



UNIVERSIDAD FERMÍN TORO
VICE RECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROGRAMA INSTRUCCIONAL

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA							
Nombre de la asignatura:		Código	Semestre		U.C.	Pre- Requisito	
INVESTIGACIÓN AUDIOVISUAL Y DE PRENSA		GCS-933	IX		3	130 U.C. Aprobadas	
Tipo de Asignatura:	OBLIGATORIA	DENSIDAD HORARIA					
		Presencial			Semi presencial		THS/SEM
		H.T.	H.P/H.L	H.A	H.V	H.P	4/64
Escuela:	COMUNICACIÓN SOCIAL	2	0	2	38	26	
DATOS BÁSICOS DEPARTAMENTO/S RESPONSABLE/S					ELABORADO POR:		
DEPARTAMENTO/S:	INVESTIGACIÓN				Lcda. Mysol Morey Lcda. Janneth Pérez Campos Msc. María Trinidad Ramos		
DATOS BÁSICOS DE LA AUTORIZACIÓN							
FECHA DE VIGENCIA	REVISADO POR DECANATO		AUTORIZADO POR VICE RECTORADO ACADÉMICO				
MARZO, 2017							
	(FIRMA Y SELLO)		(FIRMA Y SELLO)				

FUNDAMENTACIÓN

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

Asimismo, aplicar las técnicas de investigación social en el diagnóstico, concepción y desarrollo de proyectos y programas audiovisuales y de prensa.

Este programa comprende cuatro (4) unidades temáticas a saber:

Unidad I: Proceso de investigación en los medios de comunicación social.

Unidad II: La imagen como unidad de contenido y mecanismo de percepción.

Unidad III: Aplicación de análisis en mensajes audiovisuales y de prensa.

Unidad IV: Análisis de contenido aplicado al cine y otros medios de comunicación.

El docente utilizará las siguientes estrategias de enseñanzas:

- Discusión Grupal.
- Estudio Dirigido.
- Exposiciones.
- Estudios de casos.
- Conferencias.
- Foros.
- Seminarios.

Así mismo se podría utilizar las estrategias de estudios:

- Consulta bibliográfica.
- Lectura dirigida.
- Trabajos en equipos e individuales.
- Análisis y síntesis de material escrito.
- Establecer relaciones y comparaciones.
- Elaborar esquemas y resúmenes.

OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Familiarizar a los estudiantes 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.	
DURACIÓN			
3 SEMANAS			
EVALUACIÓN			
10 %			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCIÓN	
1. Conocer el panorama general de la área de investigación de prensa en Venezuela y América Latina. 2. Explicar la importancia y utilidad de la investigación de prensa. 3. Analizar las funciones y modalidades que desempeñan los métodos, las técnicas y los instrumentos en el proceso de investigación audiovisual	• Elementos específicos de la comunicación audiovisual y la diversidad de métodos, requeridos para su análisis. • Área emisor fuente. • Área medios técnicos. • Área de los mensajes. • Área de los perceptores. • La investigación de prensa, historia y evolución. • La realidad Latinoamericana. • La situación en Venezuela.	Presencial • Clase teórica. • Discusión grupal. • Revisión de material bibliográfico y audiovisual.	
		Semi-Presencial • Interacción en el aula virtual • Exposiciones modalidad video. • Materiales didácticos multimedia	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
Presencial		Semi-Presencial	
• Informe 10%. • Taller 5%. • Exposiciones grupales + trabajo de Investigación 15%.		• Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual • Examen Presencial • Wiki • Videos • Skype • Blogs	

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.	
DURACIÓN			
3 SEMANAS			
EVALUACIÓN			
20%			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCIÓN	
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. 2. Analizar la relación entre la expresión de la imagen percepción – lectura. 3. Estudiar la manifestación de las imágenes en el proceso de la comunicación humana. 4. Analizar las diferentes formas de presentación del mensaje impreso.	• Audiovisual. • Estudio general sobre el concepto de imagen icónica y sonora. - Principales teorías de la imagen. • Proceso de construcción de la imagen desde el objeto al sujeto. • Medios Impresos. • Análisis del mensaje impreso. • Análisis semiótico. Definición técnica y finalidad. • La morfología de un periódico. Elementos estructurales. Unidades redaccionales Manipulación. Fórmula de centimetrage. • Conceptos, clases. • Aspectos subliminales de la comunicación en medios audiovisuales y de prensa.	Presencial • Exposición teórica de los temas. • Diálogo. • Respuestas a dificultades. • Aplicación del análisis semiológico y retórico de material – audiovisual.	
		Semi-Presencial • Interacción en el aula virtual • Exposiciones modalidad video. • Materiales didácticos multimedia	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
Presencial		Semi-Presencial	
• Análisis de Medio impreso • Trabajo de Investigación • Estudio de casos		• Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual • Examen Presencial • Wiki • Videos • Skype • Blogs	

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.	
DURACIÓN			
4 SEMANAS			
EVALUACIÓN			
30 %			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCIÓN	
1. Diferenciar los diversos enfoques y niveles de análisis referidos a los montajes audiovisuales. 2. Estructurar el proceso de codificación del lenguaje audiovisual y los diferentes códigos que intervienen. 3. Estudiar la estructura del contenido del mensaje impreso.	• Función de los códigos en la comunicación humana. • Distinción entre los códigos antropológicos y los propios del lenguaje audiovisual e impreso. • Historia y evolución del análisis del contenido, definición, finalidad y técnicas. • Organización del análisis: codificación, categorización, interferencia, interpelación.	Presencial • Clases teóricas. • Aplicación del análisis de contenido a un material periodístico (audiovisual-impreso). • Exposición sobre la codificación audiovisual-impresa y ejercicios de aplicación a mensajes típicos.	
		Semi-Presencial • Interacción en el aula virtual • Exposiciones modalidad video. • Materiales didácticos multimedia	
ESTRATEGIAS DE EVALUACION:			
Presencial		Semi-Presencial	
• Análisis semiológico a noticieros, programas de opinión u otro. • Exposiciones grupales • Interrogatorio • Presentación de Informes. • Estudios de casos •		• Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual • Examen Presencial • Wiki • Vídeos • Skype • Blogs	

UNIDAD IV		OBJETIVO TERMINAL	
ANÁLISIS DE CONTENIDO APLICADO AL CINE Y CANCIONES		ANALIZAR UNA PELÍCULA U OTRO MEDIO AUDIOVISUAL Y PRESENTAR LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.	
DURACIÓN			
6 SEMANAS			
EVALUACIÓN			
40 %			
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	CONTENIDO	ESTRATEGIAS DE INSTRUCCIÓN	
1. Estudiar y analizar un tema del medio audiovisual o de prensa y presentar los resultados de la investigación audiovisual o de prensa públicamente.	• Descripción del tema a investigar. • Fundamentación teórico metodológica a seguir. • Análisis cinematográfico: Modelos narrativo, actancial, axiológico e ideológico. • Análisis de contenido de letras de canciones. Teorías. • Esquema analítico de la investigación. • Instrumentación metodológica a utilizar. • Los recursos disponibles.	Presencial • Clases teóricas. • Revisión de bibliografía. • Discusión socializada	
		Semi-Presencial • Interacción en el aula virtual • Exposiciones modalidad video. • Materiales didácticos multimedia	
ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN:			
Presencial		Semi-Presencial	
• Ejercicios en clase • Proyecto de Investigación • Informe • Interrogatorio • Prueba escrita larga		• Cuestionario en línea • Foros de discusión en línea. • Subida de archivos en el aula virtual • Examen Presencial • Wiki • Videos • Skype • Blogs	

BIBLIOGRAFÍA

- Abraham A. Moles. **La Imagen**. Comunicación Funcional. Editorial Trillas. México. 5ta. Edición. 2000.
- Britto García, Luís.. **La Máscara del Poder**. Ediciones. Caracas – Venezuela. 5ta. Edición 1999.
- Bisbal Marcelino. **La Mirada Comunicacional**. Alfadil Ediciones. 8ta. Edición Caracas – Venezuela. 2000.
- Colle, Raymond. **Análisis de contenido**. Ediciones Cátedra del Libro. 6ta. Edición Madrid España 2012.
- Conciencia Moral y Acción Comunicativa**. Ediciones Península. Barcelona - España.1996.
- Krippendurff Klaus. **Metodología de Análisis de Contenido**. Teoría y Práctica. 7 ma. Edición. Pados Comunicación. España. 2004 .
- Talens Jenaro y Otros. **Elementos para una Semiótica del Texto Artístico**. Ediciones Cátedra del Libro. 7ma. Edición Madrid – España.2011
- Vilches, Lorenzo. **La Lectura de la Imagen**. Editorial Paidos Comunicación. España. 2012.
- Wimmer Roger/Joseph Dominick. **Introducción a la Investigación de Medios Masivos de Comunicación**. Editores Thomson. 6ta. Edición. México. 2000.
- Zavala, Lauro: **La seducción luminosa**. Teoría y práctica del análisis cinematográfico. México, Trillas, 2010.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS

- <https://mariainescarvajal.files.wordpress.com/2011/03/la-semiologc3ada.pdf>
- <http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/Mensajes.pdf>
- <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/reciem/v8n4.pdf>
- http://www.laurozavala.info/attachments/Anlisis_Cinematogrifico.pdf