



Máster Universitario Programa de Doctorado

INVESTIGACIÓN APLICADA A LA COMUNICACIÓN

CURSO 2011- 2012

Contenido docente de las asignaturas:

Manuel Martínez Nicolás	<i>Diseño y técnicas de investigación cualitativa</i>
María Luisa Humanes	<i>Diseño y técnicas de investigación cuantitativa</i>
Enric Saperas	<i>Paradigmas teórico-metodológicos de la investigación comunicativa</i>
José Ramón Santillán Buelna	<i>Herramientas informáticas para el análisis de datos</i>
Ángeles Moreno Fernández	<i>Recursos de investigación y redacción de informes</i>
Pablo Francescutti Pérez	<i>Audiencias y recepción</i>
Xosé Ramón Rodríguez-Polo	<i>Comunicación política</i>
Guía docente	<i>Trabajo final de máster</i>



Asignatura: Diseño y técnicas de investigación cuantitativa / Diseño y técnicas de investigación cuantitativa (asignaturas de 9 créditos)

Las asignaturas *Diseño y técnicas de investigación cuantitativa* y *Diseño y técnicas de investigación cualitativa* forman parte del módulo del Máster/Programa de Doctorado *Investigación aplicada a la comunicación* denominado *Paradigmas y métodos de investigación*, cuyo objetivo general es proporcionar a los estudiantes una formación que los capacite para la realización de investigación sobre comunicación con el máximo rigor y exigencia teórica y metodológica. Dentro de este módulo, ambas asignaturas se encargarán de desarrollar los aspectos metodológicos de aquella formación, tomando a su cargo, respectivamente, la instrucción en los métodos de investigación cuantitativo y cualitativo, y en las técnicas más relevantes asociadas a cada uno de ellos.

El Máster/Programa de Doctorado parte, sin embargo, de una concepción amplia de la formación metodológica necesaria para los estudiantes de posgrado, lo que requiere atender a tres grandes ámbitos de contenido. En primer lugar, un conocimiento general del *método científico* y de la concreción del mismo en la práctica efectiva de la investigación empírica, que implica la realización de una serie de actividades que van interrelacionándose en el proceso de cualquier investigación. En segundo lugar, el estudiante debe poder situar la diversidad metodológica a la que refiere la distinción básica entre métodos cuantitativo y cualitativo en el marco general del debate epistemológico todavía vigente en las ciencias sociales y en la investigación sobre comunicación, resuelto en la situación de multiparadigmatismo característico de aquellas ciencias. Y, en fin, aquella formación metodológica debe asegurar, obviamente, el conocimiento pormenorizado de los métodos de investigación cuantitativo y cualitativo, y de las principales técnicas vinculadas a tales métodos.

De acuerdo con este concepto, las guías docentes de las asignaturas *Diseño y técnicas de investigación cuantitativa* y *Diseño y técnicas de investigación cualitativa* comparten los dos primeros bloques temáticos, cuyos temas serán desarrollados por los profesores de ambas asignaturas. En el primer bloque temático se plantea la noción de *método científico* y se presenta un modelo del proceso de la investigación social empírica, identificando las diferentes actividades, operaciones y componentes que lo conforman.

En el segundo bloque, se sitúa la producción del conocimiento científico sobre los fenómenos sociales en el marco del *debate epistemológico* planteado en las ciencias sociales para dar cuenta del carácter multiparadigmático de éstas y del origen de la diversidad metodológica en la práctica de la investigación social. Se pretende también en este segundo bloque distinguir sistemáticamente las características centrales de la práctica de la investigación siguiendo los métodos cuantitativo y cualitativo de investigación, y en particular en lo relativo a las condiciones que cada uno de estos métodos impone al acceso al mundo empírico para la obtención de datos (características generales de las técnicas de investigación propias de cada método).



Asignatura: Herramientas informáticas para el análisis de datos (3 créditos)

La asignatura se coordina de forma estricta con las asignaturas de diseño y técnicas de la investigación cuantitativa y cualitativa. Se recomienda la lectura de cualquier manual de investigación para identificar los diferentes pasos o etapas al llevar a cabo una investigación, ya sea bajo el enfoque cuantitativo, el cualitativo o una combinación de ambos.

La asignatura tiene como objetivo introducir al estudiante en el conocimiento y la importancia de los principales métodos para realizar análisis cuantitativo y cualitativo de los datos, entender cómo el análisis de datos de investigaciones cuantitativas y cualitativas son complementarios, aprender la estadística descriptiva para el análisis e interpretación de datos y el aprendizaje del programa informático SPSS para analizar en forma cuantitativa los datos

Asignatura: Paradigmas teórico-metodológicos de la investigación comunicativa (6 créditos)

Para un desarrollo armónico y progresivo de la investigación comunicativa y de las teorías de la comunicación son de radical importancia los marcos teóricos que han sido de constante presencia desde el inicio de la investigación hasta la actualidad. La relevancia del conocimiento de los marcos teóricos que han forjado las teorías de la comunicación se ha incrementado en las dos últimas décadas debido a que nos encontramos sumidos en un periodo de transformación histórica y de cambios de todo tipo. En tiempos de tribulación es costumbre, en cualquier ciencia social, volver la mirada hacia atrás para recapitular y visitar los grandes marcos teóricos que construyeron su disciplina.

En nuestro caso la investigación comunicativa no dispone de un *canon comunicológico* propio por cuanto las teorías de la comunicación son el resultado de la pluridisciplinariedad aportada por diversas ciencias sociales. Sin embargo, a lo largo de la historia de la investigación comunicativa se han forjado unos paradigmas teórico-metodológicos procedentes (o compartidos, quizá sería mejor esta segunda expresión) de tres ciencias sociales que fundamentaron sólidamente la investigación comunicativa: la sociología, la psicología y la ciencia política. Estos paradigmas teórico-metodológicos se forjaron con especial intensidad en la década de los años veinte y treinta del siglo pasado, y posteriormente en las décadas de los años setenta y ochenta hasta la actualidad. Nuestro objetivo es confeccionar *un mapa de situación* de los marcos teóricos que configuran la investigación comunicativa actual y exponer el origen y la relevancia de cada agrupación de teorías. El canon está formado por cinco grandes marcos teóricos: el funcionalismo estructural, las teorías críticas y el materialismo histórico y el interaccionismo simbólico y las sociologías interpretativas, a las que se añaden paradigmas más recientes como el determinismo tecnológico y el estructuralismo.

Asignatura: Recursos de investigación y redacción de informes (3 créditos)

Cualquier investigador social debe formalizar todas las modalidades de su trabajo mediante el dominio de los recursos de investigación y de la redacción de todo tipo de documentos científicos. La asignatura permite al alumno conocer cuáles son las principales fuentes de documentación y los recursos de investigación más relevantes en el ámbito de las ciencias sociales y de la comunicación. Por otra parte podrá aprender las rutinas básicas de la redacción de todo tipo de documento científico: un proyecto de investigación, una memoria de

investigación, el informe de resultados, un artículo científico, la tesis de doctorado. Mediante esta asignatura el alumno será capaz de buscar activamente literatura científica y recursos de investigación, comprender y sintetizar literatura científica, utilizar el lenguaje científico propio de las ciencias sociales, diseñar materiales de investigación y redactar materiales de difusión científica.

Asignatura: Audiencias y recepción (3 créditos)

Es recomendable tener una experiencia previa, sea en investigación o sea en actividades profesionales relacionadas con la problemática de las audiencias. Es aconsejable asimismo contar con conocimientos en Ciencias de la Comunicación o en actividades relacionadas con la comunicación en todos los campos (desde periodismo hasta relaciones públicas)

Resulta conveniente estar familiarizado/a como espectador o lector, con los principales productos de las industrias culturales (periódicos, revistas, películas, CDs musicales, portales digitales, etc.)

Es imprescindible tener un conocimiento de inglés suficiente para poder comprender los textos académicos que se utilizarán en los ejercicios prácticos.

Asignatura: Comunicación política (3 créditos)

En esta asignatura se propone al alumno abordar la comunicación política tanto desde el punto de vista teórico como en su gestión práctica. A su vez se busca que los alumnos asuman la radical importancia de la investigación en este campo.

Aunque no se exigen conocimientos previos es recomendable que el alumno haya cursado las asignaturas de metodología de investigación y de “Herramientas informáticas para el análisis de datos” del máster. También es aconsejable el conocimiento de las principales teorías actuales sobre la influencia de los medios

Asignatura: Trabajo de fin de Máster (24 créditos)

El conjunto de los contenidos docentes del Máster de Investigación aplicada a la comunicación tienen como finalidad la capacitación de los alumnos en los conocimientos y las técnicas básicas que definen la investigación comunicativa. El objetivo del *Trabajo fin de máster* es la realización de una primera monografía de carácter científico sobre cualquier segmento, estructura o fenómeno del proceso comunicativo y de los medios de comunicación que permitan mostrar que los alumnos han adquirido las competencias y los conocimientos que configuran el Máster.

El *Trabajo fin de máster* consistirá en la elaboración de un artículo científico (destinado a una revista especializada en ciencias de la comunicación) o una ponencia (destinada a un congreso organizado por una asociación especializada en comunicación y medios). El *Trabajo de fin de máster* se define como un trabajo científico de carácter empírico mediante la aplicación de técnicas de carácter cuantitativo, de carácter cualitativo o mediante la aplicación de ambas modalidades o podrá ser un trabajo resultante del uso de fuentes secundarias.

La extensión del *Trabajo de fin de máster* será de 25 a 30 páginas (18.000 palabras, aproximadamente) y se redactará mediante un interlineado de 1'5 y con un cuerpo de letra 12 de

fuelle Arial. La extensión propuesta no incluye la bibliografía de la monografía que tendrá la extensión que cada alumno decida.

Para la realización del *Trabajo fin de máster* los alumnos deberán presentar un Impreso de solicitud que se adjunta a esta Guía docente. Se entregará la propuesta a la dirección de máster antes del 31 de enero de 2012. Cada solicitud será evaluada por el claustro de profesores para su aceptación. En caso contrario el claustro de profesores procederá a su devolución para que pueda corregirse cualquier deficiencia que incluya el proyecto original. En este último caso el proyecto definitivo se presentará antes del día 28 de febrero.

El claustro de profesores asignará un tutor a cada proyecto. El plazo máximo para asignar un tutor será el día 7 de marzo de 2012. La función del tutor será la de asesorar al alumno y orientar la realización del proyecto presentado con plena capacidad de dirección.

CÓMO CONTACTAR CON NOSOTROS:

Director: Enric Saperas

master.investigacioncomunicacion@urjc.es

<http://www.geac.es>

http://www.urjc.es/estudios/masteres_universitarios/comunicacion/investigacion_comunicacion/index.htm

Teléfono de contacto: 91.488.73.09