

20669 Mètodes i Tècniques d'Investigació en Comunicació de Masses II

Llicenciatures: Comunicació Audiovisual(OB)
(5 crs.)
(3ers., Curs, 5è Semestre)
Publicitat i Relacions Pùbliques (OB)
(5 crs.)
(3er., Curs, 6è. Semestre)

Professor: Lorenzo Vilches

I) OBJECTIUS:

Donar els instruments teòrics, pràctics i de referència necessaris per a l'aplicació a la investigació en comunicació de masses amb la finalitat que l'alumne elabori un projecte d'investigació i desenvolupi el seu treball de curs corresponent.

II) PROGRAMA

TEMA I La investigació de l'audiovisual.

1. Les demandes de les empreses de comunicació i de les institucions. 2. Els centres i instituts d'investigació en Espanya i en Europa. 3. Les publicacions i el servei Internet entorn a la investigació de l'audiovisual i de la comunicació europees i nord-americanes.

TEMA II La investigació en els mitjans.

1. La investigació en televisió: la investigació del consum, del producte i de la recepció. 2. La investigació a la ràdio: la investigació del consum, del producte i de la recepció. 3. La investigació en publicitat: la investigació del consum, del producte, de la identitat i de la recepció. 4. La investigació en la indústria cinematogràfica: metodologies d'investigació en economia, sociologia i estètica del cinema.

TEMA III La investigació dels gèneres i formats audiovisuals.

1. Anàlisi dels gèneres de ficció. 2. Anàlisi dels gèneres d'entreteniment. 3. Anàlisi dels gèneres educatius i culturals. 4. Anàlisi dels gèneres publicitaris i promocionals.

TEMA IV La investigació de continguts i formes narratives i retòriques dels productes audiovisuals.

1. Anàlisi del guió i del missatge publicitari. 2. Anàlisi de l'estructura i funcions narratives. 3. Disseny del target i de la programació. 4. Anàlisi de la imatge publicitària.

TEMA V La investigació pràctica en el mitjà audiovisual. (Opcions de treball d'investigació per als estudiants).

1. La investigació en mitjans audiovisuals. 2. Anàlisi de la producció, programació, formats, continguts i recepció de productes de ficció. 3. Anàlisi de la producció, continguts socials, efectes i recepció de programes infantils. 4. Anàlisi de la producció, programació, continguts, formats i recepció dels productes televisius d'entreteniment.

TEMA VI La investigació pràctica en el mitjà audiovisual. (Opcions de treball d'investigació per als estudiants).

1. Anàlisi dels suports expressius. 2. Investigació de les tècniques de persuasió visual. 3. La investigació de continguts publicitaris (mercat i valors socials). 4. La investigació del consum publicitari en mitjans audiovisuals. 5. La investigació de la recepció de formes i continguts publicitaris.

III) BIBLIOGRAFIA

General

- AA.DD. Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura, no. 9. Series TV. Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona, 1985.
- AA.DD. Comunicación audiovisual. Valencia, Generalitat Valenciana, 1991.
- AA.DD. Metodología para la investigación histórica de la prensa. Quaderns d'Història de la Comunicació Social, no. 8. Bellaterra, UAB, 1988.
- AA.DD. La televisión que viene. Bilbao, Universidad del País Vasco, 1991.
- AA.DD. Comunicación audiovisual. Valencia, Generalitat Valenciana, 1991.
- BARDIN, L. Análisis de contenido. Madrid, Akal, 1986, 21a. ed.
- BREE, J. Los niños, el consumo y el marketing. Barcelona, Paidós, 1995.
- FLOCH, J.M. Semiótica, marketing y comunicación. Barcelona, Paidós, 1993.
- GONZALEZ REQUENA, J. i ORTIZ DE ZARATE, A. El Spot publicitario. Madrid, Cátedra, 1995.
- JENSEN, K.B. i JANKOSWIKI, N.W. Metodologías cualitativas de investigación en comunicación. Barcelona, Bosch, 1993.
- KRIPPENDORFF, K. Metodología de análisis de contenido. Barcelona, Paidós, 1990.
- NÖELLE-NEUMANN, E. La espiral del silencio. Barcelona, Paidós, 1995.
- PELTZER, G. Periodismo iconográfico. Madrid, Rialp, 1985.
- PROPP, V. Morfología del cuento. Madrid, Akal, 1985.
- VELÁZQUEZ, T. Los políticos y la televisión. Aportaciones de la teoría del discurso al diálogo televisivo. Barcelona, Ariel, 1992.
- VILCHES, L. La televisión. Los efectos del Bien y del Mal. Barcelona, Paidós, 1996, 2a. ed.
- WIMMER, R.D. i DOMINICK, J.R. La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos. Barcelona, Bosch, 1997.

- Complementària

- ANDER-EGG, E. Técnicas de investigación social. Buenos Aires, Humanitas, 1987.
- BARBIERI, D. Los lenguajes del cómic. Barcelona, Instrumentos Paidós, 1993.
- CHION, M. La audiovisión. Barcelona, Paidós, 1993.
- CLEMENTE DÍAZ, M. "El análisis de contenido como técnica de investigación de la comunicación social". Dins de: La investigación de la comunicación de masas. Madrid, AICE, 1992, pp. 61-70.

- CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN Estudios cualitativos de audiencia. Santiago de Chile, 1994.
- DURANDING, G. La información, la desinformación y la realidad. Barcelona, Paidós, 1995.
- ELLIS, R. i MCCLINTOCK, A. Teoría y práctica de la comunicación humana. Barcelona, Paidós, 1993.
- GARCIA FERRANDO, M., IBAÑEZ, J. i ALVIRA, F. (comps.) El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación. Madrid, Alianza, 1992.
- MARCE, F. Publicidad, mixtificación y adolescencia. Barcelona, Universidad de Barcelona, 1984.
- MAYNTZ, R., HOLM, K. i HÜBNER, P. Introducción a los métodos de la sociología empírica. Madrid, Alianza Editorial, 1980.
- NÖELLE-NEUMANN, E. Encuestas en la sociedad de masas. Introducción a los métodos de la demoscopia. Madrid, Alianza Editorial, 1980.
- PEARSON, J.C. Comunicación y género. Barcelona, Paidós, 1993.
- PRATKINS, A. i ARONSON, E. La era de la propaganda. Barcelona, Paidós, 1994.
- SEMPRINI, A. El Marketing de la marca. Barcelona, Paidós, 1995.
- VELÁZQUEZ, T. "La interpretación del discurso cultural-comunicativo en los medios de comunicación". Dins de: La investigación de la comunicación de masas. Madrid, AICE, 1992, pp. 31-34.
- VILCHES, L. Manipulación de la información televisiva. Barcelona, Paidós, 1995, 2a. ed.
- WEIL, P. La comunicación global. Barcelona, Paidós, 1992

- Revistes especialitzades:

Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura.

Anuario FUNDESCO

Anuario El País

TELOS

IV) DESENVOLUPAMENT DEL CURS

- a) Classes teòriques.
- b) Projecte d'investigació i el seu desenvolupament com a treball de curs.
- c) Optatiu: Debat a classe dels textos seleccionats de la bibliografia.

V) AVALUACIÓ:

- a) Treball de curs obligatori
- b) Examen final.