

**ESCUELA PROVINCIAL DE CINE Y TELEVISION DE ROSARIO**  
**Ministerio de Innovación y Cultura de la Provincia de Santa Fe**  
**Dirección Provincial de Educación Artística**  
**Mendoza 1085 - (2000) Rosario - Argentina**  
**<http://www.epctv.edu.ar> - [escuela@epctv.edu.ar](mailto:escuela@epctv.edu.ar)**

---

## PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

---

Carrera: Profesorado de Artes Audiovisuales  
Asignatura: **INVESTIGACIÓN EN ARTES AUDIOVISUALES**  
Curso: 4° División: 1°  
Turno: Mañana  
Año lectivo: 2023  
Horas semanales: 3 Hs. cátedra  
Docente: Mg. y Prof. Marcelo Vieguer  
Modalidad: SEMINARIO

Correlativas previas: Antropología Sociocultural

Correlativas posteriores: -----

---

## CONTENIDOS

### **UNIDAD I: "La investigación en comunicación"**

Acerca de la investigación. La metodología. Epistemología y metodología de la investigación científica. La importancia de plantear un problema. Elaboración de un estado de la cuestión. Unidad de análisis. Marco teórico y opciones metodológicas. Tipos de investigación: cuantitativa y cualitativa. Estrategias de recolección y análisis de datos (encuestas, entrevistas, historias de vida). Sistematización de los datos. Identificación de las fuentes de datos. Escritura académica. Exposición de resultados.

**Bibliografía Obligatoria:**

- Briones, Guillermo. "Formulación de problemas de investigación" en **Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales**. Editorial Trillas, México, 1994.
- Castro, Roberto. "En busca del significado: supuestos, alcances y limitaciones del análisis cualitativo" en **Para comprender la subjetividad: investigación cualitativa en salud reproductiva y sexualidad**. Ivonne SAS y Susana Lerner (Compiladoras). El Colegio de México, México, 1996.
- Protzel, Javier. "Encuentros y tensiones entre campo intelectual y campo profesional" en **Revista Diálogos de la Comunicación N° 56**. Editorial Walter Neria Bronttis, Lima, 1999.
- Sabino, Carlos A.. "La investigación científica", "Planteamiento de la investigación", "El diseño de investigación" y "El muestreo" en **El proceso de investigación**. Editorial Lumen, Buenos Aires, 1996.
- Samaja, Juan. "El proceso de investigación" en **Epistemología y Metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica**. Eudeba, Buenos Aires, 1993.
- Sautu, Ruth. "Acerca de qué es y no es investigación científica en ciencias sociales" en **La trastienda de la investigación** de Catalina Wainerman y Ruth Sautu (Compiladoras). Editorial de Belgrano, Buenos Aires, 1997.
- Taylor, Steve J. y Bogdan, Robert. "La observación participante en el campo" y "La entrevista en profundidad" en **Introducción a los métodos cualitativos de investigación**. Editorial Paidós, Buenos Aires, 1992.
- Vasilachis de Gialdino, Irene. **Métodos cualitativos I. Los problemas Teórico epistemológicos**. Centro Editor de América Latina, Buenos Aires, 1992.
- Wolf, Mauro. "La teoría hipodérmica" en **La investigación en la comunicación de masas. Crítica y perspectivas**. Editorial Paidós, Buenos Aires, 2013.

**UNIDAD II: "La investigación aplicada"**

La investigación en la trama de la cultura contemporánea. La producción audiovisual como producto de divulgación resultado de un proyecto de investigación. Acerca de la investigación en lenguajes artísticos. Sobre investigar en Arte: aproximación al tema desde la filosofía y la práctica. Cómo elaborar un proyecto de investigación. La cuestión del método en las ciencias humanísticas y sociales. La apreciación sensible y personal del entorno de producción artística. La reflexión sensible sobre las producciones propias. La observación y la escucha atenta de las producciones artísticas. Rigor lógico de las conclusiones. Carácter del trabajo.

**Bibliografía Obligatoria:**

- Faretta, Ángel. "El mito y el cine", "Épocas y obras del cine", "Guía para perplejos I" y "Guía para perplejos II" en **Espíritu de simetría**. Editorial Djaen, Buenos Aires, 2007.
- Landi, Oscar. "La nueva industria audiovisual" en **Devórame otra vez**. Editorial Planeta, Buenos Aires, 1992.
- París, Laura. "Triangulación metodológica: ¿Epistemologías inconciliables o criterio de validación del conocimiento científico? Memo, 2004.
- Rivera, Jorge B. "Los marcos", "Las herramientas" y "Las líneas" en **Comunicación, Medios y Cultura. Líneas de investigación en Argentina. 1986-1996**. Ediciones de Periodismo y Comunicación, La Plata.

### **UNIDAD III: "Investigación orientada al cine y la publicidad"**

Paradigmas de investigación referenciados en diferentes filmes. Funcionamiento. Búsqueda de impacto. Elección de herramientas de un paradigma. Construcción y producción de sentido de un film desde un paradigma. Idea y estrategia creativa de una publicidad audiovisual en televisión. Conocimiento del mercado, del producto o servicio, de la empresa, de la competencia. Vínculos de pertenencia entre consumidores y publicidades. Nuevos tipos de investigación. Nuevos modelos. Nuevas audiencias. Análisis de casos. Aplicación práctica de los modelos de análisis. Comparación y reflexión sobre los mismos.

#### **Bibliografía Obligatoria:**

- Capriotti, Paul. "Planificación del perfil de identidad corporativa para marcas globales" en **La marca corporativa**. Eumo Editorial, Barcelona, 2005.
- Moreno, Isidro. "Poéticas y creatividad. Redefiniciones y convergencias", "Reconstrucción del proceso creativo. Estímulos y bloqueos" y "Los modelos de análisis narrativos y la narrativa audiovisual publicitaria" en **Narrativa audiovisual publicitaria**. Editorial Paidós, Barcelona, 2003.
- Pimentel, Diego. "Superconectados" en **Cultura digital, comunicación y sociedad**. de Montagu, A., Pimentel, D. y Groisman, M. Editorial Paidós, Buenos Aires, 2004.
- Scolari, Carlos. "Googlemanía" en **La marca corporativa**. Eumo Editorial, Barcelona, 2005.
- Soler, Pere. "Propuesta de un análisis tipológico de datos", "El grupo de discusión (*focus group*)", "Desarrollo de un caso práctico. Producto: Píldora anticonceptiva" en **Investigación cualitativa en marketing y publicidad. El grupo de discusión y el análisis de datos**. Editorial Paidós, Barcelona, 1997.
- Verón, Eliseo. "El discurso publicitario o los misterios de la recepción" y "Los medios en recepción: desafíos de la complejidad" en **Fragmentos de un tejido**. Editorial Gedisa, Barcelona, 2004.

## EVALUACIÓN:

- Dos exámenes parciales y una instancia final integradora según los lineamientos fijados.
- En la instancia final, presentación escrita de una monografía (\*).
- Verificación en los trabajos prácticos del cursado, interpretación conceptual y procedimental de los diversos temas.
- Verificación en los trabajos prácticos del correcto uso de las distintas técnicas y materiales en función de las consignas dadas.
- Comprobación de la capacidad para trabajar individual y grupalmente.

### **Presentación del escrito para acceder a la mesa de examen final (\*):**

A partir del visionado de un film -documental o de ficción-, serie de films, publicidades o cualquier otra producción o producciones audiovisuales, a elección del alumno:

- Plantear: el objeto de investigación, el problema de investigación y la hipótesis de investigación.
- Desarrollar una investigación utilizando las técnicas de investigación desarrolladas a lo largo del cursado.
- Profundizar en otros aspectos inherentes a la metodología de la investigación en artes audiovisuales que les revele el objeto de estudio.
- Presentar el escrito final.

Serán obligatorias al menos dos consultas antes de la presentación final del trabajo. Para presentarse en la instancia final integradora, el trabajo deberá presentarse en carpeta A-4, en fuente *Times New Roman*, altura 12 e interlineado de 1,5, dos semanas antes de la fecha de promoción; en su defecto, para mesa de examen final, la presentación del escrito también será con dos semanas de anticipación.

---

### **CRITERIO DE REGULARIZACIÓN:**

#### **REGULAR CON CURSADO PRESENCIAL:**

- 75% de la asistencia a clases por cuatrimestre o hasta 50% debidamente justificadas.
- Aprobación del 75% de los trabajos prácticos entregados en tiempo y forma, por cuatrimestre.
- Aprobación de los exámenes parciales o sus respectivos recuperatorios con nota de 6 o más puntos.

#### **REGULAR CON CURSADO SEMIPRESENCIAL:**

- 40% de la asistencia a clases por cuatrimestre.
- Aprobación del 100% de los trabajos prácticos entregados en tiempo y forma por cuatrimestre.
- Aprobación de los exámenes parciales o sus respectivos recuperatorios con nota de 6 o más puntos.

#### **PROMOCIÓN DIRECTA**

- Tener las materias correlativas aprobadas al momento de presentarse en el coloquio final.
  - 75% de asistencia a clases por cuatrimestre.
  - Aprobación del 100% de los trabajos prácticos.
  - Aprobación de los exámenes parciales o sus recuperatorios con nota de 6 (seis) o más puntos, debiendo obtener un promedio de 8 (ocho) o más puntos entre ambos parciales.
  - Aprobación de una instancia final integradora con nota de 8 (ocho) o más puntos.
-

## BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA

- Briones, Guillermo. "Formulación de problemas de investigación" en **Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales**. Editorial Trillas, México, 1994.
- Castro, Roberto. "En busca del significado: supuestos, alcances y limitaciones del análisis cualitativo" en **Para comprender la subjetividad: investigación cualitativa en salud reproductiva y sexualidad**. Ivonne SAS y Susana Lerner (Compiladoras). El Colegio de México, México, 1996.
- Protzel, Javier. "Encuentros y tensiones entre campo intelectual y campo profesional" en **Revista Diálogos de la Comunicación N° 56**. Editorial Walter Neria Bronttis, Lima, 1999.
- Sabino, Carlos A.. "La investigación científica", "Planteamiento de la investigación", "El diseño de investigación" y "El muestreo" en **El proceso de investigación**. Editorial Lumen, Buenos Aires, 1996.
- Samaja, Juan. "El proceso de investigación" en **Epistemología y Metodología. Elementos para una teoría de la investigación científica**. Eudeba, Buenos Aires, 1993.
- Sautu, Ruth. "Acerca de qué es y no es investigación científica en ciencias sociales" en **La trastienda de la investigación** de Catalina Wainerman y Ruth Sautu (Compiladoras). Editorial de Belgrano, Buenos Aires, 1997.
- Taylor, Steve J. y Bogdan, Robert. "La observación participante en el campo" y "La entrevista en profundidad" en **Introducción a los métodos cualitativos de investigación**. Editorial Paidós, Buenos Aires, 1992.
- Vasilachis de Gialdino, Irene. **Métodos cualitativos I. Los problemas Teórico epistemológicos**. Centro Editor de América Latina, Buenos Aires, 1992.
- Wolf, Mauro. "La teoría hipodérmica" en **La investigación en la comunicación de masas. Crítica y perspectivas**. Editorial Paidós, Buenos Aires, 2013.
- Faretta, Ángel. "El mito y el cine", "Épocas y obras del cine", "Guía para perplejos I" y "Guía para perplejos II" en **Espíritu de simetría**. Editorial Djaen, Buenos Aires, 2007.
- Landi, Oscar. "La nueva industria audiovisual" en **Devórame otra vez**. Editorial Planeta, Buenos Aires, 1992.
- París, Laura. "Triangulación metodológica: ¿Epistemologías inconciliables o criterio de validación del conocimiento científico? Memo, 2004.
- Rivera, Jorge B. "Los marcos", "Las herramientas" y "Las líneas" en **Comunicación, Medios y Cultura. Líneas de investigación en Argentina. 1986-1996**. Ediciones de Periodismo y Comunicación, La Plata.
- Capriotti, Paul. "Planificación del perfil de identidad corporativa para marcas globales" en **La marca corporativa**. Eumo Editorial, Barcelona, 2005.
- Moreno, Isidro. "Poéticas y creatividad. Redefiniciones y convergencias", "Reconstrucción del proceso creativo. Estímulos y bloqueos" y "Los modelos de análisis narrativos y la narrativa audiovisual publicitaria" en **Narrativa audiovisual publicitaria**. Editorial Paidós, Barcelona, 2003.
- Pimentel, Diego. "Superconectados" en **Cultura digital, comunicación y sociedad**. de Montagu, A., Pimentel, D. y Groisman, M. Editorial Paidós, Buenos Aires, 2004.

- Scolari, Carlos. "Googlemanía" en **La marca corporativa**. Eumo Editorial, Barcelona, 2005.
- Soler, Pere. "Propuesta de un análisis tipológico de datos", "El grupo de discusión (*focus group*)", "Desarrollo de un caso práctico. Producto: Píldora anticonceptiva" en **Investigación cualitativa en marketing y publicidad. El grupo de discusión y el análisis de datos**. Editorial Paidós, Barcelona, 1997.
- Verón, Eliseo. "El discurso publicitario o los misterios de la recepción" y "Los medios en recepción: desafíos de la complejidad" en **Fragmentos de un tejido**. Editorial Gedisa, Barcelona, 2004.

---

**NOTA:** La elección de los textos a utilizar queda sujeta a cambios o ampliaciones que a lo largo del período lectivo el docente considere oportunas.



.....  
Mg. y Prof. Marcelo Vieguer