Título:

Autor:

Precio: $380.00

Editorial:

Año: 2006

Tema:

Edición: 1ª

Sinopsis

ISBN: 9789688536698

Este libro realiza un apasionante recorrido por los diferentes modos de analizar la televisión. Así, aborda las formas de investigación más conocidas (y discutidas), como el audímetro, pero también otras más fronterizas, como el estudio etnográfico, métodos que poseen una larga tradición, como el análisis de contenido o el análisis motivacional, e incluso otros que todavía siguen siendo, en buena parte, experimentales, como el análisis textual. Igualmente, se facilita una descripción sintética de cada enfoque y se proponen algunos ejemplos concretos. Se trata, sin duda, de la primera aproximación de tal magnitud, destinada a informar al lector acerca de una actividad cuyos aspectos concretos no siempre son bien conocidos y a facilitarle, además, algunos instrumentos básicos que le permitan entender mejor qué es la televisión y cómo se puede estudiar.

Francesco Casetti es profesor de las Universidades Católicas de Brescia y Milán y autor de libros como El film y su espectador y Teorías del cine 1945-1990. Federico di Chio es director de marketing de RTI-Mediaset y profesor de Sociología de la Comunicación y de la Cultura en la Universidad Católica de Milán. Junto con Casetti, ha escrito también Cómo analizar un film, igualmente publicado por Paidós.