

Máster Universitario en Investigación en Comunicación

1r Trimestre

Diseño, planificación y metodología de la investigación – obligatoria - 5 ECTS

Tipos de investigación, paradigmas teóricos y búsqueda de literatura. Planteamiento y diseño de la investigación: pregunta de investigación, objetivos e hipótesis, construcción de marco teórico, conceptos clave, diseño de la investigación: población y muestra. Objetos de investigación. Limitaciones. Garantías para investigaciones válidas y fiables. Herramientas y procedimientos del análisis de datos. Métodos cuantitativos: encuesta, experimentos. Metodologías cualitativas: etnografía y etnografía digital, focus group y entrevistas. Diseño de proyectos de investigación en la industria de la comunicación.

Discurso y comunicación – optativa - 5 ECTS

Análisis de contenido cualitativo y cuantitativo: definición de las unidades de análisis, categorías y variables. Análisis crítico del discurso: Fairclough, Van Dijk y Wodak; fundamentos teóricos y fases analíticas. Análisis narratológico: niveles de historia, niveles de trama, esquematización narrativa y narrativa transmediática. Análisis semiótico: cuadrado semiótico, esquema narrativo y enunciativo, extracción de significados, fundamentos semióticos del diseño en medios digitales interactivos. Otros métodos/aproximaciones: análisis etnográfico de la comunicación, etnometodología y análisis de la conversación, neorretórica.

Avances en teoría e investigación en comunicación – obligatoria - 5 ECTS

Paradigmas teóricos en las ciencias sociales. Cambios y retos de la investigación en comunicación en el siglo XXI y el papel del investigador. Historia de las tres áreas principales de investigación en comunicación: efectos de los medios, audiencia como objeto de investigación y el estudio del contenido. Tendencias teóricas del siglo XXI. Mapa de investigación en comunicación y las tendencias en Europa, España, Latinoamérica, Estados Unidos y Gran Bretaña. Presentación de proyectos de investigación actuales del departamento, con las teorías y metodologías aplicadas.

Habilidades y competencias del investigador en comunicación – obligatoria - 5 ECTS

Seminarios centrados en aspectos de habilidades y recursos para la formación de la persona investigadora, dividido en tres bloques. Bloque 1 – competencias del investigador en comunicación: bases de datos y literatura científica; habilidades de escritura científica y argumentación; vídeo como forma de recopilación de datos; planificación y organización de proyectos de investigación académicos e industriales. Bloque 2 – ética y filosofía en la investigación: ética en métodos etnográficos; uso e implementación de guías éticas; retos éticos en el entorno digital; consentimiento informado y relaciones de poder entre investigador e informante. Bloque 3 – habilidades comunicativas: hablar en público, difusión de la investigación en públicos académicos y no académicos y creación de identidad de investigador/a en redes.

Psicología de los medios de comunicación – optativa - 5 ECTS

Historia de la Psicología de los Medios: evolución desde la comunicación y la psicología. Definición y principales conceptos de la Psicología de los Medios: percepción, cognición, emoción,

motivación. Teorías y paradigmas principales en la Psicología de los Medios: teoría cognitiva social, teoría del procesamiento de la información social, teoría de la exposición selectiva, modelo de capacidad limitada mediado por el procesamiento de mensajes. Métodos de investigación en Psicología de los Medios: psicofisiología, medición cuantitativa, medición cualitativa. Psicología y comunicación. Casos de estudio. Tipos de medios: violencia mediática, emoción, medios sexuales, persuasión, narrativa. Tecnologías: videojuegos, Internet, radio, televisión, redes sociales.

Comunicación e interculturalidad – optativa - 5 ECTS

Introducción a la comunicación intercultural y retos; definición de conceptos. El proceso de aculturación. Los métodos de investigación en comunicación intercultural: aproximaciones dialógicas y modelos de dimensión de Hofstede. Estructuras culturales, estructuras de poder y estructuras dialógicas. Comunicación intercultural y raza y género: interseccionalidad y discursos contrahegemónicos. Comunicación intercultural y medios: prejuicios, estereotipos, imaginarios, representaciones y opresiones sistemáticas. Tensiones globales: decolonialismo y etnocentrismo.

Big data, cultura y sociedad – optativa - 5 ECTS

Definición de conceptos y antecedentes históricos del Big Data. Aproximaciones teóricas y críticas al análisis del big data. Datificación de la vida cotidiana, digitalización de servicios básicos, nuevos servicios digitales, monopolios y concentración empresarial. Discursos mediáticos sobre big data. Explotación de big data; manipulación mediática y política. Cambios sociales: cultura del algoritmo, vigilancia masiva, privacidad e intimidad. Inteligencia artificial: algoritmos y sesgos.

2o Trimestre

Análisis avanzado de datos – obligatoria - 5 ECTS

Análisis cuantitativo: marco teórico, bases de datos, hipótesis, variables, diseño experimental, encuesta, análisis del contenido; software SPSS, estadísticas descriptivas y estadísticas inferenciales: tests paramétricos, correlaciones, chi-cuadrado, t-test, ANOVA, regresión; informe de resultados. Análisis cualitativo: paradigmas y métodos mixtos. Análisis y fase de interpretación. Software NVivo. Codificación. Análisis de datos de proyectos de investigación en la industria de la comunicación.

Redes, medios y nuevos desafíos teóricos – optativa - 5 ECTS

De las teorías del broadcasting a las teorías del networking. Emergencia de nuevas formulaciones teóricas dentro de los Media Studies. World Wide Web: nuevos conceptos, hipótesis y teorías. Redes sociales, dispositivos móviles. Economía política de la comunicación en red. Interficies: revisión histórica y análisis crítico del concepto. La mediasfera: una mirada eco-evolutiva. Nuevas audiencias: prosumidores, fandom y culturas colaborativas. Las nuevas mediatizaciones. Investigar y teorizar: desarrollo de marcos teóricos. Digital Humanities y Cultural Analytics.

Comunicación interpersonal – optativa - 5 ECTS

Teoría e investigación en comunicación interpersonal: estado actual de la teoría y la investigación en comunicación interpersonal; cultura y comunicación interpersonal; identidad y comunicación interpersonal; relaciones y comunicación interpersonal. Estudio y análisis de la comunicación interpersonal: el análisis de la conversación como perspectiva, disciplina y metodología;

recolección, transcripción y análisis de datos; estructuras fundamentales de la conversación; interacción institucional; tipos de acciones; historias en la conversación: storytelling; membership categorization analysis.

Estudios culturales y cultura popular – optativa - 5 ECTS

Introducción a los estudios culturales y el análisis de la cultura popular: definiciones, marco teórico y metodológico. Celebridades y poder: cultura celebrity y construcción de identidad, los reality de televisión y las microcelebridades. Clase y desigualdad: capital, representación de la clase popular en los medios, imaginarios de la crisis en los medios. Reality televisivo: construcción de la esfera pública, los realities neoliberales, talent shows, makeover shows y gamificación. Estudios de género y queer: estudios culturales feministas, telenovelas y novelas románticas, postfeminismo y series de televisión, feminismos populares y estudios queer. Fandom y cultura participativa: reconstrucción de las jerarquías culturales, fandom y género, fans y anti-fans, olas de estudio.

Infancia, juventud y medios de comunicación – optativa - 5 ECTS

Introducción a la infancia, juventud y cultura. Perspectiva ética: pobreza infantil y la construcción mediática, violencia contra los niños y niñas, niños y niñas refugiadas, migrantes y no acompañados. Construcción de la imagen de la infancia y la juventud en la infancia, estereotipos. Construcción y reproducción de estereotipos de género en los medios. El reto de defender los derechos de la infancia: advocacy, campañas de defensa de derechos en los medios y participación de infancia y juventud en la elaboración de políticas públicas.

Medios digitales, democracia y sociedad – optativa - 5 ECTS

Relaciones entre medios y democracia; comunicación política online. Metodologías propias de la investigación en comunicación política y ciudadanía. Las visiones de la democracia y construcción de ciudadanía: expresión cívica digital, expresión y ciudadanía, los efectos de la expresión política. Deliberación: discusión política, discusión online, compromiso político. Capital social y medios de comunicación. Medios digitales y política: conocimiento político, exposición selectiva y burbujas. Participación: nuevas formas de participación política, el poder político de las redes sociales. Periodismo ciudadano y contenido generado por los usuarios. Comunicación política: campañas online, innovaciones, retos.

Perspectivas contemporáneas sobre comunicación y género – optativa - 5 ECTS

Introducción a los estudios feministas y de género. Aproximaciones teóricas a la investigación con perspectiva de género. Construcción retórica del género: lenguaje y género. La comunicación y la construcción de identidad de género: discursos hegemónicos y contra-hegemónicos. Los medios de comunicación y la representación del género: estereotipos, maternidad. Género y cultura: representaciones etnocéntricas de las mujeres. Sexualidad e identidad sexual: relaciones románticas heterosexuales; estereotipos de las personas transexuales. Construcción de la masculinidad en la publicidad.

3r Trimestre

Participación en proyecto de investigación – obligatoria - 5 ECTS

El estudiante se incorpora en un proyecto o en las actividades de un grupo de investigación a instancias del coordinador de la asignatura, procurando que coincida con los intereses del

estudiante, bien sea por la metodología o la línea de investigación. Cada estudiante es supervisado por el investigador principal del proyecto o el coordinador del grupo de investigación, que adopta las funciones de tutor, y acompaña al estudiante y le asigna las tareas que deba realizar. Estas tareas pueden estar relacionadas con: la revisión de la literatura; el diseño de la investigación; la recolección de datos; el análisis de datos; elaboración de los resultados y conclusiones; difusión del proyecto o de las actividades del grupo de investigación.

Trabajo de Fin de Máster — obligatoria - 15 ECTS

Proyecto de investigación que se propone desarrollar como tesis doctoral en el futuro. Tendrá que incluir, como mínimo:

- Una presentación del tema específico escogido y justificación de su importancia, novedad y relevancia académica.
- Estado de la cuestión.
- Problema de investigación, pregunta de investigación y/o hipótesis, objetivos.
- Metodología, especificando las técnicas concretas a aplicar en la investigación.
- Estructura y contenidos de la investigación a desarrollar, definición de los conceptos principales sobre los que se construirá la investigación.
- Bibliografía, documentación y materiales necesarios para los objetivos de la investigación.
- Cronograma.

A ser posible, se espera que el alumno tenga un tema de investigación concreto que, con la ayuda de su adscripción a un grupo de investigación del Departamento de Comunicación y de las diferentes asignaturas del programa, vaya cristalizando en un proyecto concreto de investigación y en el trabajo final de investigación, naturalmente obligatorio, que normalmente se redacta bajo la supervisión de un tutor durante el tercer trimestre del Máster, y que se defiende en sesión pública ante un tribunal formado al efecto. El estudiante intensifica su dedicación al Trabajo de fin de máster en el tercer trimestre, aunque puede empezarse antes, si así se determina de acuerdo con los tutores académicos.

El Máster concluye con la evaluación y calificación del Trabajo de fin de máster. Se valoran especialmente aspectos tales como el interés del tema, el uso adecuado de los métodos de investigación en comunicación, el diseño adecuado de la investigación, la revisión bibliográfica realizada, la claridad expositiva, tanto de los objetivos como de los resultados, y la discusión de los mismos.