

CURSO ACADÉMICO: 2002-2003

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 (4 teóricos + 1 práctico)
Profesorado:	Lorenzo Vilches (Grupo 04)
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 los medios de comunicación. 2. Diferentes formas de aproximación al conocimiento científico (análisis, síntesis, inducción, deducción, analogía, etc.). 3. Epistemología del conocimiento científico en comunicación de masas. 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 y del ámbito disciplinario. 3. Elaboración de la estrategia de investigación. 4. Elección del tema. 5. Planteamiento del problema y delimitación de objetivos. 6. Marco teórico y fuentes documentales. 7. Tipos de investigación: descripción, explicación, exploración. 8. Formulación de hipótesis. 9. Diseño y estrategia de la investigación. 10. Delimitación y diseño de la muestra. 11. Plan de trabajo, periodización y presupuesto. 12. La práctica de la investigación. 13. Comprobación y generalización de resultados.

TEMA III Técnicas de investigación para el análisis de los medios de comunicación: estudio de casos.

1. Los métodos de interrogación: aplicación de las técnicas cuantitativas a la investigación de la comunicación. La encuesta; aplicación de las técnicas cualitativas a la investigación de la comunicación de masas. La entrevista en profundidad, los grupos de discusión, las historias de vida 3. La investigación longitudinal y sus modalidades. 4. La observación participante. 5. 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:

- BERICAT, E. *La integración de los métodos cuantitativos y cualitativos en la investigación social. Significado y medida*. Barcelona, Ariel, 1998.
- 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, 2001.
- JENSEN, K.B. i JANKOSWSKI, K.B. (eds.) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación*. Barcelona, Bosch Casa Editorial, 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.
- Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. México, International Thomson cop. 2001, 6ªed.

COMPLEMENTARIA:

- ALONSO, Luis Enrique *La mirada cualitativa en sociología* Madrid, Editorial Fundamentos, 1998
- BARDIN, L. *El análisis de contenido*. Madrid, Akal, 1986, 21ª. ed.
- BOSCH, J.L. i TORRENTE, D. *Encuestas telefónicas y por correo*. Cuadernos Metodológicos, no. 9. Madrid, CIS, 1993.
- CALLEJO GALLEGU, J. *El Grupo de discusión: introducción a una práctica de investigación*. Barcelona, Ariel, 2001
- CICOUREL, A. V. *El método y la medida en sociología*. Madrid, Editora Nacional, 1982.
- GUASCH, O. *Observación participante*. Madrid, CIS, 1997.
- 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.
- 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.
- KRIPPENDORFF, K. *Metodología de análisis de contenido*. Barcelona, Paidós, 1990.

- PUJADA, J.J. *El método biográfico: el uso de las historias de vida en ciencias sociales*. Cuadernos Metodológicos, no. 5. Madrid, CIS, 1992.
- RUIZ OLABUENAGA, J.I. i ISPIZUA, A. *La descodificación de la vida cotidiana. Métodos de investigación cualitativa*. Bilbao, Universidad de Deusto, 1989.
- 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.
- VILCHES, L. *Televisión. Los efectos del Bien y del Mal*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1995, 2a. ed.
- VILCHES, L. *La migración digital. La investigación en los nuevos medios*. Barcelona, Gedisa, 2001.

ESTUDIO DE CASO:

- AA.DD. *Eurofiction 1998 primo rapporto sulla fiction televisiva in Europa*. Roma RAI.VQPT, 1999. Edición a cargo de Milly Buosanno
- CAFFAREL, C. i VELÁZQUEZ, T. (coords.) "Metodología de la investigación". (Área de trabajo I) En: 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.
- LACALLE, Ch. *El espectador televisivo*. Barcelona. Gedisa, 2001
- 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". En: *Anàlisis. Quaderns de comunicació i cultura*, no. 15, 1993, pp. 31-44.
- RODRIGO, M. *Los medios de comunicación ante el terrorismo*. Barcelona, Icaria, 1991
- VELÁZQUEZ, T. "La interpretación del discurso cultural-comunicativo en los medios de comunicación". En: 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". En: *Comunicación y estudios universitarios*, n. 9, 1999, pp. 53-60.
- VILCHES, L. *Manipulación de la información televisiva*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1995, 2ª ed.

REFERENCIA:

- BOUDON, E, i LAZARSFELD, P.F. (comps.) *Metodología en las ciencias sociales*. Barcelona, Laia, 1985.
- FESTINGER, L. i KATZ, D.(comps.) *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*. Barcelona, Edic. Paidós, 1992.
- 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.

METODOLOGÍA DOCENTE:

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

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

- a) Trabajo de curso
o
- b) Examen final

OTRAS CUESTIONES

