

Programa de Estudios Abiertos

Programa de Estudios Abiertos
Instituto de Iberoamérica
Universidad de Salamanca
Programa 2014-2015

Nombre del curso: Herramientas para el estudio de audiencias, medios de comunicación y opinión pública

✉ Prof. Virginia García Beaudoux

✉ dagar@pccp.com.ar

Departamento:

🏛️ CONICET, Universidad de Buenos Aires y
Universidad de Belgrano, Argentina

📅 Fecha: 23 al 26 de febrero de 2015

🕒 Horario: 15 a 17:30hs

Resumen del curso

En este curso se exploran algunos métodos para el estudio de audiencias, medios de comunicación de masas y opinión pública. En primer lugar, se ofrecerá un panorama general de las distintas posibilidades para la investigación de estas cuestiones. Luego, se presentarán herramientas específicas para la medición de actitudes de la opinión pública, así como también para la investigación del impacto de los medios impresos y de la televisión en las audiencias

Objetivos:

- *Realizar una aproximación a las herramientas para estudiar audiencias y opinión pública
- *Conocer y aprender a aplicar escalas para la medición de actitudes
- *Aprender a investigar empíricamente la agenda de los medios
- *Aprender a identificar los encuadres que los medios realizan de las noticias
- *Explorar cómo se estudian las audiencias televisivas

Temario:

- *Lunes. Introducción y recorrido histórico por los distintos métodos ideados para el estudio de las audiencias de cine, radio, televisión y medios
- *Martes: Cómo estudiar la televisión y las audiencias televisivas
- *Miércoles. Medición de la agenda de los medios impresos. Cómo estudiar el encuadre de los medios. El caso del tratamiento que la prensa argentina dio a la privatización de la empresa de telecomunicaciones ENTEL.

Programa de Estudios Abiertos

*Jueves. Definición conceptual y operacionalización del concepto de actitud. Escalas para la medición de actitudes y el conocimiento de las preferencias de la opinión pública. La TAR y su método. Ejercicio en clase

Evaluación:

En la última jornada del curso, se realizará la evaluación aplicando los conocimientos adquiridos: los estudiantes diseñarán un instrumento de medición de actitudes en clase

Bibliografía:

Aruguete, N (2011). Los Medios y la privatización de ENTEL. Madrid: Editorial Académica Española

D'Adamo, O.; García Beaudoux, V. y Freidenberg, F (2007). Medios de Comunicación y Opinión Pública. Madrid: McGraw-Hill

Ajzen, A. Y Fishbein, M. (1980). Understanding action and predicting social behavior. NJ: Prentice Hall

García Beaudoux, V. y D'Adamo, O. (2008). Métodos para la investigación de los medios de comunicación de masas y las audiencias. En: J. F. Morales, C. Huici, A. Gómez y E. Gaviria (Cords.), *Método, teoría e investigación en psicología social*. Cap. 9, 137-155. Páginas totales del libro: 724. **Madrid: Pearson/ Prentice Hall**

Gerbner, G.; Gross, L.; Morgan, M.; Signorielli, N. y Shanahan, J. Growing up with television: cultivation processes. En: J. Bryant y D. Zillmann (Comps.), *Media Effects. Advances in theory and research*. Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2002, 43-68.