

# Mètodes d'investigació en comunicació

Jordi Busquet Duran (coordinador)  
Alfons Medina Cambrón  
Josep Sort i Jané

XP03/16007/02334

**Jordi Busquet Duran**

Doctor en Sociologia i llicenciat en Ciències Econòmiques. Professor titular i coordinador del grup de recerca Violència i televisió de la Facultat de Comunicació Blanquerna (Universitat Ramon Llull). Entre altres obres ha publicat *La cultura catalana: el sagrat i el profà* (1996); *El sublim i el vulgar: els intel·lectuals i la cultura de masses* (1998); *La violència en la mirada. L'anàlisi de la violència a la televisió* (2001) i *Benvinguts al Club de la SIDA i altres rumors d'actualitat* (2002). Actualment, és director de l'equip català de la xarxa TEDIP.

**Alfons Medina Cambrón**

Doctor en Sociologia i llicenciat en Ciències Polítiques i Sociologia i en Geografia i Història. Professor de la Facultat de Comunicació Blanquerna. Investigador del grup de recerca en societat de la informació de la Facultat de Comunicació Blanquerna i membre del Centre d'investigació Social i Educativa (CREA) de la Universitat de Barcelona. Ha participat en nombroses investigacions, a escala estatal i europea, desenvolupant aspectes metodològics en els àmbits de les ciències socials i de la comunicació.

**Josep Sort i Jané**

Nascut a Barcelona l'any 1964. Doctor en Ciències Polítiques i Socials per la Universitat Pompeu Fabra. Actualment coordina l'equip català de la xarxa TEDIP (2001-2003), subvencionada per la Comissió Europea. Ha estat investigador al Departament de Ciència Política de la Universitat del Quebec a Montreal i a la York University de Toronto. És professor des del curs 1995-1996 de la Facultat de Comunicació Blanquerna de la Universitat Ramon Llull.

Primera edició: febrer 2004  
 © Fundació per a la Universitat Oberta de Catalunya  
 Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona  
 Disseny: Manel Andreu  
 Material realitzat per Eurecamedia, SL  
 ISBN: 84-9788-079-X  
 Dipòsit legal: B-1028-2004

*Cap part d'aquesta publicació, incloent-hi el disseny general i de la coberta, no pot ser copiada, reproduïda, emmagatzemada o transmesa de cap manera ni per cap mitjà, tant si és elèctric, com químic, mecànic, òptic, de gravació, de fotocòpia, o per altres mètodes, sense l'autorització prèvia per escrit dels titulars del copyright.*

## Introducció

La paraula *ciència* té un prestigi extraordinari. Es parla de Ciència en majúscula de manera greu i solemne i amb gran respecte, però, paradoxalment, en la societat actual, hi ha un profund desconeixement de les característiques del treball científic.

Sovint es tracta la ciència com un reducte *sagrat* en mans d'uns pocs iniciats. Tanmateix, la ciència no és un afer exclusiu ni privatiu d'una minoria, sinó que és una eina i una determinada concepció del coneixement que (si es fa servir d'una manera adequada) pot ser vàlida per a molts estudiants universitaris que volen aprofundir en el coneixement del món de la comunicació.

La ciència no és fàcil, però tampoc no ens hem de deixar impressionar per la paraules críptiques ni les fórmules esotèriques (que sovint van associades a una determinada concepció mística de la ciència). És a dir, no hem de confondre la dificultat terminològica amb la seriositat i el rigor.

D'altra banda, el científic no té la pedra filosofal ni està en possessió d'una veritat absoluta i definitiva. La ciència ens procura una determinada forma de coneixement provisional (destinat a ser superat i) que serveix per a una millor comprensió del món de la comunicació en les societats actuals.

L'objecte d'aquest treball és el d'explicar, de manera clara i rigorosa, què és la ciència i quines són les principals característiques de la metodologia científica aplicada al camp de la comunicació. Al mateix temps es pretenen donar les orientacions pertinents adreçades als joves investigadors.

Aquest treball consta de cinc mòduls. En el primer s'exposen les característiques bàsiques d'aquesta forma de coneixement tenint present la distinció entre el coneixement científic i el que no és científic. Es recull la importància de les qüestions terminològiques, el repte de l'objectivitat i problema de l'aplicació del saber.

En el segon mòdul, s'exposa la història de la recerca comunicativa tenint present quina ha estat l'evolució dels estudis sobre els *efectes socials* dels mitjans de comunicació. D'altra banda, s'hi presenten alguns dels camps d'estudi més fructífers i més importants com són la comunicació política, l'opinió pública i els estudis de recepció.

En el tercer mòdul es presenten les principals tradicions i escoles de coneixement en l'àmbit de la recerca comunicativa fent especial referència al funcionalisme i a l'escola crítica.

En el mòdul quart s'explica la metodologia del treball científic. S'hi destaca la importància de la construcció teòrica i de la verificació empírica en el treball de recerca. Finalment, s'hi exposa la metodologia de recerca entesa com un procés global descrit mitjançant set etapes.

Finalment, en el mòdul cinquè es detallen les principals eines o tècniques de recerca vàlides en el camp de la comunicació com són l'enquesta, el grup de discussió i l'entrevista. Aquestes eines de treball són útils en la mesura que responen a les exigències del treball científic i satisfan els requisits anunciats.

En definitiva, aquest treball exposa les principals característiques de la recerca aplicada al camp de la comunicació, alhora que dona les claus i orientacions pràctiques per a la realització d'un bon treball d'investigació.

## Objectius

Amb l'estudi d'aquesta assignatura, assolireu els objectius següents:

- 1.** Ser capaços d'explicar què és la ciència i analitzar les diferències entre el coneixement científic i el no científic.
- 2.** Conèixer les diferents perspectives teòriques i metodològiques que han presidit la recerca comunicativa en els darrers cent anys.
- 3.** Ser capaços d'exposar els principals àmbits de la recerca en l'àmbit de la comunicació.
- 4.** Saber què és la metodologia de recerca entesa com un procés global.
- 5.** Conèixer les diferències entre les tècniques qualitatives i quantitatives de la investigació social.
- 6.** Saber utilitzar amb rigor les tècniques de recerca aplicades a l'estudi de la comunicació.

## Continguts

### Mòdul didàctic 1

#### **La recerca científica en ciències socials**

1. El coneixement científic i el repte de l'objectivitat
2. La discussió del mètode científic
3. Coneixement vulgar i coneixement expert. El rigor terminològic
4. La perspectiva del coneixement. El repte de la interdisciplinarietat
5. Ciència, ideologia i poder. El caràcter pragmàtic del coneixement

### Mòdul didàctic 2

#### **La història de la recerca en comunicació**

1. Les principals etapes de la recerca comunicativa
2. Els principals àmbits d'estudi de la comunicació política
3. Els estudis culturals i la cultura mediàtica

### Mòdul didàctic 3

#### **La recerca comunicativa**

1. La teoria funcionalista
2. Niklas Luhmann: la tematització
3. La teoria crítica
4. Noam Chomsky: la fabricació del consentiment
5. Noelle-Newmann: l'espiral del silenci

### Mòdul didàctic 4

#### **La recerca científica aplicada a l'àmbit de la comunicació**

1. Precisar la noció de metodologia
2. La construcció teòrica
3. Tres moments crucials del procés de recerca
4. Les etapes del procés de recerca

### Mòdul didàctic 5

#### **Tècniques de recollida de dades**

1. Tècniques quantitatives o qualitatives: el fals dilema sempre present
2. Tècniques quantitatives de recollida de dades
3. Tècniques qualitatives de recollida de dades

## Bibliografia

- Anderson, J.A.** (1987). *Communication Research*. Nova York: McGraw-Hill.
- Aran, S.; Barata, F.; Busquet, J.; Medina, P.** (2001). *La violència en la mirada. L'anàlisi de la violència a la televisió*. Barcelona: Papers d'Estudi.
- Aranguren, J.L.** (1997). *Ética*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Badia, L.** (1992). *De la persuasió a la tematització. Introducció a la comunicació política moderna*. Barcelona: Pòrtic/Mèdia.
- Beck, U.** (1998). *La sociedad del riesgo*. Barcelona: Paidós.
- Beck, U.** (1998). *¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo, respuestas a la globalización*. Barcelona: Paidós.
- Benjamin, W.** (1983). *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*. Barcelona: Ed. 62.
- Berelson, B.** (1954). "Communications and public opinion". A: W. Schramm (ed.). *The process and effects of mass communication*. Chicago: University of Illinois.
- Berganza Conde, M.R.** (2000). *Comunicación, opinión pública y prensa en la sociología de Robert E. Park*. Madrid: CIS.
- Berger P.L.** (1987). *Invitación a la sociología*. Barcelona: Herder.
- Berger, P.L.; Kellner, H.** (1985). *La reinterpretación de la sociología*. Madrid: Espasa-Calpe.
- Berkowitz, L.** (1996). *Agresión: causas, consecuencias y control*. Bilbao: Desclee de Brouwer.
- Berrio, J.** (1993). *Treballs sobre cultura contemporània*. Barcelona: Elisava.
- Berrio, J.** (1992). *L'opinió pública i la democràcia*. Barcelona: Pòrtic/Mèdia.
- Blanchet, A.; Ghiglione, R.; Massonnat, J.; Trognon, A.** (1989). *Técnicas de investigación en ciencias sociales*. Madrid: Narcea.
- Bonilla, J.I.** (1995). *Violencia, medios y comunicación, otras pistas en la investigación*. Mèxic: Trillas.

**Botella, J.** (2003). "Qui li explica què a qui?". *Àmbits de política i societat* (núm. 27, pàg. 14-17, especial "Comunicació política: més enllà de l'eslògan").

**Bourdieu, P.** (2000). "La opinión pública no existe". A: *Cuestiones de sociología*. Madrid: Istmo.

**Bourdieu, P.** (1996). *Sur la télévision*. París: Liber.

**Bourdieu, P.; Chamboredon, J.C.; Passeron, J.C.** (1989). *El oficio de sociólogo*. Madrid: Siglo XXI [Versió original: (1973). *Le métier de sociologue*.].

**Bourdieu, P.; Eagleton, T.** (1991). "In conversation: Doxa and common life". *New left* (núm. 142, pàg. 111-121).

**Bourdieu, P.; Wacquant, L.J.D.** (1994). *Per una sociologia reflexiva* (ed. original 1992). Barcelona: Herder [versió en francès: *Réponses: pour une anthropologie reflexive*. París: Seuil.].

**Brown, M.E.** (1994). *Soap opera and women's talk: The pleasure of resistance*. Thousand Oaks: Sage.

**Bryant, J.; Zillmann, D.** (1996). *Los efectos de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

**Busquet, J.** (1988). *El sublim i el vulgar. Els intel·lectuals i la cultura de masses*. Barcelona: Proa.

**Canel, M.J.** (1999). *Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid: Tecnos.

**Cardús, S.** (coord.) (1999). *La mirada del sociòleg*. Barcelona: UOC/Proa.

**Cassetti, E.; Di Chio, F.** (1999). *Análisis de la televisión, instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Instrumentos Paidós.

**Castells, M.** (2003). *L'era de la informació (economia, societat i cultura)*. Volum 1: *La societat xarxa*. Barcelona: UOC.

**Chaffee, S.** (1975). *Political communication. Issues and strategies for research*. Beverly Hills: Sage.

**Chomsky, N.; Herman, E.S.** (2002). *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. Nova York: Pantheon Books.

**Chomsky, N.; Herman, E.S.** (1999). *Los guardianes de la libertad: propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Crítica.



- Chomsky, N.; Ramonet, I.** (1995). *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria.
- Combessie, J.C.** (2000). *El Método en Sociología*. Madrid: Alianza.
- Comte, A.** (1982). *Discurs sobre l'esperit positiu precedit de les dues primeres lliçons del Curs de Filosofia Positiva* (ed. original 1844). Barcelona: Laia.
- Corominas, M.** *Els estudis de recepció*. [www.portalcomunicacion.com/portal-comcat/pdf/aa/mcoro.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/portal-comcat/pdf/aa/mcoro.pdf).
- Diversos autors** (2001). *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura especial* (núm. 26, especial "Opinió pública i democràcia").
- Defleur, B.** (1986). "Teorías sobre los efectos de la violencia en los medios". A: *Teorías de la comunicación de masas* (ed. original 1982; pàg. 267-288). Barcelona: Paidós.
- Dewey, J.** (1993). *La reconstrucción de la filosofía*. Barcelona: Planeta-Agostini.
- Díaz-Salazar, R.; Giner, S.; Velasco, F.** (ed.) (1994). *Formas modernas de religión*. Madrid: Alianza Universidad.
- Echeverría, J.** (1999). *Introducción a la metodología de la ciencia. La filosofía de la ciencia en el siglo XX*. Madrid: Cátedra.
- Estruch, J.** (1999). "La perspectiva sociològica". A: S. Cardús (coord.). *La mirada del sociòleg*. Barcelona: UOC/Proa.
- Estruch, J.; Cardús, S.** (1984). *Consideracions sobre la crisi actual de la sociologia* (B4.8). Barcelona: Fundació J. Bofill.
- Ferguson, M.; Golding, P.** (ed.) (1998). *Economía política y estudios culturales*. Barcelona: Bosch.
- Feyerabend, P.** (1994). *Contra el Método*. Barcelona: Planeta-Agostini.
- Fiske, J.** (1987). *Television culture*. Londres: Routledge.
- Fuenzalida, V.** (1997). *Televisión y vida cotidiana. La influencia social de la TV percibida desde la cultura cotidiana de la audiencia*. Santiago (Xile): Corporación de Promoción Universitaria.
- García Canclini, N.** (1990). *Culturas híbridas (Estrategias para entrar y salir de la modernidad)*. Barcelona: Grijalbo.
- García Ferrando, J.; Ibáñez, M.** (comp.) (1993). *El análisis de la realidad social*. Madrid: Alianza.

**Giddens, A.** (2001). *Sociology* (4a. edició; 1995, 3a. edició en espanyol). Londres: Polity Press.

**Giddens, A.** (2000). *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Madrid: Taurus.

**Giddens, A.** (1990). *The consequences of modernity*. Cambridge Polity Press.

**Giddens, A.** (1990). "Consensus and controvert". A: J. Clark; C. Modgil; S. Modgil (1990). *Structuration theory and sociological analysis*. Anthony Giddens. Londres: The Falmer Press.

**Giddens, A.** (1987). *Las nuevas reglas del método sociológico. Crítica positiva de las sociologías interpretativas*. Buenos Aires: Amorrortu.

**Gifreu, J.** (1998). *Estructura general de la comunicació pública*. Barcelona: Pòrtic/Mèdia.

**Gifreu, J.; Terribas, M.; Caballeria, L.** (col·l.) (2001). "L'agenda electoral als mitjans de comunicació". A: J. Gifreu; F. Pallarés (ed.). *La campanya més disputada. Mitjans, partits i ciutadans a les eleccions catalanes de 1999* (pàg. 39-115). Barcelona: Pòrtic/Mèdia.

**Gilles, G.; Gosselin, A.; Mouchon, J.** (comp.) (1998). *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa.

**Giner, S.** (1979). *La sociedad masa: crítica del pensamiento conservador*. Barcelona: Península.

**Griera, M.M.; Urgell, F.** (2002). *Consumiendo religión. Nuevas formas de espiritualidad entre la población juvenil*. Barcelona: Fundació La Caixa.

**Habermas, J.** (1996a). *Conciencia moral y acción comunicativa*. Barcelona: Península.

**Habermas, J.** (1996b). *Textos y contextos*. Barcelona:

**Habermas, J.** (1987a). *Teoría de la acción comunicativa. Racionalidad de la acción y racionalización social* (vol. I). Madrid: Taurus.

**Habermas, J.** (1981). *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la opinión pública* (ed. original 1962). Barcelona: Gustavo Gili.

**Hall, S.** (1992). *Modernity and its future*. Cambridge Polity Press.

**Hall, S.** (1990). *Resistance through rituals*. Londres: Routledge.

**Hall, S.** (1980). *Culture, media, language: working papers in cultural studies, 1972-79*. Londres: Routledge / Cultural Studies Birmingham.

**Hammersley, M.; Atkinson, P.** (1994). *Etnografía. Métodos de investigación*. Barcelona: Paidós.

**Hartley, J.** (2000). *Uses of television*. Londres: Routledge.

**Hartley, J.** (1978). *Reading television*. Londres: Taylor & Francis Book Ltd.

**Ibáñez, J.** (1979). *Más allá de la sociología. El grupo de discusión técnica y crítica*. Madrid: Siglo XXI.

**Inglehart, R.** (1990). *Culture shift in advanced industrial society*. Princeton: Princeton University Press.

**Jameson, F.; Zizek, S.** (1998). *Estudios culturales. Reflexiones sobre el multiculturalismo*. Buenos Aires: Paidós.

**Jauset, J.** (2000). *La investigación de audiencias en televisión. Fundamentos estadísticos*. Barcelona: Paidós ("Papeles de Comunicación").

**Jensen, K.; Jankowski, N.** (ed.) (1994). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch.

**Johnson, A.G.** (1995). *The blackwell dictionary of sociology*. Londres: Blackwell.

**Kaid, L.L.** (1996). "Political communication". A: M.B. Salwen; D.W. Stacks. *An integrated approach to communication theory and research* (pàg. 443-457). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

**Katz, E.; Lazarsfeld, P.F.** (1979). *La influencia personal* (pàg. 23-25). Barcelona: Hispano-Europea.

**Kellner, D.** *Cultural studies strikes back: media literacy as critical pedagogy*. <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/ed270/index.html>.

**Klapper, J.T.** (1974). *Efectos de las comunicaciones de masas* (ed. original 1960). Madrid: Aguilar.

**Krippendorff, K.** (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós.

**Krueger, R.A.** (1991). *El grupo de discusión. Guía práctica para la investigación aplicada*. Madrid: Pirámide.

**Kuhn, T.S.** (1996). *¿Qué son las revoluciones científicas? Y otros ensayos*. Barcelona: Paidós / ICE-UAB.

**Lasswell, H.D.** (1979). "Estructura y función de la comunicación en la sociedad". A: M. Moragas. *Sociología de la comunicación de masas* (ed. original 1955). Barcelona: Gustavo Gili.

**Lazarsfeld, P.F.; Berelson, B.; Gaudet, H.** (1948). *The people's choice* (pàg. 151). Lugar: Columbia University Press.

**Lippmann, W.** (1928). *Public opinion*. Nova York: Free Press, 1997.

**Luhmann, N.** (2000). *La realidad de los medios de masas*. Rubí: Anthropos.

**Luhmann, N.** (1996). *Confianza* (ed. original 1973). Barcelona: Anthropos.

**Luhmann, N.** (1989). "Complexitat social i opinió pública". *Periodística* (núm. 1, pàg. 9-22).

**Lyotard, J.F.** (1993). *La condición postmoderna*. Barcelona: Planeta-Agostini.

**Maigret, É.** (2003). *Une sociologie de la communication et des médias*. París: Armand Colin.

**Mann, M.** (ed.) (1983). *Macmillan student encyclopedia of sociology*. Londres: Macmillan Press.

**Martín Barbero, J.** (1987). *De los medios a las mediaciones (comunicación, cultura y hegemonía)*. Barcelona: Gustavo Gili.

**Martín Salgado, L.** (2002). *Marketing político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia*. Barcelona: Paidós.

**Medina, A.** (2002). *Bases teóricas y metodológicas del paradigma comunicativo para la investigación en ciencias sociales*. Tesis doctoral. Barcelona: Universitat de Barcelona, Departament de Teoria Sociològica, Metodologia de les Ciències Socials i Filosofia del Dret.

**Medina, A.; Santa Cruz, I.** (2000). "Cap a una metodologia comunicativa en ciències socials". *Revista catalana de sociologia* (núm. 11, pàg. 153-166).

**Mills, C.W.** (1987). *La imaginació sociològica*. Barcelona: Ed. Herder [Ed. original: (1959). *The sociological imagination*. Nova York: Oxford University Press.].

**Mills, C.W.** (1973). *Power, politics and People*. Nova York: Ballantine Books.

**Monzón, C.** (1996). *Opinió pública, comunicació y política. La formación del espacio público*. Madrid: Tecnos.

**Moragas, M.** (1993). "La invasión desde Marte". *Sociología de la comunicación de masas* (vol. II, pàg. 91-110). Barcelona: Gustavo Gili.

- Morin, E.** (1999). *Tenir el cap clar*. Barcelona: Ed. La Campana, 2001.
- Mucchielli, R.** (1978). *La entrevista en grupo*. Bilbao: Mensajero.
- Muñoz Alonso, A.; Rospir, J.I.** (ed.) (1999). *Democracia mediática y campañas electorales*. Barcelona: Ariel ("Comunicación").
- Neuman, R.W.** (2002). *El futuro de la audiencia masiva* (ed. original 1991). Santiago (Xile): Fondo de Cultura Económica.
- Nightingale, V.** (1998). *El estudio de las audiencias, el impacto de lo real*. Barcelona: Paidós.
- Noelle-Neumann, E.** (1980). *The spiral of silence*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Norris, P.** (2002). *Democratic phoenix: Reinventing political activism*. Nova York: Cambridge University Press.
- Norris, P.** (2000). *A virtuous circle: Political communication in post-industrial democracies*. Nova York: Cambridge University Press.
- Orozco, G.** (1991). "Recepción Televisiva, Tres aproximaciones y una razón para su estilo". *Cuadernos de comunicación y prácticas sociales* (núm. 2). Mèxic: Ediciones Universidad Iberoamericana.
- Perelman, C.; Olbrechts-Tyteca, L.** (1989). *Tratado de la argumentación*. Madrid: Gredos.
- Postman, N.** (1990). *Divertim-nos fins a morir. El discurs públic a l'època del show business*. Barcelona: Llibres de l'Índex.
- Quivy, R.; Campenhoudt, L.V.** (1997). *Manual de recerca en ciències socials*. Barcelona: Herder.
- Ruiz Olabuénaga, J.I.** (1999). *La metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Ruiz Olabuénaga, J.I.** (1989). *La descodificación de la vida cotidiana*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Sabucedo, J.M.; Rodríguez, M.** (1997). *Medios de comunicación de masas y conducta política*. Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.
- Sáez, A.** (2001). *Sociología de la comunicació de masses*. Barcelona: UOC.
- Sáez, A.** (1999). *De la representació a la realitat. Propostes d'anàlisi del discurs mediàtic*. Barcelona: Dèria Editors.

- Sàez, F.** (2003). *Comunicació i Argumentació*. Barcelona: Trípodos.
- Sánchez Noriega, J.L.** (1997). *Crítica de la seducción mediática*. Madrid: Tecnos.
- Sampedro, V.** (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid: Istmo.
- Saperas, E.** (1997). *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos* (pàg. 73-80). Barcelona: PPU.
- Saperas, E.** (1992). *Introducció a les teories de la comunicació*. Barcelona: Pòrtic.
- Schütz, A.** (1974). *Estudios sobre teoría social*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Schwartzberg, R.G.** (1978). *El show político. Ensayo sobre y en contra el star-system en política*. Barcelona: Dopesa.
- Sierra Bravo, R.** (1987). *Técnicas de investigación social*. Madrid: Paraninfo.
- Sorribas, J.** (1995). "Comunicación política y opinión pública". A: R. Castro (coord.). *Temas claves de ciencia política* (pàg. 225-267). Barcelona: Ediciones Gestión 2000.
- Taylor, S.J.; Bogdan, R.** (1992). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Barcelona: Paidós.
- Thompson, J.B.** (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Turner, G.** (1996). *British cultural studies*. Londres: Routledge.
- Vázquez, F.** (2002). *Pierre Bourdieu. La sociología como crítica de la razón*. Barcelona: Montesinos.
- Willis, P.** (1998). *Cultura viva. Una recerca sobre les activitats culturals dels joves*. Barcelona: Diputació de Barcelona.
- Wimmer, R.D.; Dominick, J.R.** (2000). *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. Mèxic: Thompson Editores.
- Wimmer, R.D.; Dominick, J.R.** (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Wolf, M.** (1992). *Els efectes socials dels mitjans de comunicació de masses*. Barcelona: Pòrtic/Mèdia.
- Wolf, M.** (1987). *La investigación de la comunicación de masas. Críticas y Perspectivas*. Barcelona: Paidós.

**Wright, C.R.** (1975). *Mass communications: A sociological approach* (pàg. 79).  
Nova York: Random House.

**Young, K. i altres** (1967). *La opinión pública y la propaganda*. Buenos Aires:  
Paidós.

Publicacions electròniques

Communication studies, cultural studies and media studies infobase by Mick  
Underwood  
<http://www.cultsock.ndirect.co.uk/MUHome/cshtml/index.html>

Media studies website  
<http://start.at/mediastudies>

The media theory site  
<http://www.theory.org.uk/main.htm>

Cultural studies strikes back: Media literacy as critical pedagogy  
Doug Kellner and Richard Kahn  
<http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner/ed270/index.html>

Portal de la comunicació  
<http://www.portalcomunicacio.com/portalcomcat/pdf/aa/mcoro.pdf>

Tripodos. Revista digital de comunicació  
<http://www.tripodos.com>

