

CURSO ACADÉMICO: 2004-2005

LICENCIATURA: Comunicación Audiovisual

CURSO: 3º

Código:	20669
Asignatura:	Métodos y técnicas de investigación en comunicación de masas II
Tipo de asignatura:	Ob
Nº de créditos:	5 (3 teóricos y 2 prácticos)
Profesorado:	Teresa Velázquez (Docencia en castellano)
Semestre:	1º

OBJECTIVOS DE LA ASIGNATURA:

Dar los instrumentos teóricos, prácticos y de referencia necesarios para la aplicación a la investigación en comunicación de masas con la finalidad que el alumno elabore un proyecto de investigación y desarrolle su trabajo de curso correspondiente.

TEMARIO:

TEMA I: La investigación del audiovisual.

1. Las demandas de las empresas de comunicación y de las instituciones. 2. Los centros e institutos de investigación en España y en Europa. 3. Las publicaciones y el servicio Internet en torno a la investigación del audiovisual y de la comunicación europeas y norteamericanas.

TEMA II Las técnicas del análisis de datos.

1. Procedimientos para el análisis de datos. 2. Elaboración del programa de análisis. 3. La ejecución del programa de análisis. 4. Obtención de los resultados. 5. Los diferentes factores de los que depende el análisis de datos. 6. Diferentes tipos de análisis de datos.

TEMA III La investigación en los medios. (Opciones de trabajos de investigación para los estudiantes)

1. La investigación en televisión: la investigación del consumo, del producto y de la recepción. 2. La investigación en la radio: la investigación del consumo, del producto y de la recepción. 3. La investigación en la industria cinematográfica: metodologías de investigación en economía, sociología y estética del cine. 4. La investigación en los productos multimedia.

TEMA IV La investigación de los géneros y formatos audiovisuales. (Opciones de trabajos de investigación para los estudiantes)

1. Análisis de los géneros de ficción. 2. Análisis de los géneros de entretenimiento. 3. Análisis de los géneros educativos y culturales.

TEMA V La investigación de contenidos y formas narrativas y retóricas de los productos audiovisuales. (Opciones de trabajos de investigación para los estudiantes)

1. Análisis del guión y del mensaje audiovisual. 2. Análisis de la estructura y funciones narrativas. 3. La relación entre la audiencia y la programación. 4. Análisis de la imagen audiovisual. 4. Análisis de los productos multimedia.

TEMA VI La investigación práctica en el medio audiovisual. (Opciones de trabajos de investigación para los estudiantes)

1. La investigación en los medios. 2. Análisis de la producción, programación, formatos, contenidos y recepción de productos de ficción. 3. Análisis de la producción, contenidos sociales, efectos y recepción de programas infantiles. 4. Análisis de la producción, programación, contenidos, formatos y recepción de los productos televisivos de entretenimiento. 5. Análisis de la producción, formatos, contenidos de productos multimedia.

BIBLIOGRAFÍA

BÁSICA:

- BARBIERI, D. *Los lenguajes del comic*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1993.
- BUXÓ, M.J. i MIGUEL, J. de (eds.) *De la investigación audiovisual*. Barcelona, Proyecto A Edicions, 2000.
- CASSETTI, F. i CHIO, F. di *Cómo analizar un film*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1998.
- CASSETTI, F. i CHIO, F. di *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1999.
- CHION, M. *La audiovisión*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1993.
- IBÁÑEZ, Jesús (coord.) *Nuevos avances en la investigación social I y II*. Barcelona, Proyecto A Edicions, 1998.
- JENSEN, K.H. *La semiótica social de la comunicación de masas*. Barcelona, Bosch Casa Editorial, S.A., 1997.
- SÁNCHEZ CARRIÓN, J.J. *Manual de análisis de datos*. Madrid, Alianza Editorial, 1995.
- SERRANO PÉREZ, Gloria *Investigación cualitativa. Retos e interrogantes. I Métodos. II Técnica y análisis de datos*. Madrid, Editorial La Muralla, 1988.
- VELÁZQUEZ, T. *Los políticos y la televisión. Aportaciones de la teoría del discurso al diálogo televisivo*. Barcelona, Ariel, 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:

- 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. *Eurofiction 1998 primo rapporto sulla fiction televisiva in Europa*. Roma RAI.VQPT, 1999. Edició a càrrec de Milly BUOANNO.

- 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.
- ANDER-EGG, E. *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires, Humanitas, 1987.
- CAFFAREL, C. I VELÁZQUEZ, T. (coords.) "Metodología de la investigación". En: *La investigación en la Comunicación del Estado Español* (A.I.C.E.) Madrid, AICE, 1992, p. 21-123
- CASETTI, F. I CHIO, F. *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1999
- CASETTI, F. I CHIO, F. *Di Cómo se analiza un film*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1998
- CLEMENTE DÍAZ, M. "El análisis de contenido como técnica de investigación de la comunicación social". En: *La investigación en la Comunicación del Estado Español* (A.I.C.E.) Madrid, AICE, 1992, p. 61-70.
- CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN *Estudios cualitativos de audiencia*. Santiago de Chile, 1994.
- DÍAZ NOSTY, B. *Informe anual de la comunicación 1997-1998. Estado y tendencias de los medios en España*. Barcelona, Grupo Zeta, 1998
- 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, Ediciones Paidós, 1993
- GALINDO CÁCERES, J. (coord.) *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México, Addison Wesley Longman, 1998.
- KRIPPENDORFF, K. *Metodología de análisis de contenido*. Barcelona, Paidós, 1995
- FLOCH, J.M. *Semiótica, marketing y comunicación*. Barcelona, Paidós, 1993
- JENSEN, K.B. I JANKOWSKI, N.W. *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona, Bosch, 1993
- KING, G., KEOHANE, R.O. I VERBA, S. *El diseño de investigación en comunicación*. Madrid, Alianza Editorial, 2000
- 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. *La encuesta en la sociedad de masas Introducción a los métodos de la demoscopia*. Madrid, Alianza Editorial, 1980
- NÖELLE-NEUMANN, E. *La espiral del silencio*. Barcelona, Paidós, 1995
- PEARSON, J.C. *Comunicación y género*. Barcelona, Paidós, 1993
- PELTZER, G. *Periodismo iconográfico*, Madrid, Rialp, 1985
- PRATKINS, A. I ARONSON, E. *La era de la propaganda*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1994.
- PROPP, V. *Morfología del cuento*. Madrid, Akal, 1985.
- 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, 1992b, p. 31-34.
- VELÁZQUEZ, T. "Comunicación política en televisión. Los indicadores de la cultura política". Dins de: *Comunicación y estudios universitarios*, n. 9, 1999a, pp. 53-60.
- VELÁZQUEZ, T. "Comunicación política y cultura política". En: *Verso&Reverso*, n. 29, 1999b, pp. 9-22.
- VILCHES, L. *Manipulación de la información televisiva*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1995, 2a. ed.
- VILCHES, L. *La televisión. Los efectos del Bien y del Mal*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1996, 2a. ed.
- 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.
- WEIL, P. *La comunicación global*. Barcelona, Ediciones Paidós, 1992.

REVISTAS ESPECIALIZADAS:

Anàlisi. Quaderns de comunicació i cultura.
Anuario FUNDESCO
Anuario El País
Anuncios
Communication
Control
DeSignis
European Journal of Communication
European Journal of Cultural Studies
International Journal of Cultural Studies
NORDICOM
RAI.VQPT
SIGNA
TELOS
VARIETY
VERSUS

METODOLOGÍA DOCENTE:

TEORIA

- a) Clases teóricas
- b) Tutorías
- c) Elaboración del proyecto de investigación previo al trabajo de curso

PRÁCTICAS:

- a) Prácticas metodológicas sobre la elaboración del trabajo de investigación
- b) Conferencias invitadas

SISTEMA DE AVALUACIÓN:

- a) Trabajo de curso: *Realització de una investigació*
- o
- b) Examen final

OBSERVACIONES:

Aulas cañón y ordenador
Aulas de Informatica



Fecha

Firma del Director de Departamento