la asignatura.  
Explicación de la Guía Docente.

Módulo I. Sobre la actividad científica y su aplicación al TFG.

- El conocimiento científico: fundamentos y su aplicación a las ciencias sociales.
- El TFG como experiencia de investigación científica en el área de la comunicación.
- Los métodos científicos: deductivo- inductivo.
- Sobre el proceso de investigación. Etapas del proceso y fuentes de información.
- La necesidad de conocer los antecedentes para afrontar una investigación: la construcción del marco teórico.

Módulo II. Planteamiento y diseño de una investigación: El proyecto de investigación.

- Definición del problema y planteamiento de preguntas de investigación. El objeto de estudio.
- Planteamiento de hipótesis y objetivos de investigación.
- Planteamiento metodológico: los métodos cualitativos y cuantitativos.
- Diseño de la muestra de estudio.

Módulo III. Ejecución de la investigación.

- El trabajo de campo.
- Las técnicas cualitativas.
- Las técnicas cuantitativas.
- Tratamiento y análisis de la información.

Módulo IV. La divulgación de la investigación.

- Organización del informe o la memoria de investigación.
- Presentación de resultados y conclusiones.
- El tribunal. Lectura y defensa del trabajo.

### 2.4 Actividades dirigidas

Las Actividades Académicas Dirigidas (AAD) supondrán un 30% de la evaluación final. Se describen a continuación:

- Actividad dirigida 1 (AD1): *Revisión de documentación académico-científica.*

El objetivo de esta actividad es que el alumno comprenda la necesidad de revisar documentos académicos, principalmente artículos publicados en revistas de impacto científico, a la hora de plantear cualquier investigación científica y sea consciente de la importancia de seguir los códigos académicos tanto a la hora de escribir, como a la hora de referenciar la documentación consultada (normas APA7) Para ello tiene que registrar la documentación consultada en unas fichas de lectura (trabajo individual) y elaborar un texto académico dando cuenta de las lecturas realizadas a modo de marco teórico.

– Actividad dirigida 2 (AD2): *Trabajo de campo para la investigación empírica grupal*  
Los alumnos tendrán que presentar un esbozo de su objeto de estudio y de las preguntas de investigación, así como de una propuesta de metodología que van a emplear para responder a las preguntas.

## 2.5. Actividades formativas

Modalidad presencial:

Clases de teoría y práctica: 60 h (40%). Lecciones magistrales y seminarios de especialización. Talleres de discusión de casos referidos a distintas investigaciones en el ámbito de la comunicación.

Trabajo personal del alumno: 60 h (40%). Adquisición de conocimientos y realización de un proyecto de investigación sobre un caso de investigación de mercados.

Tutorías: 15 h (10%). Individuales o conjuntas donde se supervisarán las investigaciones que se estén llevando a cabo en la asignatura y se pondrán en claro algunos contenidos y competencias que necesiten ser esclarecidos.

Evaluación: 15 h (10%).

## 3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

### 3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) 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 Examen final

Los alumnos tienen que diseñar un proyecto de investigación empírica en el que hagan constar todos los elementos de una investigación: introducción y planteamiento, objeto de estudio, preguntas, objetivos e hipótesis, marco teórico, marco empírico (en este apartado, sólo las técnicas de investigación que emplearían) y bibliografía inicial.

### 3.3 Criterios de evaluación

#### Convocatoria ordinaria.

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Prueba parcial	15%
Actividades académicas dirigidas	25%
Prueba final presencial	50%

#### Convocatoria extraordinaria

Modalidad: Presencial

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Actividades académicas dirigidas	25%
Prueba final presencial	65%

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores será necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final presencial.

### 3.4 Restricciones

#### Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez han sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si desea mejorar la calificación obtenida.

#### 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, proyectos y 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.

### 3.5 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. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, 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

- Da Cunha, Iria (2016). El trabajo de fin de grado y de máster. Redacción, defensa y publicación. Barcelona: Editorial UOC.
- Hernández Sampieri, R.; Fernández collado, C y Baptista, P. (2010). *Fundamentos de metodología de la investigación*. Madrid: MC Graw Hill.
- Vilches, L (coord.) (2011). *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- Berganza Conde, M.R.; Ruiz San Román, J.A.; García Galera, C. et al. (coord.) (2010). *Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill, Interamericana de España.

##### Bibliografía recomendada

- Alonso, L. E. (1998). *La mirada cualitativa de la sociología*. Madrid: Fundamento.
- Callejo, J. (2001). *El grupo de discusión. Introducción a una práctica de investigación*. Barcelona: Ariel.
- Fraile Prieto, T. (2011). Propuestas para la investigación en comunicación audiovisual: publicidad social y creación colectiva en Internet. PDF en línea [30-08-2016]
- Igartúa, J.J. y Humanes, M.L. (2011): "El método científico aplicado a la investigación en comunicación social." Portal de la Comunicación del INCOM. Aula abierta. Disponible en: [http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/6\\_esp.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/6_esp.pdf) [30-08-2016]
- Kellner, D. (2011). Cultura mediática. Estudios culturales, identidad y política entre lo moderno y lo posmoderno. Madrid: AKAL / Estudios Visuales.
- López-Aranguren, E. "El análisis de contenido", en García Ferrando, M.; Ibáñez, J.; Alvira, F. (eds.). *El análisis de la realidad social* (1989). Madrid: Alianza (pp.383-414) PDF En línea [http://www.ocacchile.org/wp-content/uploads/2015/01/lopez-aranguren\\_analisis-de-contenido.pdf](http://www.ocacchile.org/wp-content/uploads/2015/01/lopez-aranguren_analisis-de-contenido.pdf)
- Marta Lazo, C. (coord.) (2010). *El EEES y El Proyecto Final en los Grados de Comunicación*. Madrid, España: Fragua.
- Martínez Nicolás, M.A. y Saperas, E. (2011). La investigación sobre Comunicación en España (1998-2007). Análisis de los artículos publicados en revistas científicas. *Revista Latina de Comunicación Social*. Disponible en: [http://www.revistalatinacs.org/11/art/926\\_Vicalvaro/05\\_Nicolas.html](http://www.revistalatinacs.org/11/art/926_Vicalvaro/05_Nicolas.html).
- Sierra Bravo, R. (1991). *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. Madrid: Paraninfo.
- Wimmer, R.D. y Dominik, J.R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una Introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.

##### 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>
- Estudio General de Medios: <http://www.aimc.es/-Que-es-el-EGM-.html>
- Fundación Reina Sofía: [http://www.fundacionreinasofia.es/ES/reina\\_y\\_fundacion/Paginas/default.aspx](http://www.fundacionreinasofia.es/ES/reina_y_fundacion/Paginas/default.aspx)
- INJUVE: <http://www.injuve.es>
- Instituto Nacional de Estadística, I.N.E.: <http://www.ine.es>
- Portal de la comunicación: <http://www.portalcomunicacion.com/>
- Kantar Media: <http://www.kantarmedia.com/es>
- Quiosco Digital: <http://kiosko.net/es/>

## 5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Alfredo A. Rodríguez Gómez
Departamento	Publicidad
Titulación académica	Doctor en Ciencias de la Información
Correo electrónico	arodriguezgo@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por correo electrónico
Experiencia docente, investigadora o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, o proyectos profesionales de aplicación.	<p>El profesor es doctor acreditado (ayudante doctor, contratado doctor y profesor de universidad privada) por la ANECA. Tiene un sexenio de investigación.</p> <p>Cuenta con más de 15 años de experiencia docente, entre otras materias, en Metodología de la investigación en grados y másteres de Ciencias Sociales. También es profesor de materias relacionadas con la comunicación, las relaciones internacionales y los estudios estratégicos y sobre terrorismo. En todas estas materias tiene diversas publicaciones como artículos de revista, libros o capítulos de libros.</p>

Nombre y Apellidos	María José Establés Heras
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctora en Comunicación
Área de especialización	Comunicación
Correo electrónico	mestables@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
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.	<p>María Josefa Establés es profesora permanente en la Universidad Nebrija de las asignaturas <i>Teoría de la Comunicación</i>, <i>Historia de los Medios de Comunicación</i>, <i>Métodos de Investigación en Comunicación</i> y <i>Nuevas Tecnologías y Sociedad de la Información</i>. Es doctora internacional (cum laude) en Comunicación por la Universitat Pompeu Fabra – Barcelona. Asimismo, es licenciada en Comunicación Audiovisual (Universidad Complutense de Madrid - UCM), egresada del máster universitario en Investigación en Periodismo, Discurso y Comunicación (UCM) y del máster universitario en Comunicación y Aprendizaje en la Sociedad Digital (Universidad de Alcalá - UAH).</p> <p>Forma parte del grupo de investigación Nebrija_INNOMEDIA y es</p>

miembro de los equipos de investigación de los proyectos competitivos *MEDIATIZED EU. Mediatized Discourses on Europeanization and Their Representations in Public Perceptions* (2021-2024) financiado por la Comisión Europea a través del plan H2020 y *PLATCOM. Plataformas de comunicación, fuerza de trabajo y aprendizaje informal* (2020-2024) financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación del Gobierno de España.

Además, cuenta con un sexenio vivo reconocido por la CNEAI-ANECA por el tramo 2015-2020.

Sus áreas de investigación se centran en la educación mediática y las comunidades de fans, con especial interés en la creación de contenidos con fines sociales, económicos, educativos y políticos. Asimismo, ha publicado artículos de investigación sobre aprendizaje digital y videojuegos, narrativa transmedia, series de televisión y periodismo.

Sus últimas publicaciones académicas destacadas son:

- Guerrero-Pico, M.; Establés, M-J. & Costa-Sánchez, C. (2022) Fan fiction y prácticas de lectoescritura transmedia en Wattpad: una exploración de las competencias narrativas y estéticas de adolescentes españoles. *Profesional de la Información*, 31(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.12>
- Herrero-De-La-Fuente, M., Garzía, A. & Establés, M. (2022). Narrativa transmedia y representación mediática: el caso de #Luimelia. *Cuadernos.info*. 51, 310-332. <https://doi.org/10.7764/cdi.51.28111>
- Pedrero-Esteban, L-M; Pérez-Escoda, A. & Establés, M-J. (2021). Brexit's impact on Spanish media discourse: news coverage and audience reaction on Twitter. *Profesional de la Información* 30 (6). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.10>
- Scolari, C. A., y Establés, M.-J. (2020). Ecología mediática en tiempos de pandemia: virus, comunicación e interfaces. En Pedrero-Esteban, L-M. y A. Pérez-Escoda (eds). *Cartografía de la comunicación postdigital: medios y audiencias en la sociedad de la Covid-19* (pp. 57-72). Aranzadi Thomson Reuters.
- Grandío-Pérez, M.- del-M., Establés, M.-J., y Guerrero-Pico, M. (2020). Juego de Tronos, personajes femeninos y polémicas mediáticas. Estudio de recepción entre la audiencia hispanohablante. *Historia Y Comunicación Social*, 25(1), 27-34. <https://doi.org/10.5209/hics.69224>
- Establés, M.-J., Guerrero-Pico, M., y Contreras-Espinosa, R. S. (2019). Gamers, writers and social media influencers: professionalisation processes among teenagers. *Revista Latina de Comunicación Social*, (74), 214-236.