Métodos de investigación en comunicación

Grado en Periodismo
2026-27



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Métodos de investigación en comunicación

Titulación: Grado en Periodismo

Curso Académico: 2026-27

Carácter: Optativa

Idioma: Español

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 4º

Semestre: 1º

Profesores/Equipo Docente: Dra. Dña. Marta Saavedra Llamas

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.
- 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.
- Desarrollar un proceso de investigación dentro de las Ciencias Sociales desde la hipótesis hasta las conclusiones finales.
- Reunir e interpretar datos para, tras aplicar un razonamiento crítico, emitir juicios
- Presentar y defender un proyecto propio
- 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 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

Tabla donde se detalla el contenido de la materia, las actividades dirigidas, prácticas, proyectos, memoria u otras prácticas a desarrollar tanto en las sesiones con profesor como aquellas a realizar por el alumno en su tiempo de trabajo fuera de horario docente.

La asignatura recorre el proceso de investigación de un trabajo científico, propio del área de las Ciencias Sociales, y pretende acompañar al estudiante en la configuración del esqueleto y de la metodología de su Trabajo Fin de Grado. La asignatura se enfoca desde una óptica teórico/práctica ya que, primero, se dan a conocer los principios de la investigación y las técnicas más recurrentes en el área de la Comunicación y, luego, se aplican las herramientas metodológicas en ejercicios prácticos.

Presentación de la asignatura. Explicación de la Guía Docente.

- **Módulo I. Estructura de la investigación científica**
    - Competencias de investigación
    - Estructura tipo de un trabajo de investigación
    - El tema de investigación y el objeto de estudio
    - La introducción en un TFG, TFM y tesis doctoral
    - La introducción en un *paper* o capítulo de libro
    - La justificación personal de un trabajo de investigación
- **Módulo II. Diseño del proyecto de investigación**
    - Planteamiento de las hipótesis de investigación
    - Objetivos generales y específicos
    - Formulación de preguntas de investigación
    - Conexión con los resultados y conclusiones
- **Módulo III. Fases y métodos de investigación**
    - Fases del proceso de investigación
    - Fase descriptiva y trabajo de campo
    - Las técnicas cuantitativas: encuesta y diseño de la muestra
    - Las técnicas cualitativas: entrevista en profundidad y focus group
    - Técnicas híbridas: análisis de contenido y justificación de la muestra
    - Herramientas digitales e IA aplicada al proceso de investigación
- **Módulo IV. Marco teórico**
    - La importancia de los antecedentes
    - Búsqueda de fuentes y criterios de citación
    - APA 7 y aplicación en diferentes recursos
    - Estructura de la bibliografía

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:

Actividad Académica Dirigida 1 (AAD1): Construyendo mi TFG. Introducción y justificación personal. El alumnado deberá preparar una presentación en la que incluya: Título orientativo del TFG, Palabras clave, Introducción (indicación de tres fuentes fundamentales en el estado de la cuestión) y Justificación personal. Se trata de una actividad individual que deberá exponerse oralmente en clase (5% de la evaluación total).

Actividad Académica Dirigida 2 (AAD2): De la hipótesis a la pregunta de investigación. El alumnado deberá entregar una ficha donde detalle: Título final del TFG, hipótesis, objetivos generales y específicos y preguntas de investigación. Se trata de una actividad individual que se corregirá en formato aula abierta, entre la docente y el grupo (5% de la evaluación total).

Actividad Académica Dirigida 3 (AAD3): Técnicas de investigación. Esta actividad tiene como objetivo visualizar la aplicación práctica de los métodos de investigación más utilizados en el ámbito de las Ciencias Sociales en general y de las disciplinas de Comunicación en particular. Para ello, se dividirá a los alumnos y alumnas en grupos y los equipos formados se encargarán de aplicar cada una de las técnicas. Para ello, deberán trabajar con antelación con la profesora (20% de la evaluación final).

- Encuesta. Grupo 1. Objetivo, cuestionario, público, canal, ejecución y resultados.
- Entrevista en profundidad. Grupo 2. Tema, perfil e idoneidad, cuestionario, ejecución y resultados.
- Focus group. Grupo 3. Objetivo, grupo, identificación, guion, ejecución y resultados.
- Análisis de contenido. Grupo 4. Tema, objetivo, muestra, justificación, patrón y resultados.

2.5. Actividades formativas

Modalidad presencial:

- Clases de teoría/práctica: 45h (30%)
- Trabajo personal del alumno: 75h (50%)
- Tutorías: 15h (10%). Se realizarán tutorías individuales y conjuntas donde se supervisarán las investigaciones y trabajos que se estén llevando a cabo en las asignaturas y se resolverán contenidos y competencias que necesiten ser esclarecidos
- Evaluación: 15h (10%)

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 deseptiembre) 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 unacalificación igual o superior a 9,0.

3.2 Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria.
Modalidad: **Presencial**

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Prueba parcial	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Prueba final presencial	50%

Convocatoria extraordinaria
Modalidad: **Presencial**

Sistemas de evaluación	Porcentaje
Asistencia y participación en clase	10%
Actividades académicas dirigidas	30%
Prueba final presencial	60%

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 solicitar y evaluar 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 en convocatoria ordinaria.

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.

3.4. 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. 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.

3.5. Uso de la IA

La adopción de herramientas de IA debe basarse en un enfoque transparente, responsable, ético y seguro, que fomente el desarrollo de competencias digitales en el estudiantado:
- El profesor incluirá en cada actividad formativa que lo precise, si se contempla el uso de IA Generativa, con qué objetivo y los requisitos de aplicación de esta.
- Es responsabilidad del estudiante mostrar una conducta transparente, ética y responsable con el uso de IA Generativa, y adaptarse a los criterios de aplicación y evaluación dictados por el profesor en cada actividad.
La detección de cualquier conducta fraudulenta con respecto al uso de IA Generativa, no atendiendo a las indicaciones del profesorado, aplicará las sanciones previstas en el Reglamento Disciplinario.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- 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*. McGraw-Hill, Interamericana de España.
- Vilches, L. (coord.) (2011). *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital.* Gedisa.

Bibliografía recomendada

- Alonso, L. E. (1998). *La mirada cualitativa de la sociología*. Fundamento.
- Callejo, J. (2001). *El grupo de discusión. Introducción a una práctica de investigación*. Ariel.
- Cegarra, J. (2004). *Metodología de la investigación Científica y tecnológica*.Ediciones Díaz de Santos (Acceso scribd).
- Delgado, J. M.; Gutiérrez, J. (eds.) (1994). *Métodos y técnicas cualitativas de investigación en Ciencias Sociales*. Síntesis.
- Fraile, T. (2011). *Propuestas para la investigación en comunicación audiovisual: publicidad social y creación colectiva en Internet*. PDF en línea [30-08-2016]
- Gaitán, J.A. y Piñuel, J.L. (1998). *Técnicas de investigación en comunicación social*. *Elaboración y registro de datos*. Síntesis.
- Gómez-Escalonilla, G. y Barranquero, A. (2024). Investigación Cualitativa en los Estudios de Comunicación: Características, Objetos y Técnicas. *El profesional de la información*, 33(2). https://doi.org/10.3145/epi.2024.0211. Disponible en: https://burjcdigital.urjc.es/server/api/core/bitstreams/8dc27d41-71e4-4783-b87a-cff9be4717b5/content
- Kellner, D. (2011). *Cultura mediática. Estudios culturales, identidad y política entre lo moderno y lo posmoderno*. AKAL / Estudios Visuales.
- Marta-Lazo, C. (coord.) (2010). *El EEES y El Proyecto Final en los Grados de Comunicación*. 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
- Olaz, Á.J. (2025). *Cómo dirigir un TFG en Ciencias Sociales: guía por competencias para el profesorado*. Síntesis.
- Saavedra, M.; Gago, R.; Grijalba, N. (2021). *La Llave, un TFG profesional e interdisciplinar de la Facultad de Comunicación y Artes*. Fundación Antonio de Nebrija.
- Sierra-Bravo, R. (1991). *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*. Paraninfo.
- Wimmer, R.D. y Dominik, J.R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos.* Bosch.

5. DATOS DEL PROFESOR

Nombre y Apellidos	Dra. Dña. Marta Saavedra Llamas
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctora Acreditada por ANECA. 1 sexenio de investigación activo Doctora en Ciencias de la Información Licenciada en Periodismo
Correo electrónico	msaavedr@nebrija.es
Localización	Campus de Comunicación y Artes en Madrid-San Francisco de Sales. Despacho Decanato
Tutoría	Contactar con la profesora 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.	Profesora Titular por ANECA, cuenta con un sexenio de investigación activo. Es adjunta a la decana de la Facultad de Comunicación y Artes e IP del Grupo de Investigación INNOMEDIA. Dirige la Cátedra de Cine, Mujer y Educación Nebrija-EGEDA-Platino Educa y el proyecto competitivo CIMUED-Co; lidera la línea de investigación de producción cultural y audiovisual en el Observatorio Nebrija del Español. Codirige los proyectos de innovación docente AdN, Nipho o Medialab, entre otros. Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, desarrolló la tesis doctoral *La estrategia de comunicación en el cine de Pedro Almodóvar: Influencia de la promoción en el desarrollo y consolidación de la trayectoria del autor*. Es Licenciada en Periodismo y realizó el postgrado Comunicación bursátil y sectores financieros en la misma universidad. En el área profesional ha trabajado como redactora en los periódicos regionales *El faro de Murcia* y *El diario de Murcia* y en los medios económicos *El nuevo Lunes*, *Dirigentes* y *Nuestros Negocios*. De 2008 a 2010 fue redactora jefe de estas dos últimas publicaciones, así como del confidencial Dirigentesdigital.com. Colabora con distintos medios. Tiene experiencia en el ámbito de la comunicación institucional; ha formado parte del equipo de la Agencia de Calidad, Acreditación y Prospectiva de las Universidades de Madrid (ACAP), ahora Fundación Madri+d, donde trabajó en el área de acreditación del profesorado. También, en la Fundación Antonio de Nebrija, realizando acciones institucionales y proyectos editoriales. **Investigación de la profesora aplicada a la asignatura** EJEMPLOS ARTÍCULOS CON ÍNDICE DE IMPACTO • García-Ojeda, E. & Saavedra, M. (2026). Poor Journalism as a Distinct Phenomenon from Disinformation: Definition and Taxonomy. *Journalism and Media*, 7(2), 87. https://doi.org/10.3390/journalmedia7020087 • Saavedra, M., Jiménez-Marín, G., & Palomo-Domínguez, I. (2025). Competencias y perfil profesional en la coordinación de intimidad en la creación de

productos audiovisuales: análisis de la oferta formativa universitaria española. *ICONO 14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes*, 23(1): e2263. https://doi.org/10.7195/ri14.v23i1.2263

- Saavedra, M.; Grijalba, N.; Gago, R. (2025). Las series de ficción de televisión en España: claves de éxito para un nuevo panorama audiovisual. *Palabra Clave*, 27(4), e27414. https://doi.org/10.5294/pacla.2024.27.4.14
- Gago, R.; Herrero, M. y Saavedra, M. (2025). Ideation, Direction and Executive Production: Women in Decision-Making in the Audiovisual Industry. The Case of Spain. *Bulletin of Spanish Visual Studies*, 1–21. https://doi.org/10.1080/24741604.2024.2435749
- Tavárez, A. y Saavedra, M. (2025). Los propósitos sociales del mensaje comunicativo en las campañas de las teen series españolas: las preocupaciones juveniles en el caso de Netflix. *IROCAMM. International Review Of Communication And Marketing Mix*, 8(1), 43–58. https://doi.org/10.12795/IROCAMM.2025.v08.i01.03
- Saavedra, M.; Herrero, M.; Gago, R. (2024). Valeria y el liderazgo femenino en la ficción seriada. *Revista de Comunicación*, 23(1), 535-553.
- Saavedra, M.; Gago, R.; Martínez, L.; Tavárez, A. (2023). Aprendizaje cognitivo, emocional y social en el área audiovisual. Casos de éxito durante la pandemia. *Correspondencias & Análisis*, 18, 121-153.
- Castillo, E.; Herrero, M. y Saavedra, M. (2023). La formación en verificación en España: análisis de la demanda profesional frente a la oferta de grado. *Textual & Visual Medial*, volumen 17, número 2, 4-21.
- Saavedra, M.; Herrero, M. y Castillo, E. (2023). Ámbitos profesionales del periodismo de datos dentro del ecosistema mediático digital: una paproximación al contexto español y a los medios de referencia en el mundo anglosajón. *Doxa Comunicación*, 37, 1-18.
- Tavárez, A.; Saavedra, M. y Vaquerizo, A. (2023). La estrategia de adaptación de la TV en abierto en España. Atresplayer Premium y MiTele Plus ante el ecosistema de las SVOD internacionales y la ruptura de los hábitos de consumo. *Vivat Academia*, 156, 152-172.
- Saavedra, M., Herrero, M. y Gago, R. (2022). Radiografía de la participación femenina en la industria audiovisual: de la rabia a la acción. *IC Revista Científica de Investigación y Comunicación*, 19, 31-55.
- Herrero, M., Saavedra, M. y Castillo, E. (2022). Periodismo de datos contra desinformación. Competencias, perfiles y formación requerida en el periodismo de datos. *Estudios del Mensaje Periodístico*, 28(4), 827-40. https://doi.org/10.5209/esmp.82592
- Castillo, E.; Saavedra, M.; Herrerro, M. (2022). La convergencia mediática y el universo Big Data: nuevos perfiles profesionales y necesidades formativas en Periodismo. *Sphera Pública*, 22, II: 26-42.