

LICENCIATURA EN PERIODISMO (CICLO DE LICENCIATURA)

“Lenguajes y Comunicación Audiovisual”

Profesores:

Titular: Dra. Graciela M. Paredes

Adjunto: Mg. Fabián I. Pelaez

2025

Carrera: Licenciatura en Periodismo (Ciclo de Licenciatura)

Materia: LENGUAJES Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Carga Horaria: 32hs. cuatrimestrales

Comisión: TNA

1.- FUNDAMENTACIÓN:

La materia está organizada alrededor del eje de los mensajes audiovisuales en el campo del periodismo. A partir del análisis de las modalidades que asume tales productos en los medios actuales, se establecen las particularidades de su lenguaje y se determinan los rasgos que les son propios.

2.- OBJETIVOS:

Que el alumno:

- Comprenda los aspectos sintácticos, morfológicos y semánticos involucrados en el proceso de construcción de un producto audiovisual.
- Conozca las características del lenguaje audiovisual y lo valore comunicativamente en relación a los mensajes periodísticos.
- Maneje diversas técnicas para el análisis de los mensajes audiovisuales.
- Desarrolle el sentido crítico para evaluar y mejorar productos de comunicación audiovisual.

3.- CONTENIDOS FORMATIVOS:

Unidad 1: Construcción del producto periodístico audiovisual

- El lenguaje audiovisual.
 - a) Sus aspectos sintácticos: elementos visuales y sonoros.
 - b) Sus aspectos morfológicos: planos, ángulos, composición, profundidad de campo, continuidad, ritmo, iluminación, color, movimiento de cámara, etc.
 - c) Sus aspectos semánticos.
- Montaje audiovisual: elementos, funciones y tipos. Mashup
- El producto audiovisual en la “neotelevisión” y en la “hipertelevisión”
- Características de los mensajes periodísticos audiovisuales.
 - a) La importancia de lo visual. La recreación de acontecimientos y la escenificación de las noticias para el consumo de la televisión. Los pseudoacontecimientos.
 - b) El culto a la personalidad.
 - c) Las noticias como espectáculo. El infoentretenimiento. El sensacionalismo.
- El criterio de significación.
- Nuevas narrativas audiovisuales para la información
 - Casado Ruiz, A. (2020) *Nuevas narrativas audiovisuales para la información política en televisión*. En M. Francés (Pdte.) (2020). *Comunicación y Diversidad*. Libro de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación. (Pág. 2512-2532)
 - Eco, U. (2012). *La estrategia de la ilusión*. De Bolsillo (“TV. La transparencia perdida”)

- Marquès, P. (2010). *Introducción al Lenguaje Audiovisual*. Departamento de Pedagogía Aplicada, Facultad de Educación, UA. <http://peremarques.pangea.org/avmulti.htm>
- Martínez Albertos, J. L. (1993). *Curso General de Redacción Periodística*. Mitre. (Cap. 22, Cap. 24)
- Mateu Torres, F. J. (2024). *Fundamentos teóricos de la edición y el montaje audiovisual*. Universidad Miguel Hernández de Elche.
- Piccini, F. (2019). *El telediario de la hipertelevisión*. En C. Tejedor (director) Herramientas digitales para comunicadores. Universitat Autònoma de Barcelona. (Págs. 89 a 94)
- Rivers, W. y Matheus, C. (1998). *La ética en los medios de comunicación*. Ediciones Gernika. (El manejo de pseudoacontecimientos. Pág. 129 a 133).

Unidad 2. Incidencia de los mensajes audiovisuales

- Estudios sobre los efectos de los mensajes audiovisuales.
 - La televisión como modeladora de la imagen del mundo.
 - La manipulación en televisión; análisis de las diversas operaciones y grados de manipulación mensajes periodísticos.
-
- Eco, U. (2012). *La estrategia de la ilusión*. De Bolsillo. (Cap. "El televidente")
 - Mellet, P. "Cómo la estructura ritual del noticiero de televisión formatea nuestras mentes" en [Voltairenet.org](http://www.voltairenet.org/article151749.html) <http://www.voltairenet.org/article151749.html>
 - Vilches, L. (1995). *Manipulación de la información televisiva*. Paidós. (Cap.1. Pág. 21 a 32)
 - Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los medios*. Paidós. (primera parte (punto 3) y segunda parte)

Unidad 3: La industria audiovisual

- La televisión digital.
 - Transformaciones actuales en la industria televisiva.
 - Los desafíos futuros.
 - Nuevas audiencias y nuevos negocios.
 - Las narrativas transmedia
 - La TV OTT.
 - Imposiciones del mercado y capacidad informativa de la televisión.
 - El contenido audiovisual de los medios electrónicos. Los microformatos.
 - La información audiovisual en las redes sociales.
-
- Albornoz, L. y García Leiva, M. T. (2012). *La televisión digital terrestre*. La Crujía (Cap. 1)
 - Álvarez Monzoncillo, J. M. (2011). *La televisión etiquetada. Nuevas audiencias y nuevos negocios*. Ariel. (Cap. 3)
 - Cepeda Sánchez, P. (2019). *Microformatos informativos en la economía de la atención*. En C. Tejedor (director) Herramientas digitales para comunicadores. Universitat Autònoma de Barcelona. (Pág. 129 a 134)

- Di Guglielmo, H. (2010). La programación televisiva en guerra. La Crujía.
- García Leiva, M. T. (2020). *Plataformas audiovisuales y diversidad: mucho (y muchas) más que Netflix*. En M. Francés (Pdte.) (2020). Comunicación y Diversidad. Libro de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación. (Pág 679 a 703)
- Jódar-Marín, J. Á. (2019). *Los nuevos formatos audiovisuales en los cibermedios: del reportaje televisivo al videonews*. Communication & Society, 32(4), 63-75.
- Larrondo Ureta, A. (2019). *El transmedia periodístico*. En C. Tejedor (director) Herramientas digitales para comunicadores. Universitat Autònoma de Barcelona. (pag. 63 a 68)
- Paez Triviño, M. J. (2016). *Distribución online. Televisiones convergentes, intereses divergentes*. En S. Marino (coordinador) El Audiovisual Ampliado. Políticas públicas, innovaciones del mercado y tensiones regulatorias en la industria de la televisión argentina frente a la convergencia. Ediciones Universidad del Salvador.
- Pavel Sidorenko, B., García Caballero, S. y Herranz de la Casa, J. M. (2020) *Llegar a la Generación Z desde el periodismo local: producción móvil, vídeo vertical y reportajes en formato 'storie'*. En M. Francés (Pdte.) (2020). Comunicación y Diversidad. Libro de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación. (Pág. 1229 a 1249)
- Scolari, C. A. (2013). Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Deusto. (Cap. 1)

Unidad 4. Análisis de las imágenes

- Polisemia de las imágenes. Operaciones de anclaje y relevo.
 - Dimensiones del significado: lectura denotativa y connotativa de imágenes.
 - Códigos y subcódigos del mensaje televisado.
 - Relación entre imagen y palabra en televisión.
 - Análisis de imágenes informativas en televisión.
 - Análisis de formatos, características y contenidos de distintos discursos periodísticos en televisión.
-
- Barthes, R. (1986). *Retórica de la imagen*. En R. Barthes. Lo obvio y lo obtuso. Paidós comunicación.
 - Chion, M. (2021). *La audiovisión*. La Marca. (Introducción, Cap. 1 y 8)
 - Eco, U. (1969). *Para una indagación semiológica sobre el mensaje televisivo* En AA.VV. Los efectos de las comunicaciones de masas. Buenos Aires: Jorge Alvarez.
 - González Requena, J. (1989). *El espectáculo informativo o la amenaza de lo real*. Akal. (Cap. 9. Información verbal / Información visual)
 - Landi, O. (1992). Devórame otra vez. Planeta. (Cap. El lenguaje de la TV Pág. 90 a 97)

- Martínez Albertos, J. L. (1993). *Curso General de Redacción Periodística*. Mitre. (Pág. 490 a 496)
- Vilches, L. (1995). *Manipulación de la información televisiva*. Paidós. (Cap. 5. Punto 5.1.)
- Vilches, L. (1997). *La lectura de la imagen*. Paidós. (Cap. 4)
- Orza, G. (2002). *Programación televisiva. Un modelo de análisis instrumental*. La Crujía. (Cap. 5)

4.- BIBLIOGRAFÍA:

4.1. - Bibliografía Obligatoria:

- Albornoz, L. y García Leiva, M. T. (2012) *La televisión digital terrestre*. La Crujía.
- Álvarez Monzoncillo, J. M. (2011) *La televisión etiquetada. Nuevas audiencias y nuevos negocios*. Ariel.
- Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso*. Paidós.
- Chion, M. (1993). *La audiovisión*. Paidós.
- Di Guglielmo, H. (2010). *La programación televisiva en guerra*. La Crujía.
- Eco, U. (1969) Para una indagación semiológica sobre el mensaje televisivo. En AA.VV. Los efectos de las comunicaciones de masas. Jorge Alvarez
- Eco, U. (2012). *La estrategia de la ilusión*. De Bolsillo
- Francés, M (Pdte.) (2020). *Comunicación y Diversidad*. Libro de comunicaciones del VII Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación.
- González Requena, J. (1989). *El espectáculo informativo o la amenaza de lo real*. Akal.
- Jódar-Marín, J. Á. (2019). *Los nuevos formatos audiovisuales en los cybermedios: del reportaje televisivo al videonews*. *Communication & Society*, 32(4), 63-75.
- Landi, O. (1992). *Devórame otra vez*. Planeta.
- Marino, S. (coordinador). (2016). *El Audiovisual Ampliado*. Políticas públicas, innovaciones del mercado y tensiones regulatorias en la industria de la televisión argentina frente a la convergencia Ediciones Universidad del Salvador.
- Marquès, Pere. (2010). *Introducción al Lenguaje Audiovisual*. Departamento de Pedagogía Aplicada, Facultad de Educación, UA.
<http://peremarques.pangea.org/avmulti.htm>
- Martínez Albertos, J. L. (1993). *Curso General de Redacción Periodística*. Mitre.
- Mateu Torres, F. J. (2024). *Fundamentos teóricos de la edición y el montaje audiovisual*. Universidad Miguel Hernández de Elche.
<https://books.google.com.ar/books?id=DSwWEQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Mellet, P. "Cómo la estructura ritual del noticiero de televisión formatea nuestras mentes" en Voltairenet.org <http://www.voltairenet.org/article151749.html>
- Orza, G. (2002). *Programación televisiva. Un modelo de análisis instrumental*. La Crujía.
- Rivers, W. y Matheus, C. (1998). *La ética en los medios de comunicación*. Ediciones Gernika.
- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- Tejedor, C. (director). *Herramientas digitales para comunicadores*. Universitat Autònoma de Barcelona.
- Vilches, L. (1995). *Manipulación de la información televisiva*. Paidós.
- Vilches, L. (1997) *La lectura de la imagen*. Paidós.

Wolf, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Paidós

4.2.- Bibliografía Complementaria:

- Badillo Matos, Á, y Sierra Caballero, F. (editores). (2011) *La transición hacia la televisión digital terrestre en Iberoamérica, diagnóstico y perspectivas*. CIESPAL.
- Bourdieu, P. (2001). *Sobre la televisión*. Anagrama.
- Fieiras Ceide, C.; Túñez López, J.M.; Rodríguez Castro, M. (eds.), (2023) *Innovar en innovación televisiva. Análisis de casos de éxito en los medios públicos europeos*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Ortells-Badenes, S. (2015). *Los magazines de actualidad basados en el infoentretenimiento: nuevos rasgos del lenguaje audiovisual en el periodismo televisivo*. Signo y pensamiento, 34(66), 44-61.
- Rincón, O. (editor) (2013) *Zapping tv. El paisaje de la tele latina*. FES Comunicación. http://www.fesmedia-latin-america.org/uploads/media/Zappin_TV_Web.pdf
- Soengas, X. (2003). *El tratamiento informativo del lenguaje audiovisual*. Ed. del laberinto.

5.- METODOLOGÍA DE TRABAJO Y ENSEÑANZA:

La asignatura es de carácter teórico-práctico. Se apunta a que el alumno aplique la temática desarrollada en cada clase a través de la realización de trabajos de análisis.

6.- PAUTAS DE ACREDITACIÓN Y EVALUACIÓN:

Durante el desarrollo de la materia se evalúa al alumno con un parcial obligatorio y con la realización de trabajos prácticos que deben ser presentados en las fechas estipuladas por la Cátedra.