

Llicenciatures: Periodisme (Op)  
(5 crs.)  
(4art. Curs, 7è Semestre)

I) OBJECTIU:

Donar els instruments teòrics, pràctics i de referència necessaris per a l'aplicació a la investigació en comunicació de masses amb la finalitat que l'alumne ellabori un projecte d'investigació i desenvolupi el seu treball de curs corresponent.

II) PROGRAMA

TEMA I: L'objecte d'estudi de la comunicació de masses.

1. La producció de la comunicació de masses. 2. Els productes de la comunicació. 3. Els continguts de la comunicació. 4. La recepció de la comunicació. 5. La influència de la comunicació.

TEMA II: Planificació del treball científic: articulació de les tècniques d'investigació.

1. Complementarietat de les tècniques d'investigació a partir de l'objecte d'estudi. 2. Compatibilitat dels resultats obtinguts. 3. Articulació dels resultats a partir del punt de vista de l'investigador i l'objecte d'estudi.

TEMA III: Les tècniques de recollida de dades.

1. L'enquesta. 2. L'observació participant. 3. L'observació sistemàtica. 4. L'entrevista en profunditat. 5. Les històries i fragments de vida. 6. Els grups de discussió. 7. Les tècniques de panel. 8. Les tècniques de prospectiva.

TEMA IV: Les tècniques d'anàlisi de dades.

1. Procediments per a l'anàlisi de les dades. 2. Elaboració del programa d'anàlisi. 3. L'execució del programa d'anàlisi. 4. Obtenció dels resultats. 5. Els diferents factors dels que depèn l'anàlisi de les dades. 6. Diferents tipus d'anàlisi de dades.

TEMA V: Investigació en els processos de producció.

Estudi dels processos de producció a través de l'observació participant. Aplicacions de l'entrevista en profunditat. L'enquesta com a tècnica per a l'estudi de la producció.

TEMA VI: La investigació sobre els productes.

1. L'anàlisi dels productes comunicatius. 2. L'anàlisi dels productes comunicatius a partir de l'estudi dels continguts com a punt de partida per a l'estudi de la influència. 3. Tècniques per la investigació dels continguts: l'anàlisi de contingut, l'anàlisi associativa i l'anàlisi dels mitssatges. 4. El disseny de la fitxa de contingut. 5. Els nivells d'anàlisi. 6. La interpretació dels resultats.

TEMA VII: Investigació de la recepció.

Anàlisi d'audiències: tècniques de medició, mostra i interpretació de resultats. Estudi dels usos dels mitjans. L'anàlisi de la recepció: els contextes de recepció i la interpretació dels missatges a partir de l'observació participant, l'entrevista en profunditat i les històries de vida.

#### TEMA VIII: Investigació de la influència dels mitjans.

Les tècniques aplicades per a la investigació de la influència dels mitjans. L'enquesta: qüestionari, mostra, interpretació de resultats. L'estudi de la influència a partir dels usos dels mitjans. L'estudi de la influència a partir dels processos de recepció. Integració de l'anàlisi dels continguts i de les enquestes. Anàlisi longitudinal.

### III) BIBLIOGRAFIA

#### - General

- AA.DD. Metodología para la investigación histórica de la prensa. Quaderns d'Història de la Comunicació Social, no. 8. Bellatera, UAB, 1988.
- ANDER-EGG, E. Técnicas de investigación social. Buenos Aires. Editorial Humanitas, 1987, 21è. ed.
- CICOUREL, A. V. El método y la medida en sociología. Madrid, Editora Nacional, 1982.
- CLEMENTE DIAZ, M. "El análisis de contenido como técnica de investigación de la comunicación social". Dins de: Metodología de la investigación. La investigación en la comunicación, Madrid, AICE, 1992, pp. 61-70.
- ESPINET, F. Teoria dels egodocuments. Barcelona, Llibres de l'Index, 1994.
- ESTRUCH, J. "El conflicte quantitatius/qualitatius: un fals problema". Dins de: Tècniques qualitatives en ciències socials. Barcelona, Societat Catalana de Sociologia (I.E.C.), 1992, pp.7-16
- GARCIA FERRANDO, M., IBAÑEZ, J. i ALVIRA, F. (comps.) El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación. Madrid, Alianza Editorial, 1992.
- GONZALEZ, J.A. "Navegar, naufragar, rescatar... entre dos continentes perdidos. Ensayo metodológico sobre culturas de hoy". Dins de: Metodología de la investigación. La investigación en la comunicación, Madrid, AICE, 1992, pp. 35-56.
- HERNANDEZ, SAMPIERI, R., FERNANDEZ COLLADO, C. i BAPTISTA LUCIO, P. Metodología de la investigación. México, McGraw-Hill Interamericana de México, 1991, 1a. ed.
- JENSEN,K.B. i JANKOSWSKI, K.B. (eds.) Metodologías cualitativas de investigación en comunicación. Barcelona, Bosch, 1993.
- MARTIN SERRANO, M. La producción social de comunicación. Madrid, Alianza Editorial, 1993, 2a. ed.
- OROZCO GOMEZ, G. "Dialéctica de la mediación televisiva. Estructuración de estrategias de recepción por los televidentes". Dins de: Anàlisis. Quaderns de Comunicació i Cultura, no. 15, 1993, pp. 31-44.
- PADUA, J. et al. Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales. México, FCE, 1993, 1a. ed., 5a. reimp.
- RODRIGO, M. Los medios de comunicación ante el terrorismo. Barcelona, Icaria, 1991.
- SIERRA BRAVO, R. Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios. Madrid, 1992, 8a. ed., rev.
- TAYLOR, S.J. i BOGDAN, R. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda del significado. Barcelona, Edic. Paidós, 1992.
- VELAZQUEZ, T. Los políticos y la televisión. Aportaciones de la teoría del discurso al diálogo televisivo. Barcelona, Ariel, 1992.

- VILCHES, L. Televisión. Los efectos del Bien y del Mal. Barcelona, Paidós, 1995,  
2a. ed.
- VISAUTA, B. Técnicas de investigación social. Vol. I: Recogida de datos.  
Barcelona, PPU, 1989.

- Complementària

- ANGUERA, M.T. Metodología observacional en la investigación psicológica. Vol I Fundamentación. Barcelona, PPU, 1991.
- ANGUERA, M.T. "Metodología observacional". Dins de: J. Arnau i J. Gómez (eds.) Metodología de la investigación en ciencias del comportamiento. Murcia, Universidad de Murcia, 1990.
- BAKEMAN, R. Y. i GOTTMAN, J. M. Observación de la interacción: introducción al análisis secuencial. Madrid, Morata, 1989.
- BARDIN, L. El análisis de contenido. Madrid, Akal, 1986, 21è. ed.
- BOSCH, J.L. i TORRENTE, D. Encuestas telefónicas y por correo. Cuadernos Metodológicos, no. 9. Madrid, CIS, 1993
- BOUDON, E. i LAZARSFELD, P.F. (comps.) Metodología en las ciencias sociales. Barcelona, Laia, 1985.
- CALLEJO GALLEGOS, J. La audiencia activa. El consumo televisivo: discursos y estrategias. Madrid, CIS i SXXI, 1995.
- CHALMES, Alan F. ¿Qué es esa cosa llamada ciencia?. Madrid, Siglo XXI, 1994.
- FESTINGER, L. i KATZ, D.(comps.) Los métodos de investigación en las ciencias sociales. Barcelona, Edic. Paidós, 1992.
- HARVATOPoulos, Y. et al. El arte de la encuesta. Bilbao, Deusto, 1992.
- KRIPPENDORFF, K. Metodología de análisis de contenido. Barcelona, Paidós, 1990.
- KRUEGER, R.A. El grupo de discusión. Guía práctica para la investigación aplicada. Madrid, Pirámide, 1991.
- MAYNTZ, R., HOLM, K. i HÜBNER, P. Introducción a los métodos de la sociología empírica. Madrid, Alianza Editorial, 1980, 2a. ed.
- NOELLE-NEUMANN, E. Encuestas en la sociedad de masas. Introducción a los métodos de la demoscopia. Madrid, Alianza Editorial, 1970.
- OROZCO GOMEZ, G. "Dialéctica en la mediación televisiva. Estructuración de estrategias de recepción por los televidentes". Dins de: Anàlisis. Quaderns de comunicació i cultura, no. 15, 1993, pp. 31-44.
- PUJADA, J.J. El método biográfico: el uso de las historias de vida en ciencias sociales. Cuadernos Metodológicos, no. 5. Madrid, CIS, 1992.
- VELAZQUEZ, T. "La interpretación del discurso cultural-comunicativo en los medios de comunicación". Dins de: La investigación en la comunicación. Madrid, AICE, 1992, pp. 31-34

IV) DESENVOLUPAMENT DEL CURS

- Classes teòriques.
- Projecte d'investigació i el seu desenvolupament com a treball de curs.
- Optatiu: Debat a classe dels textos seleccionats de la bibliografia.

V) AVALUACIÓ:

- Treball de curs obligatori
- Examen final.

