

Llicenciatures: Comunicació Audiovisual (Ob)  
 Publicitat i Relacions Públiques (Ob)  
 (5 crs.)  
 (2on. Curs, 4art. Semestre)

Professores Amparo Moreno Sardà (Publicitat i RR. Públiques)  
 Teresa Velázquez (Comunicació Audiovisual)

#### A) OBJECTIUS:

Introducció als principals mètodes i tècniques d'investigació en comunicació de masses. Aconseguir que l'alumne interpreti correctament la lectura d'un treball de recerca aplicat a la comunicació de masses i l'elaboració d'un projecte d'investigació.

#### B) PROGRAMA

TEMA I: Mètode i coneixement científic i tècniques d'investigació.

1. Què s'entén per metodologia i quina és la seva importància en la indagació científica. 2. Diferents formes de coneixement. 3. El mètode científic. 4. Diferents formes d'aproximació al coneixement científic (anàlisi, síntesi, inducció, deducció, analogia, etc.). 5. El mètode científic i l'estudi de la comunicació de masses. 6. Relació entre teoria, metodologia i tècniques d'aplicació. 7. El llenguatge científic: conceptes i termes. 8. El llenguatge de l'audiovisual. 9. Precisió, definició i interpretació. 10. Les tècniques de lectura lingüística i audiovisual.

TEMA II: Disciplines i tècniques d'investigació a la recerca comunicativa: antropologia, sociologia, semiòtica, psicologia, història.

1. Mètode i mètodes en la investigació de la comunicació. 2. Diferents perspectives en la investigació de la comunicació de masses. 3. La perspectiva empíricoanalítica i el seu paradigma. 4. La perspectiva històrica i el seu paradigma. 5. La perspectiva estructural, fenomenològica i interpretativa i el seu paradigma. 6. La perspectiva críticodialèctica i el seu paradigma. 7. Els mètodes quantitius i qualitius: diferències i interrelacions. 8. La recerca comunicativa i l'aplicació de mètodes quantitius. 9. La recerca comunicativa i l'aplicació de mètodes qualitius. 10. La interrelació de mètodes en la recerca comunicativa. 11. Els centres d'investigació en comunicació de masses. 12. Publicacions especialitzades en la investigació de la comunicació de masses.

TEMA III: La comunicació de masses com a àrea d'investigació a l'àmbit de les ciències socials: els contextes en la investigació de la comunicació.

1. La comunicació de masses i els processos de producció. 2. Els productes de la comunicació. 3. Els continguts de la comunicació. 4. La recepció de la comunicació. 5. El consum dels mitjans.

TEMA IV: El procés d'investigació i les seves etapes:

1. Organització, planificació i procés del projecte científic. 2. Delimitació de l'objecte d'estudi. 3. Elaboració de l'estratègia d'investigació. 4. Elecció del tema. 5. Plantejament del problema. 6. Delimitació d'objectius. 7. Marc teòric i fons documentals. 8. Tipus d'investigació: descripció, explicació, exploració. 9. Formulació d'hipòtesis. 10. Delimitació i disseny de la mostra. 11. Periodització, pla de treball i pressupost. 12 La pràctica de la investigació. 13. Comprovació i generalització de resultats.

TEMA V Tècniques d'investigació per a l'anàlisi de la comunicació de masses: estudi de casos.

1. Els mètodes d'interrogació: aplicació de les tècniques quantitatives a la investigació de la comunicació. L'enquesta 2. Els mètodes d'interrogació: aplicació de les tècniques qualitatives a la investigació de la comunicació de masses. L'entrevista en profunditat, els diferents tipus d'observació, les històries de vida 3. Els continguts de la comunicació i l'aplicació de tècniques per a la seva anàlisi. L'anàlisi de contingut, l'anàlisi semiòtica-discursiva, l'anàlisi hemerogràfica.

### III) BIBLIOGRAFIA

- General

- AA.DD. Metodología para la investigación histórica de la prensa. Quaderns d'història de la comunicació, no. 8. Bellaterra, Biblioteca de la Facultat de Ciències de la Comunicació, 2a. ed.
- ANDER-EGG, E. Técnicas de investigación social. Buenos Aires. Editorial Humanitas, 1987, 21è. ed.
- BLUMER, H. El interaccionismo simbólico: perspectiva y método. Barcelona, Hora, S.A., 1982
- CICOUREL, A. V. El método y la medida en sociología. Madrid, Editora Nacional, 1982
- ESTRUCH, J. "El conflicte quantitatiu/qualitatiu: 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.
- JENSEN, K.B. i JANKOSWSKI, K.B. (eds.) Metodologías cualitativas de investigación en comunicación. Barcelona, Bosch, 1993.
- MARDONES, J.M. Filosofía de las ciencias humanas y sociales. Barcelona, Anthropos, 1991.
- MORENO SARDÀ, A. La mirada informativa. (en premsa)
- PONS, I. Programación de la investigación social. Madrid, C.I.S., 1993.
- RADCLIFFE-BROWN, A.R. El método comparativo en la antropología social. Barcelona, Anagrama, 1975.
- RUIZ OLABUENAGA, J.I. i ISPIZUA, A. La descodificación de la vida cotidiana. Métodos de investigación cualitativa. Bilbao, Universidad d Deusto, 1989
- TAYLOR, S.J. i BOGDAN, R. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda del significado. Barcelona, Edic. Paidós, 1992.
- WIMMER, R.D. i DOMINICK, J.R. La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos. Barcelona, Bosch, 1997

- Complementària

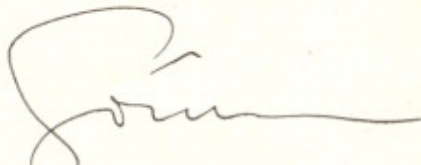
- ANGUERA, M.T. Metodología observacional en la investigación psicológica. Vol I Fundamentación. Barcelona, PPU, 1991.
- ANGUERA, M.T. "Metodología observacional". Dins de: J. Arnau i J. Gómez (eds.) Metodología de la investigación en ciencias del comportamiento. Murcia, Universidad de Murcia, 1990.
- BAKEMAN, R. Y. i GOTTMAN, J. M. Observación de la interacción: introducción al análisis secuencial. Madrid, Morata, 1989.
- 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.
- 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.
- KRUEGER, R.A. El grupo de discusión. Guía práctica para la investigación aplicada. Madrid, Pirámide, 1991.
- LAKATOS, I. La metodología de los programas de investigación científica. Madrid, Alianza Editorial, 1989.
- MAYNTZ, R., HOLM, K. i HÜBNER, P. Introducción a los métodos de la sociología empírica. Madrid, Alianza Editorial, 1980, 2a. ed.
- OROZCO GOMEZ, G. "Dialéctica en la mediación televisiva. Estructuración de estrategias de recepción por los televidentes". Dins de: Anàlisi. 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.
- RODRIGO, M. Los medios de comunicación ante el terrorismo. Barcelona, Icaria, 1991.
- VELÁZQUEZ, T. Los políticos y la televisión. Aportaciones de la teoría del discurso al diálogo televisivo. Barcelona, Ariel, 1992.
- VELÁZQUEZ, 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
- VILCHES, L. Televisión. Los efectos del bien y del mal. Barcelona, Paidós, 1995, 2a. ed.

#### IV) DESENVOLUPAMENT DEL CURS

- a) Clases teòriques.
- b) Projecte d'investigació com a treball de curs: confecció d'un model.
- c) Optatiu: Debat a classe dels textos seleccionats de la bibliografia.

#### V) AVALUACIO:

- a) Treball de curs obligatori
- b) Examen final.



**UAB**

Universitat Autònoma de Barcelona

Departament de Periodisme  
i de Ciències de la Comunicació