

Llicenciatura: Publicitat i Relacions Públiques (Ob)

(5 crs.)

(2on. Curs, 2on. Semestre)

Professor: Lorenzo Vilches

Curs acadèmic: 2000-2001

A) OBJECTIU

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: La investigació de la comunicació i els seus procediments metodològics.

1. Mètode i coneixement científic i l'estudi de la comunicació de masses. 2. Diferents formes d'aproximació al coneixement científic (anàlisi, síntesi, inducció, deducció, analogia, etc.). 3. Epistemologia del coneixement científic. 4. Relació entre teoria, metodologia i tècniques d'aplicació. 4. Disciplines, perspectives metodològiques i tècniques d'investigació en comunicació: els principals paradigmes. 5. El problema del mètode en les ciències socials: l'àmbit de la investigació en comunicació. 6. El llenguatge científic: conceptes i termes. 7. El llenguatge de l'audiovisual. 8. Les tècniques de lectura lingüística i audiovisual. 9. Centres d'investigació en comunicació de masses. 10. Publicacions especialitzades en la investigació de la comunicació.

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

1. Organització, planificació i procés del treball 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. Disseny i estratègia de la investigació. 11. Delimitació i disseny de la mostra. 12. Pla de treball, periodització i pressupost. 13. La pràctica de la investigació. 14. Comprovació i generalització de resultats.

TEMA III 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, l'observació participant, els grups de discussió, les històries de vida. 3. La investigació longitudinal i les seves modalitats. 4. 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

- General

AA.DD. Metodologia 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

BUXÓ, M.J. i MIGUEL, J. M. de (eds. De la investigación audiovisual. Barcelona, Proyecto A Edicions, 2000.

CASSETTI, F. i CHIO, F. di Cómo analizar un film. Barcelona, Paidós, 1998.

CICOUREL, A. V. El método y la medida en sociología. Madrid, Editora Nacional, 1982.

- GALINDO CÁCERES, J. (coord.) Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. México, Addison Wesley Longman, 1998.
- GARCIA FERRANDO, M., IBÁÑEZ, J. i ALVIRA, F. (comps.) El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación. Madrid, Alianza Editorial, 1992.
- GUASCH, O. Observación participante. Madrid, CIS, 1997.
- IBÁÑEZ, J. (coord.) Nuevos avances en la investigación social I y II. Barcelona, Proyecto A Edicions, 1998.
- JENSEN, K.B. i JANKOWSKI, K.B. (eds.) Metodologías cualitativas de investigación en comunicación. Barcelona, Bosch Casa Editorial, 1993.
- MORENO, A. La mirada informativa. Barcelona, Bosch Casa Editorial, S.A., 1998.
- PONS, I. Programación de la investigación social. Madrid, C.I.S., 1993.
- RUIZ OLABUENAGA, J.I. Cómo elaborar un proyecto de investigación. Bilbao, Ediciones Universidad de Deusto, 1998.
- RUIZ OLABUENAGA, J.I. i ISPIZUA, A. La descodificación de la vida cotidiana. Métodos de investigación cualitativa. Bilbao, Universidad de Deusto, 1989.
- TAYLOR, S.J. i BOGDAN, R. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda del significado. Barcelona, Ediciones Paidós, 1992.
- VELÁZQUEZ, T. Los políticos y la televisión. Aportaciones de la teoría del discurso al diálogo televisivo. Barcelona, Ariel, 1992.
- VELÁZQUEZ, T. "Comunicación política en televisión. Los indicadores de la cultura política". Dins de: Comunicación y estudios universitarios, n. 9, 1999a, pp. 53-60.
- VELÁZQUEZ, T. "Comunicación política y cultura política". Dins de: Verso&Reverso, n. 29, 1999b, pp. 9-22.
- VILCHES, L. Televisión. Los efectos del Bien y del Mal. Barcelona, Ediciones Paidós, 1995, 2a. ed.
- VILCHES, L. Manipulación de la información televisiva. Barcelona, Ediciones Paidós, 1995, 2ª ed.
- VILCHES, L. Teoría de la imagen periodística. Barcelona, Ediciones Paidós, 1997.
- WIMMER, R.D. i DOMINICK, J.R. La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos. Barcelona, Bosch Casa Editorial, S.A., 1996, 1a. ed.

- Complementària

- AA.DD. Eurofiction 1998 primo rapporto sulla fiction televisiva in Europa. Roma RAI.VOPT, 1999. Edició a càrrec de Milly BUOANNO.
- 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.
- BUSTAMANTE, E. La televisión económica. Barcelona, Gedisa, 1999.
- CHALMERS, Alan F. ¿Qué es esa cosa llamada ciencia?. Madrid, Siglo XXI, 1994.
- DIAZ NOSTY, B. Informe anual de la comunicación 1997-1998 estado y tendencias de los medios en España. Barcelona, Grupo Zeta, 1998.
- 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.
- HUERTAS, A. Cómo se miden las audiencias en televisión. Barcelona, Editorial CIMS, 1998.
- JENSEN, K.H. La semiótica social de la comunicación de masas. Barcelona, Bosch Casa Editorial, S.A., 1997.
- 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.
- LAKATOS, I. La metodología de los programas de investigación científica. Madrid, Alianza Editorial, 1989.
- MARTIN BARBERO, J. i REY, G. Modos de ver y hegemonía audiovisual. Barcelona, Gedisa, 1999.
- 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.

VELAZQUEZ, T. "La interpretación del discurso cultural-comunicativo en los medios de comunicación". Dins de: A.I.C.E. La investigación en la comunicación. III Simposio de la Asociación de Investigadores en Comunicación del Estado Español (A.I.C.E.). Madrid, AICE, 1992, pp. 31-34.

IV) DESENVOLUPAMENT DEL CURS

- a) Classes teòriques.
- b) Projecte d'investigació com a treball de curs: confecció d'un model.

V) AVALUACIO:

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

