



## INVESTIGACIÓN AUDIOVISUAL Y DE PRENSA

|                                   |                                                               |                                                     |
|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| <b>Especialista en contenido:</b> | <b>PROF. EDUARDO CAMPECHANO<br/>LIC. MARÍA TRINIDAD RAMOS</b> | <b>AUTORIZADO POR:<br/>VICE-RECTORADO ACADÉMICO</b> |
| <b>Fecha de elaboración:</b>      | <b>JUNIO, 2.001</b>                                           |                                                     |
| <b>Elaborado por:</b>             | <b>PROF. EDUARDO CAMPECHANO</b>                               |                                                     |

**(FIRMA Y SELLO)**

## **FUNDAMENTACION**

El programa está orientado a presentar los diferentes enfoques teóricos y metodológica en el análisis del discurso audiovisual y escrito.

Las cuales se les aplicará algunas estrategias de estudio como las siguientes: Discusión dirigida, elaboración de mapas conceptuales, elaboración de propuestas de investigación, exposiciones grupales e individuales.

Objetivo Terminal de Enseñanza: Aplicar las técnicas de investigación social en el diagnóstico, concepción y desarrollo de proyectos y programas audiovisuales y de prensa.

## **OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA**

Familiarizar al alumno con los principales métodos de investigación audiovisual y de prensa capacitándolo en el manejo de las técnicas de investigación más importantes para el análisis y la evaluación de los mensajes audiovisuales e impresos que le permitan el mejoramiento de los procesos comunicativos.

| UNIDAD I                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | OBJETIVO TERMINAL                                                                                                                                                                                                                                    |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| PROCESO DE INVESTIGACIÓN EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | ANALIZAR LOS PROCESOS DE INVESTIGACIÓN EN LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y DE PRENSA.                                                                                                                                                                   |  |
| DURACION                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| 4 SEMANAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| EVALUACION                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| 30 %                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| OBJETIVOS ESPECIFICOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | CONTENIDO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ESTRATEGIAS DE INSTRUCCIÓN                                                                                                                                                                                                                           |  |
| 1. Conocer el panorama general del área de investigación de prensa en Venezuela y América Latina.<br>2. Explicar la importancia y utilidad de la investigación de prensa.<br>3. Analizar las funciones y modalidades que desempeñan los métodos, las técnicas y los instrumentos en el proceso de investigación audiovisual | <ul style="list-style-type: none"><li>• Elementos específicos de la comunicación audiovisual y la diversidad de métodos, requeridos para su análisis.<ul style="list-style-type: none"><li>- Area emisor fuente.</li><li>- Area medios técnicos.</li><li>- Area de los mensajes.</li><li>- Area de los perceptores.</li></ul></li><li>• La investigación de prensa, historia y evolución.</li><li>• La realidad Latinoamericana.</li><li>•La situación en Venezuela.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Clase teórica.</li><li>• Discusión grupal.</li><li>• Realización de un trabajo de investigación de prensa en Venezuela y de los medios audiovisuales.</li><li>• Elaboración de mapas conceptuales.</li></ul> |  |
| ESTRATEGIAS DE EVALUACION:                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Informe 10%.</li><li>• Taller 5%.</li><li>• Exposiciones grupales + trabajo de Investigación 15%.</li></ul>                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                      |  |

| UNIDAD II                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | OBJETIVO TERMINAL                                                                                                                                                                                                              |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| LA IMAGEN COMO UNIDAD DE CONTENIDO Y MECANISMO DE PERCEPCIÓN                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ANALIZAR LA IMAGEN COMO UNIDAD DE CONTENIDO Y LOS MECANISMO DE PERCEPCIÓN.                                                                                                                                                     |  |
| DURACION                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                |  |
| 6 SEMANAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                |  |
| EVALUACION                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                |  |
| 30%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                |  |
| OBJETIVOS ESPECIFICOS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | CONTENIDO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION                                                                                                                                                                                                     |  |
| <ol style="list-style-type: none"><li>1. Estudiar el concepto de imagen y las diferentes clases de imágenes que pueden intervenir en la comunidad, tipos de márgenes, Manejo de Lenguaje Icónico.</li><li>2. Analizar la relación entre la expresión de la imagen percepción – lectura.</li><li>3. Estudiar la manifestación de las imágenes en el proceso de la comunicación humana.</li><li>4. Analizar las diferentes formas de presentación del mensaje impreso.</li></ol> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Audiovisual.<ul style="list-style-type: none"><li>- Estudio general sobre el concepto de imagen iconical y sonora.</li><li>- Principales teorías de la imagen.</li><li>- Proceso de construcción de la imagen desde el objeto al sujeto.</li></ul></li><li>• Medios Impresos.<ul style="list-style-type: none"><li>- Análisis del mensaje impreso.</li><li>- Análisis semiótico. Definición técnicas y finalidad.</li><li>- La morfología de un periódico. Elementos estructurales. Unidades redaccionales Manipulación. Conceptos, clases.</li><li>- Aspectos subliminales de la comunicación en medios audiovisuales y de prensa.</li></ul></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Exposición teórica de los temas.</li><li>• Diálogo.</li><li>• Respuestas a dificultades.</li><li>• Aplicación del análisis semiológico y retónico de material – audiovisual.</li></ul> |  |
| ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                |  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Modelo de análisis.</li><li>• Trabajo de Investigación 10%.</li><li>• Análisis de contenido a programas de opinión 10%.</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                |  |

| UNIDAD III                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | OBJETIVO TERMINAL                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| APLICACIÓN DE ANÁLISIS EN MENSAJES AUDIOVISUALES Y DE PRENSA                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | APLICAR DIFERENTES ENFOQUES Y NIVELES DE ANÁLISIS EN LOS MENSAJES AUDIOVISUALES (CINES – T.V.) E IMPRESOS.                                                                                                                                                                        |  |
| DURACION                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |
| 3 SEMANAS                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |
| EVALUACION                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |
| 20 %                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |
| OBJETIVOS ESPECIFICOS                                                                                                                                                                                                                                                              | CONTENIDO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION                                                                                                                                                                                                                                                        |  |
| 1. Diferenciar los diversos enfoques y niveles de análisis referidos a los montajes audiovisuales.<br>2. Estructurar el proceso de codificación del lenguaje audiovisual y los diferentes códigos que intervienen.<br>3. Estudiar la estructura del contenido del mensaje impreso. | <ul style="list-style-type: none"><li>• Función de los códigos en la comunicación humana.</li><li>• Distinción entre los códigos antropológicos y los propios del lenguaje audiovisual e impreso.</li><li>• Historia y evolución del análisis del contenido, definición, finalidad y técnicas.</li><li>• Organización del análisis codificación, categorización, interferencia, interpelación.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Clases teóricas.</li><li>• Aplicación del análisis de contenido a un material periodístico (audiovisual-impreso).</li><li>• Exposición sobre la codificación audiovisual-impresa y ejercicios de aplicación a mensajes típicos.</li></ul> |  |
| ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Análisis de contenido a Noticieros 10%.</li><li>• Exposiciones grupales 10%.</li></ul>                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |

| UNIDAD IV                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                      | OBJETIVO TERMINAL                                                                                               |  |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| ANÁLISIS DE CONTENIDO APLICADO AL CINE                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ANALIZAR UN TEMA DEL MEDIO AUDIOVISUAL O DE PRENSA Y PRESENTAR LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN PÚBLICAMENTE. |  |
| DURACION                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                 |  |
| 3 SEMANAS                                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                 |  |
| EVALUACION                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                 |  |
| 20 %                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                 |  |
| OBJETIVOS ESPECIFICOS                                                                                                                                                                                                                         | CONTENIDO                                                                                                                                                                                                                                                                            | ESTRATEGIAS DE INSTRUCCION                                                                                      |  |
| 1. Estudiar y analizar un tema del medio audiovisual o de prensa y presentar los resultados de la investigación audiovisual o de prensa públicamente.                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"><li>• Descripción del tema a investigar.</li><li>• Fundamentación teórico-metodológica a seguir.</li><li>• Esquema analítico de la investigación.</li><li>• Instrumentación metodológica a utilizar.</li><li>• Los recursos disponibles.</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Clases teóricas.</li><li>• Revisión de bibliografía.</li></ul>          |  |
| ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                 |  |
| <ul style="list-style-type: none"><li>• Aplicación de análisis de contenido a una película.</li><li>• Modelos narrativo, actoncial, axiológico e ideológico.</li><li>• Entrega de trabajo final.</li><li>• Discusión y defensa 20%.</li></ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                 |  |

## BIBLIOGRAFIA

Abraham A. Moles. **La Imagen**. Comunicación Funcional. Editorial Trillas. México. 1991.

Brito García Luís. Alfadil. **La Máscara del Poder**. Ediciones. Caracas – Venezuela. 1988.

Bisbal Marcelino. **La Mirada Comunicacional**. Alfadil Ediciones. Caracas – Venezuela. 1994.

**Conciencia Moral y Acción Comunicativa**. Ediciones Península. Barcelona - España. 1996.

Krippendorff Klaus. **Metodología de Análisis de Contenido**. Teoría y Práctica. Pados Comunicación. Barcelona – España. 1988.

Talens Jenaro y Otros. **Elementos para una Semiótica del Texto Artístico**. Ediciones Cátedras. Madrid – España. 1988.