

Piñuel Raigada, J.L. y Gaitán Moya, J.A. (1995)

METODOLOGÍA GENERAL. CONOCIMIENTO CIENTÍFICO EN INVESTIGACIÓN EN LA COMUNICACIÓN SOCIAL

Madrid. Editorial Síntesis.

Abstract

Manual universitario que aborda los ámbitos de la Tª de la Comunicación y de la praxis profesional de la Comunicación Social en Medios y Organizaciones, tomando en consideración los trayectos de la investigación científica que han conducido hasta esta disciplina, y examinando los marcos epistemológicos de sus objetos de estudio y los planteamientos técnicos para abordarlos.

Sumario

INTRODUCCIÓN

PRIMERA PARTE: LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA EN COMUNICACIÓN Y «SABER HACER» PROFESIONAL

Capítulo 1. LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA EN INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN

- 1.1. El concepto de «información» en la Ciencia contemporánea
- 1.2. El concepto de «información» y la Teoría de la Comunicación
- 1.3. El «Modelo dialéctico de la Comunicación»
- 1.4. La Producción Social de Comunicación

Capítulo 2. LA «COMUNICACIÓN DE MEDIOS»

- 2.1. La Producción Social de Comunicación y las prácticas profesionales

- 2.2. El Periodismo y la información de «actualidad»
- 2.3. La Producción Social del espectáculo: la Ficción y el Juego
- 2.4. La programación audiovisual como espectáculo ininterrumpido
- 2.5. Breve conclusión sobre Comunicación de medios

Capítulo 3. LA «COMUNICACIÓN DE FUENTES»

- 3.1. La «Comunicación de Fuentes» versus la «Comunicación de Medios»
- 3.2. La «Comunicación corporativa»
- 3.3. La Publicidad y el Marketing
- 3.4. CONCLUSIONES DE LA PRIMERA PARTE

SEGUNDA PARTE: PERSPECTIVAS METODOLÓGICAS PARA LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

Capítulo 4. PERSPECTIVAS RELEVANTES DE LA LÓGICA, EL ÁLGEBRA Y LA TEORÍA DEL CÁLCULO

- 4.1. La abstracción básica de la lógica
- 4.2. Las Categorías y La Sintaxis lógica
- 4.3. La abstracción básica del Álgebra. Los conjuntos y los números. Operaciones básicas de conjuntos
- 4.4. Axiomas de las operaciones binarias y diferentes álgebras. El conjunto de los números naturales
- 4.5. Cálculo de relaciones. Las limitaciones del álgebra de Boole
- 4.6. Operaciones de análisis. Estructuras y matrices
- 4.7. Ejemplo de una aplicación de materiales lógicos en una investigación de la Mediación comunicativa

Capítulo 5. PERSPECTIVAS RELEVANTES DE LA PSICOLOGÍA, LA PSICOSOCIOLOGÍA Y LA ANTROPOLOGÍA CULTURAL

5.1. El Estudio de la «Corporalidad» y de la «identidad del sujeto», como base del estudio de la relación

5.2. El estudio de la relación en los grupos, como base del estudio de la auto y heteroimagen

5.3. El estudio de las actitudes y la relación

5.4. El estudio Psicosociológico del Estereotipo y la Relación

5.5. La Relación social y el juego de las Instituciones

5.6. La construcción psicosocial de Los Objetos

5.7. La construcción psicosocial del espacio: la Relación y la Proxémica

5.8. Micropsicología de la vida cotidiana

5.9. Un ejemplo de investigación sobre la Relación: El «disfraz de sí mismo», o cómo la juventud construye su imagen corporal a la moda

Capítulo 6. PERSPECTIVAS RELEVANTES DE LA SOCIOLOGÍA

6.1. El sujeto y el objeto de la Sociología

6.2. Sociología general y sociologías particulares frente a las prácticas sociales de la Comunicación

6.3. Los métodos en sociología

6.4. Un ejemplo de investigación sociológica: La Mediación Comunicativa en la Transición Política del plebiscito chileno de 1988

Anexo: Formulario de encuesta y Protocolo de análisis

Capítulo 7. PERSPECTIVAS RELEVANTES DE LA HERMENÉUTICA, LA LINGÜÍSTICA Y LA SEMIOLOGÍA EN ANÁLISIS DE CONTENIDO DE TEXTOS Y DISCURSOS

7.1. La interpretación y el análisis de Contenido

7.2. El Análisis de Contenido y su interpretación

7.3. Análisis léxico, Temático, Simbólico y Evaluativo

7.4. El análisis proposicional

7.5. Análisis argumental o discursivo

7.6. Análisis formalista y estructural-semiológico

7.7. Conclusión: análisis del texto o del discurso o de la comunicación

BIBLIOGRAFÍA