

Licenciatura: Periodismo (Op)  
(5 crs.)  
(4° Curso, 2° Semestre)

Profesor: Lorenzo Vilches

Curso académico: 2000-2001

#### I) OBJETIVOS:

Dar los instrumentos teóricos, prácticos y de referencia necesarios para la aplicación a la investigación en comunicación de masas con la finalidad que el alumno elabore un proyecto de investigación y desarrolle su trabajo de curso correspondiente.

#### II) PROGRAMA

TEMA I: Las técnicas del análisis de datos.

1. Procedimientos para el análisis de datos. 2. Elaboración del programa de análisis. 3. La ejecución del programa de análisis. 4. Obtención de los resultados. 5. Los diferentes factores de los que depende el análisis de datos. 6. Diferentes tipos de análisis de datos.

TEMA II: Investigación en los procesos de producción. (Opciones de trabajo de investigación para los estudiantes).

1. Las demandas de las empresas de comunicación y de las instituciones. 2. La investigación sobre los medios: la investigación de la producción, del consumo, del producto y de la recepción. 3. La investigación en la industria cinematográfica: metodologías de investigación en economía, sociología y estética del cine.

TEMA III La investigación de los géneros y formatos comunicativos. (Opciones de trabajo de investigación para los estudiantes).

1. Análisis de los géneros informativos y de opinión. 2. Análisis de los géneros de ficción. 3. Análisis de los géneros de entretenimiento. 4. Análisis de los géneros educativos y culturales. 5. Análisis de la estructura y funciones narrativas.

TEMA IV: La investigación sobre los productos. (Opciones de trabajo de investigación para los estudiantes).

1. El análisis de los productos comunicativos. 2. El análisis de los productos comunicativos a partir del estudio de los contenidos como punto de partida para el estudio de la influencia.

TEMA V: Investigación de la recepción. (Opciones de trabajo de investigación para los estudiantes).

1. Análisis de audiencias: técnicas de medición, muestra e interpretación de resultados. 2. Estudio de los usos de los medios. 3. El análisis de la recepción: los contextos de recepción y la interpretación de los mensajes.

TEMA VI: Investigación de la influencia de los medios. (Opciones de trabajo de investigación para los estudiantes).

1. La investigación de la influencia de los medios. 2. El estudio de la influencia a partir de los usos de los medios. 3. El estudio de la influencia a partir de los procesos de recepción.

### III) BIBLIOGRAFIA

- AA.DD. Eurofiction 1998 primo rapporto sulla fiction televisiva in Europa. Roma RAI.VOPT, 1999. Edició a càrrec de Milly BUOANNO.
- AA.DD. Metodología para la investigación histórica de la prensa. Quaderns d'Història de la Comunicació Social, no. 8. Bellaterra, UAB, 1988.
- ANDER-EGG, E. Técnicas de investigación social. Buenos Aires. Editorial Humanitas, 1987, 21è. ed.
- BUSTAMANTE, E. La televisión económica. Barcelona, Gedisa, 1999.
- BUXÓ, M.J. i MIGUEL, J. de (eds.) De la investigación audiovisual. Barcelona, Proyecto A Edicions, 2000.
- CAFFAREL, C. i VELÁZQUEZ, T. (coords.) "Metodología de la investigación". (Área de trabajo I). 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. 21-123.
- 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: 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. 61-70.
- ESPINET, F. Teoria dels egodocuments. Barcelona, Llibres de l'Index, 1994.
- GALINDO CÁCERES, Jesús (coord) Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. México, Addison Wesley Longman, 1998.
- 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.
- IBAÑEZ, Jesús (coord.) Nuevos avances en la investigación social I y II. Barcelona, Proyecto A Edicions, 1998.
- JENSEN, K.H. La semiótica social de la comunicación de masas. Barcelona, Bosch Casa Editorial, S.A., 1997.
- JENSEN, K.B. i JANKOSWSKI, K.B. (eds.) Metodologías cualitativas de investigación en comunicación. Barcelona, Bosch, 1993.
- KING, Gary, KEOHANE, Robert O. i VERBA, Sidney El diseño de la investigación social. La inferencia científica en los estudios cualitativos. Madrid, Alianza Editorial, 2000.
- MARTIN SERRANO, M. La producción social de comunicación. Madrid, Alianza Editorial, 1993, 2a. ed.
- MORENO, A. La mirada informativa. Barcelona, Bosch Casa Editorial, S.A., 1998.
- 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.
- SÁNCHEZ CARRIÓN, J.J. Manual de análisis de datos. Madrid, Alianza Editorial, 1995.

- SERRANO PÉREZ, Gloria Investigación cualitativa. Retos e interrogantes. I Métodos. II Técnica y análisis de datos. Madrid, Editorial La Muralla, 1988
- 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, Ediciones Paidós, 1992.
- VELAZQUEZ, T. Los políticos y la televisión. Aportaciones de la teoría del discurso al diálogo televisivo. Barcelona, Ariel, 1992.
- 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, 1992b, pp. 31-34.
- VELÁZQUEZ, T. Televisión. discurso y cultura política. Barcelona, Gedisa, 2000.
- 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.

- Complementaria

- 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 LAZARFELD, P.F. (comps.) Metodología en las ciencias sociales. Barcelona, Laia, 1985.
- CALLEJO GALLEGO, J. La audiencia activa. El consumo televisivo: discursos y estrategias. Madrid, CIS i SXXI, 1995.
- CASSETTI, F. i CHIO, F. di Cómo analizar un film. Barcelona, Ediciones Paidós, 1998.
- CASSETTI, F. i CHIO, F. di Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación. Barcelona, Ediciones Paidós, 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.
- 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: Análisis. 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.

- **Revistas especializadas:**

Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura.

Anuario FUNDESCO

Anuario El País

Communication

European Journal of Communication

NORDICOM

RAI.VQPT

TELOS

VERSUS

IV) DESARROLLO DEL CURSO

a) Clases teóricas.

b) Projecte d'investigació i realització de la investigació com a treball de curs.

V) EVALUACIÓ:

a) Trabajo de curso obligatorio

b) Examen final.

3773  
Departament de Psicologia

Departament de Psicologia

*(Handwritten signature)*