

OTRAS CUESTIONES

CURSO ACADÉMICO: 2001-2002

LICENCIATURA: Periodismo

CURSO: 4º

Código:	20669
Asignatura:	Métodos y Técnicas de Investigación en Comunicación de Masas II
Tipo de asignatura:	Ob
Nº de créditos:	5
Profesorado:	Lorenzo Vilches (Grupos 01/02 i 51/52)
Cuatrimestre:	1º

OBJECTIVOS DE LA ASIGNATURA:

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.

TEMARIO:

TEMA I: La investigación en la comunicación de masas

1. Las demandas de las empresas de comunicación y de las instituciones.. 2. Los centros y los institutos de investigación en España y en Europa. 3. Las publicaciones y el servicio de Internet en torno a la investigación de la comunicación europeas y norteamericanas.

TEMA II: 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 III: : Investigación en los procesos de producción. (Opciones de trabajo de curso 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 IV: 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 V: 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 VI Investigación de la recepción. (Opciones de trabajo de investigación para los estudiantes)

1. Análisis de audiencias: técnicas de medición, muestra y 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 VII: 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.

BIBLIOGRAFÍA

BÁSICA:

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 JANKOSWSKI, 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.

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. 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.
- BLAXTER, L.; HUHES, C i TIGHT, M. Cómo se hace una investigación. Barcelona, Gedisa, 2000
- 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.
- 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, 2ª 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
- VILCHES, L. La migración digital. La investigación en los nuevos medios. Barcelona, Gedisa, 2001

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