

CURSO ACADÉMICO: 2001-2002

LICENCIATURA: Comunicación Audiovisual

CURSO: 2º

Código:	20662
Asignatura:	Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación de Masas I
Tipo de asignatura:	Ob
Nº de créditos:	5
Profesorado:	Lorenzo Vilches
Cuatrimestre:	2º

OBJECTIVOS DE LA ASIGNATURA:

Introducción a los principales métodos y técnicas de investigación en comunicación de masas. Conseguir que el alumno interprete correctamente la lectura de un trabajo de investigación aplicado a la comunicación de masas y la elaboración de un proyecto de investigación

TEMARIO:

TEMA I: La investigación de la comunicación y sus procedimientos metodológicos.

1. Método y conocimiento científico y el estudio de la comunicación de masas. 2. Diferentes formas de aproximación al conocimiento científico (análisis, síntesis, inducción, deducción, analogía, etc.). 3. Epistemología del conocimiento científico. 4. Relación entre teoría, metodología y técnicas de aplicación. 5. Disciplinas, perspectivas metodológicas y técnicas de investigación en comunicación: los principales paradigmas. 6. El problema del método en las ciencias sociales: el ámbito de la investigación en comunicación. 7. El lenguaje científico: conceptos y términos. 8. Las técnicas de lectura. 9. Centros de investigación en comunicación de masas. 10. Publicaciones especializadas en la investigación de la comunicación.

TEMA II: El proceso de investigación y sus etapas:

1. Organización, planificación y proceso del trabajo científico. 2. Delimitación del objeto de estudio. 3. Elaboración de la estrategia de investigación. 4. Elección del tema. 5. Planteamiento del problema. 6. Delimitación de objetivos. 7. Marco teórico y fuentes documentales. 8. Tipos de investigación: descripción, explicación, exploración. 9. Formulación de hipótesis. 10. Diseño y estrategia de la investigación. 11. Delimitación y diseño de la muestra. 12. Plan de trabajo, periodización y presupuesto. 13. La práctica de la investigación. 14. Comprobación y generalización de resultados.

TEMA III Técnicas de investigación para el análisis de la comunicación de masas: estudio de casos.

1. Los métodos de interrogación: aplicación de las técnicas cuantitativas a la investigación de la comunicación. La encuesta 2. Los métodos de interrogación: aplicación de las técnicas cualitativas a la investigación de la comunicación de masas. La entrevista en profundidad, la observación participante, los grupos de discusión, las historias de vida 3. La investigación longitudinal y sus modalidades. 4. Los

contenidos de la comunicación y la aplicación de técnicas para el análisis. El análisis de contenido, el análisis semiótico-discursivo, el análisis hemerográfico.

BIBLIOGRAFÍA

BÁSICA:

- ALONSO, Luis Enrique (1998) La mirada cualitativa en sociología Madrid, Editorial Fundamentos
- ANDER-EGG, E. Técnicas de investigación social. Buenos Aires. Editorial Humanitas, 1987, 21è. ed.
- BERICAT, E. La integración de los métodos cuantitativos y cualitativos en la investigación social. Significado y medida. Barcelona, Ariel, 1998.
- GARCIA FERRANDO, M., IBAÑEZ, J. i ALVIRA, F. (comps.) El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación. Madrid, Alianza Editorial, 2001.
- JENSEN,K.B. i JANKOWSKI, K.B. (eds.) Metodologías cualitativas de investigación en comunicación. Barcelona, Bosch Casa Editorial, 1993.
- 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.
- TAYLOR, S.J. i BOGDAN, R. Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda del significado. Barcelona, Ediciones Paidós, 1992.
- VILCHES, L. La migración digital. La investigación en los nuevos medios. Barcelona, Gedisa, 2001.
- 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:

- AA.DD. Eurofiction 1998 primo rapporto sulla fiction televisiva in Europa. Roma RAI.VQPT, 1999. Ediciò 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.
- 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.
- FESTINGER, L. i KATZ, D.(comps.) Los métodos de investigación en las ciencias sociales. Barcelona, Edic. Paidós, 1992.

- GALINDO CÁCERES, J. (coord.) Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. México, Addison Wesley Longman, 1998.
- GUASCH, O. Observación participante. Madrid, CIS, 1997.
- 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.
- LACALLE, Ch. El espectador televisivo. Barcelona. Gedisa, 2001
- 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.
- MORENO, A. La mirada informativa. Barcelona, Bosch Casa Editorial, S.A., 1998.
- 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.
- RODRIGO, M. Los medios de comunicación ante el terrorismo. Barcelona, Icaria, 1991.
- RUIZ OLABUENAGA, J.I. i ISPIZUA, A. La descodificación de la vida cotidiana. Métodos de investigación cualitativa. Bilbao, Universidad de Deusto, 1989.
- 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.
- 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, 1999, pp. 53-60.
- VILCHES, L. Manipulación de la información televisiva. Barcelona, Ediciones Paidós, 1995, 2^a ed.
- VILCHES, L. Televisión. Los efectos del Bien y del Mal. Barcelona, Ediciones Paidós, 1995, 2a. ed.
- VILCHES, L. Teoría de la imagen periodística. Barcelona, Ediciones Paidós, 1997

METODOLOGÍA DOCENTE:

- a) Clases teóricas.
- b) Proyecto de investigación como trabajo de curso: confección de un modelo

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

- a) Trabajo de curso
- b) Examen final

OTRAS CUESTIONES