



PROYECTO DOCENTE

**Investigación en Comunicación Audiovisual**

Grupo de Clases Teóricas-Prácticas Investigación en Comunicación Audiovisu

**CURSO 2020-21**

<b>Datos básicos de la asignatura</b>	
<b>Titulación:</b>	Máster Universitario en Comunicación y Cultura
<b>Año plan de estudio:</b>	2009
<b>Curso implantación:</b>	2019-20
<b>Centro responsable:</b>	Facultad de Comunicación
<b>Nombre asignatura:</b>	Investigación en Comunicación Audiovisual
<b>Código asignatura:</b>	50360008
<b>Tipología:</b>	OBLIGATORIA
<b>Curso:</b>	1
<b>Periodo impartición:</b>	Anual
<b>Créditos ECTS:</b>	7
<b>Horas totales:</b>	175
<b>Área/s:</b>	Comunicación Audiovisual y Publicidad
<b>Departamento/s:</b>	Comunicación Audiovisual y Publicidad

<b>Coordinador de la asignatura</b>
MARTINEZ GARCIA MARIA ANGELES

<b>Profesorado</b>
Profesorado del grupo principal: MARTINEZ GARCIA MARIA ANGELES

<b>Objetivos y competencias</b>
<b>OBJETIVOS:</b>  Iniciar al alumnado en el diseño y estructuración correcta de una investigación en el ámbito de la comunicación audiovisual.  Introducción al uso de archivos, hemerotecas, videotecas, obtención de testimonios, entrevistas, Internet y otras posibilidades para el uso de la información disponible.



PROYECTO DOCENTE

**Investigación en Comunicación Audiovisual**

**Grupo de Clases Teóricas-Prácticas Investigación en Comunicación Audiovisu**

**CURSO 2020-21**

COMPETENCIAS:

Competencias específicas:

E02: Que el estudiante sea capaz de justificar, planificar y estructurar metodológicamente una investigación científica aplicada a problemas presentes, pasados o futuros de la comunicación social.

E09: Que el estudiante conozca las políticas de evaluación de la calidad de la investigación que se aplican en el ámbito andaluz, español e internacional y conozca los criterios de valoración de las mismas.

E10: Que el estudiante conozca los principales recursos documentales (impresos, audiovisuales, digitales, en línea, etc.) aplicables a la investigación en comunicación y desarrolle una serie concreta de actividades prácticas que lo conduzcan al manejo ágil de éstos.

E11: Que el estudiante conozca las metodologías clásicas de análisis del discurso audiovisual y las nuevas propuestas metodológicas desarrolladas a partir de la fragmentación y triangulación de las anteriores.

E12: Que el estudiante sea capaz de reconocer arquetipos iconológicos en el discurso audiovisual.

Competencias genéricas:

G01: Que los estudiantes desarrollen la capacidad de comprender la complejidad inherente a los procesos comunicativos en las sociedades actuales, de manera que identifiquen la necesidad de desarrollar estrategias para la investigación aplicada en comunicación igualmente complejas.

G03: Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos adquiridos y su capacidad de resolución de problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (multidisciplinares) relacionados con el área de estudio de la investigación en comunicación.



## PROYECTO DOCENTE

### **Investigación en Comunicación Audiovisual**

#### **Grupo de Clases Teóricas-Prácticas Investigación en Comunicación Audiovisu**

#### **CURSO 2020-21**

G04: Que los estudiantes reconozcan la existencia de diferentes paradigmas científicos en la investigación aplicada en comunicación, y sepan evaluar la impronta relativa de cada uno de ellos en la definición de los objetivos de las actuales agendas de investigación de administraciones, empresas, etc.

G06: Que los estudiantes conozcan fuentes y recursos para la investigación teórica y aplicada en comunicación, y sean asimismo capaces de generar, a partir de las aplicaciones tecnológicas específicas del campo, nuevos recursos documentales que promuevan más investigación en el futuro.

G09: Que los estudiantes reconozcan la existencia de una comunidad internacional de investigadores en comunicación, conozcan las más importantes tradiciones académicas de la investigación en comunicación en el mundo y se desarrolle en ellos el interés por participar de las motivaciones, valores y objetivos de estos ámbitos.

#### **Contenidos o bloques temáticos**

1.- La investigación en comunicación audiovisual. Perspectiva general. Protocolo y elementos básicos.

2.- Ámbitos y fuentes de la investigación en comunicación audiovisual. Prensa, radio y televisión.

3.- Investigar el relato audiovisual.

#### **Relación detallada y ordenación temporal de los contenidos**

1.- La investigación en comunicación audiovisual. Perspectiva general. Protocolo y elementos básicos. 7 horas.

2.- Ámbitos y fuentes de la investigación en comunicación audiovisual. Prensa, radio y televisión. 4 horas.



PROYECTO DOCENTE

**Investigación en Comunicación Audiovisual**

Grupo de Clases Teóricas-Prácticas Investigación en Comunicación Audiovisu

**CURSO 2020-21**

3.- Investigar el relato audiovisual. 24 horas.

**Actividades formativas y horas lectivas**

Actividad	Créditos	Horas
B Clases Teórico/ Prácticas	3,5	35

**Metodología de enseñanza-aprendizaje**

Clases teóricas

Exposición por el profesor de técnicas y métodos.

Análisis de casos y ejemplos.

Debate sobre dificultades o problemas a superar.

Lectura obligatoria de fragmentos de obras básicas relacionadas en la bibliografía.

Visionado y análisis de relatos audiovisuales

Visionado de fragmentos de obras audiovisuales para que el alumnado pueda trabajar con casos prácticos y poner en funcionamiento los contenidos desarrollados en la parte teórica.

Debates con participación del alumnado

Debates generados a partir del estudio o la búsqueda de información guiada por el docente.

**Sistemas y criterios de evaluación y calificación**

Los alumnos deberán entregar un trabajo de investigación que la profesora explicará debidamente al comienzo del módulo de la asignatura.



## PROYECTO DOCENTE

### Investigación en Comunicación Audiovisual

#### Grupo de Clases Teóricas-Prácticas Investigación en Comunicación Audiovisu

#### CURSO 2020-21

Asistencia y participación activa en clase. Se comprobará la asistencia del alumnado a todas las actividades formativas.

A partir de las explicaciones de la profesora se plantearán actividades breves durante el horario lectivo para generar un posterior debate con los estudiantes.

#### Criterios de calificación del grupo

La calificación del alumnado se llevará a cabo atendiendo a la consecución de competencias en torno a la investigación en comunicación audiovisual: uso de herramientas de investigación, aplicación a campos concretos, establecimiento de un objeto de estudio, entre otros aspectos.

Trabajo de investigación: 80%

Tareas presenciales: 15%

Asistencia: 5%. Sólo se permitirá un 10% de ausencias no justificadas adecuadamente.

Los estudiantes que no asistan a clase o que no hayan entregado las correspondientes tareas en la fecha pactada deberán realizar un examen presencial. Se considerará criterio básico para aprobar la materia el dominio del idioma, así como de la expresión oral y escrita: reglas ortográficas, corrección sintáctica, precisión léxica, desarrollo estructurado y coherente de los temas.

#### PLAN DE CONTINGENCIA PARA EL CURSO 2020/21

Escenario A (Limitación de aforo en las aulas)

El escenario A establece una horquilla de presencialidad que en estos momentos no es posible predecir pero que podría estimarse al menos en un 50%. En estas condiciones hay que realizar una adaptación de la organización de la asignatura. Se ofrecerán módulos de aprendizaje a través de la plataforma virtual de la Universidad de Sevilla para que el estudiante pueda interactuar con el contenido y realizar actividades como lecturas, escritura de ensayos, diálogos a través de foros o chats y producción de contenidos propios.

La evaluación de los estudiantes se realizará tomando en cuenta las siguientes evidencias:



PROYECTO DOCENTE

**Investigación en Comunicación Audiovisual**

**Grupo de Clases Teóricas-Prácticas Investigación en Comunicación Audiovisu**

**CURSO 2020-21**

- Asistencia: 5%. Es obligatoria la asistencia a clase y a las videoclases y videotutorías. Sólo se permitirá un 10% de ausencias no justificadas adecuadamente.
- Trabajo de investigación: 80%.
- Tareas adicionales: 15%.
- Los estudiantes que no asistan a clase o que no hayan entregado las correspondientes tareas deberán realizar un examen.

Escenario B

El escenario B establece que la presencialidad no es posible por lo que se han de desarrollar las enseñanzas en la modalidad 100% en línea. En estas condiciones se ha de realizar una adecuación de la organización de la asignatura: Se ofrecerán módulos de aprendizaje a través de la plataforma virtual de la Universidad de Sevilla para que el estudiante pueda interactuar con el contenido y realizar actividades como lecturas, escritura de ensayos, diálogos a través de foros o chats y producción de contenidos propios.

La evaluación de los estudiantes se realizará tomando en cuenta las siguientes evidencias:

- Asistencia: 5%. Es obligatoria la asistencia a clase y a las videoclases y videotutorías. Sólo se permitirá un 10% de ausencias no justificadas adecuadamente.
- Trabajo de investigación: 80%.
- Tareas adicionales: 15%.
- Los estudiantes que no asistan a clase o que no hayan entregado las correspondientes tareas deberán realizar un examen.



PROYECTO DOCENTE

**Investigación en Comunicación Audiovisual**

Grupo de Clases Teóricas-Prácticas Investigación en Comunicación Audiovisu

**CURSO 2020-21**

**Horarios del grupo del proyecto docente**

<https://fcom.us.es/titulos>

**Calendario de exámenes**

<https://fcom.us.es/titulos>

**Tribunales específicos de evaluación y apelación**

Presidente: JOSE LUIS NAVARRETE CARDERO

Vocal: JESUS JIMENEZ VAREA

Secretario: JUAN JOSE VARGAS IGLESIAS

Suplente 1: JUAN CARLOS RODRIGUEZ CENTENO

Suplente 2: JOSE ANTONIO NAVARRO MORENO

Suplente 3: MARIA DE MAR RAMIREZ ALVARADO

**Bibliografía recomendada**

**BIBLIOGRAFÍA GENERAL:**

La investigación en comunicación : métodos y técnicas en la era digital

Autores: Lorenzo Vilches (coordinador), Olga del Río, Núria Simelio, Pere Soler, Teresa Velázquez

Edición: 2011

Publicación: Gedisa

ISBN: 978-0-387-922-97-3

Teoría e investigación en comunicación social

Autores: Juan José Igartua, María Luisa Humanes

Edición: 2010

Publicación: Síntesis

ISBN: 978-0-387-922-97-3

Métodos cuantitativos de investigación en comunicación

Autores: Juan José Igartua Perosanz

Edición: 2006

Publicación: Bosch



PROYECTO DOCENTE

**Investigación en Comunicación Audiovisual**

**Grupo de Clases Teóricas-Prácticas Investigación en Comunicación Audiovisu**

**CURSO 2020-21**

ISBN: 978-0-387-922-97-3

Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas

Autores: K. B. Jensen, N.W. Jankowski [et al.]

Edición: 1993

Publicación: Bosch

ISBN: 978-0-387-922-97-3

The SAGE Visual Research Methods

Autores: Eric Margolis, Luc Pauwels (eds.)

Edición: 2011

Publicación: SAGE Publications

ISBN: 978-1-84787-556-3

Understanding Film Theory

Autores: Ruth Doughty, Christine Etherington

Edición: 2018

Publicación: Palgrave Macmillan

ISBN: 978-1-137-52823-0

**BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA:**

La investigación en publicidad : metodologías y crítica

Autores: José Luís León Sáez de Ybarra

Edición: 1998

Publicación: Universidad del País Vasco

ISBN: 978-0-387-922-97-3

La investigación cualitativa en marketing y publicidad : El grupo de discusión y el análisis de dato

Autores: Pere Soler Pujals ; con la colaboración de M. Andreu, S. Isidro y M. Rodríguez

Edición: 1999

Publicación: Paidós

ISBN: 978-0-387-922-97-3