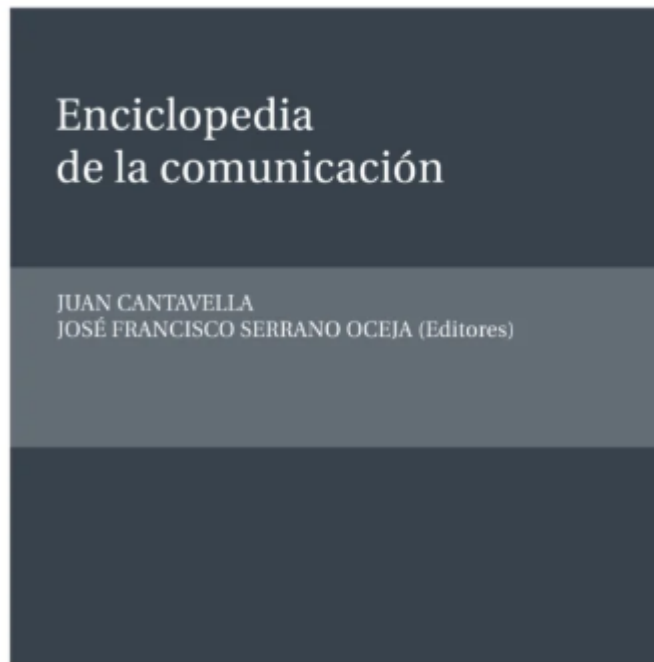


METADATOS ASOCIADOS A UN CAPÍTULO DE LIBRO:



CEU  Ediciones

Título del Libro: Enciclopedia de la comunicación

ISBN (si es electrónico el DOI del capítulo): 978-84-92989-91-1

Título del Capítulo: Fundamentos de la Comunicación Audiovisual

Autor/es del capítulo:

Merayo Pérez, Arturo

Rodríguez Rosell, María del Mar

Año de publicación:

2011

Editorial:

CEU Ediciones

Número de páginas del capítulo:

193-229

Citación:

Merayo Pérez, A., y Rodríguez Rosell, M. d. M. (2011). Fundamentos de comunicación audiovisual. En J. Cantavella Blasco y J. F. Serrano Oceja (Coords.), *Enciclopedia de la comunicación* (pp. 193-229). CEU Ediciones

Resumen del capítulo:

El capítulo seis de esta Enciclopedia aúna los conceptos básicos que tienen que ver con la Comunicación Audiovisual en su planteamiento más elemental. Se crea este material didáctico y docente a modo de propuesta conceptual, como si fuera un mosaico de ideas básicas que pudiera resultar práctico para los estudiantes universitarios del campo de conocimiento de la Comunicación

Abstract del capítulo:

Chapter six of this encyclopaedia brings together the basic concepts related to audiovisual communication in its most fundamental form. This teaching and learning material has been created as a conceptual proposal, like a mosaic of basic ideas that could be useful for university students in the field of communication.

Indice

Introducción	15
Capítulo 1. Investigación en comunicación: una guía al servicio del alumno	17
1. Objetivos y antecedentes (docencia, investigación y profesión)	17
2. La visión del investigador en comunicación	20
3. Etapas en el proceso de investigación	24
4. Identificación del tema (Etapa 1)	25
5. El problema: planteamiento, enunciación y formulación (Etapa 2)	35
6. Objetivos (Etapa 3).....	36
7. Justificación (Etapa 4)	37
8. Marco de referencia (Etapa 5)	38
9. Formulación de hipótesis (Etapa 6)	38
10. Marco teórico (Etapa 7)	41
11. El método y una propuesta para la Web (Etapa 8)	42
12. Resultados, codificación y análisis (Etapa 9)	48
13. Establecimiento de las conclusiones del proyecto (Etapa 10)	50
14. Sistema de citas bibliográficas y resto de fuentes (Etapa 11)	50
15. Referencias documentales	52
Capítulo 2. La historia de la comunicación en España	55
1. La prensa, fuente documental para la historia	55
2. Historia de la prensa. Historia del periodismo	59
3. La historia de la comunicación. Primeros fundamentos teóricos.....	64
4. La historia de la comunicación. Recientes convergencias	73
5. Otras historias de la comunicación. Historia de los medios audiovisuales. Historia de la publicidad. Historia de la propaganda	78
6. Una comunidad científica	81
7. Bibliografía	83

Capítulo 3. El subsuelo de la opinión	89
1. Introducción	89
2. El multiculturalismo	93
3. La mezcla informativa	95
4. Creencias y prejuicios	95
5. La ficción	102
6. La opinión y los valores sociales	104
7. Información y opinión	107
8. ¿Qué información es insuficiente?	109
9. Autoridad de la opinión	112
10. Bibliografía	121
Capítulo 4. Psicología de la comunicación	123
1. Introducción: comunicación en perspectiva psicosocial	123
2. Planteamientos teóricos: paradigmas, modelos e hipótesis que dirigen la investigación	125
2.1. Modelos cibernéticos (codificación-descodificación) y teoría general de la información	126
2.2. Conductismo: comunicación como aprendizaje animal por reflejo condicionado	127
2.3. Modelos intencionales socio-semióticos	128
2.4. Modelos prospécticos	130
2.5. Enfoques interaccionistas o dialógicos	130
3. Procesos psicosociales determinantes: intrapersonales, interpersonales y grupales	132
3.1. Comunicación intrapersonal	132
3.2. Comunicación interpersonal	133
3.3. Comunicación grupal	134
4. Funciones de la comunicación: motivos activadores	135
4.1. Tendencia exploratoria animal	135
4.2. Reducción de la incertidumbre emocional	136
4.3. Conflicto cognitivo	137
4.4. Comunicación como estrategia del poder	137
4.5. Motivación de prestigio	138
5. Comunicación verbal: el lenguaje oral y escrito	138
5.1. Características psicológicas del lenguaje	140
5.2. Connotaciones emocionales del lenguaje	140

6. Valor complementario de la comunicación no verbal: los paralenguajes	142
7. Comunicación persuasiva: fuente, mensaje, medio receptor y efecto	143
7.1. La fuente del mensaje	144
7.2. El mensaje	146
7.3. El Medio	148
7.4. Las Audiencias ("target")	149
7.5. El Efecto persuasivo	152
8. Propagación de rumores: incertidumbre emocional y comunicación	153
9. Adoctrinamiento actitudinal: ideología, sugestión mediática y prejuicios	155
9.1. Comunicación y adoctrinamiento intensivo	155
9.2. Difusión de estereotipos y prejuicios	157
10. Conclusión: inteligencia emocional del comunicador	159
11. Bibliografía	161
Capítulo 5. El público ante el discurso político de los medios	165
1. Apertura: ¿lleva el público siempre razón?	165
2. Público revestido de audiencia, consumidor, electorado... ..	166
3. El público ante la militancia publipropagandística del periodismo	169
4. Rendición profesional ante los públicos	174
5. Rentabilidad crematística y/o electoral	176
6. Seguidismo clientelar/electoralista y derecho a la información	178
7. Equívocas interpretaciones del servicio al público	179
8. Un público controlador y vigilante	180
9. Cierre: el público, el grano y las consecuencias democráticas	183
10. Bibliografía	187
Capítulo 6. Fundamentos de comunicación audiovisual	193
1. Introducción	193
2. Elementos del lenguaje audiovisual	194
3. Tipos de planos	195
4. La continuidad	197
5. El movimiento	198
6. El montaje	199
7. El sonido en el audiovisual	201
8. La puesta en escena	202
9. Sonido y radio	202
10. La cualidades del sonido	203

11. El sonido radiofónico y la imaginación	205
12. Características de la comunicación radiofónica	207
13. Lenguaje sonoro y lenguaje radiofónico	209
14. Las palabras	211
15. La música y su decodificación radiofónica	214
16. Cómo usar la música en la radio	217
17. La música como elemento del lenguaje radiofónico	218
18. La música como elemento de realización	221
19. Los efectos de sonido	222
20. Clasificando los efectos sonoros	223
21. El silencio radiofónico	226
22. Bibliografía	227
Capítulo 7. Comunicación, información y política	231
1. Comunicación, información y política: antecedentes y desarrollo	231
2. Las investigaciones en el campo de la comunicación política	233
2.1. El modelo del impacto directo	233
2.2. El modelo de efectos limitados	234
2.3. La vuelta a un concepto poderoso de los medios de comunicación	235
2.3.1. La espiral del silencio	236
2.3.2. La teoría de la agenda	236
2.3.3. La teoría de los usos y gratificaciones	237
2.4. Nuevas tendencias en la investigación en comunicación política	238
2.4.1. La teoría de la dependencia	238
2.4.2. El <i>framing</i> y el <i>priming</i>	238
2.4.3. Nuevas corrientes de estudios vinculados a la ciberdemocracia	238
3. Los nuevos medios de comunicación y la política. De la información al espectáculo.	239
4. La campaña electoral y los géneros informativos y electorales	242
4.1. La información electoral	243
4.2. La entrevista política	243
4.3. El anuncio político	244
4.4. Los debates electorales	245
4.5. Los programas de <i>infoentretenimiento</i> político	246
4.6. La política en la Red	247
5. La información mediática y su influencia en la vida política	248

5.1. Personalización y simplificación de la política	248
5.2. El lenguaje político televisivo	249
6. Los efectos de la nueva comunicación en la cultura política y en la decisión de voto	250
6.1. Los efectos en la decisión de voto	251
6.1.1. El efecto <i>refuerzo</i> en la decisión de voto	253
6.1.2. El efecto <i>cambio</i> en la decisión de voto	253
6.2. Limitaciones a la influencia televisiva	254
6.3. La nueva cultura política	255
7. Referencias bibliográficas	257
Capítulo 8. La comunicación especializada	261
1. La especialización afecta a todo el proceso de la comunicación	261
2. El origen especializado de la noticia: fuentes primarias expertas	263
3. Periodismo especializado en la fuente: fuentes secundarias	266
4. Periodismo especializado en las redacciones y agencias	269
5. La especialización en los medios de información general	274
5.1. Información internacional	276
5.2. Política nacional	277
5.3. Sociedad, grupos minoritarios, personajes con notoriedad	278
5.4. Ciencia	281
5.5. Información económica	282
5.6. Información deportiva	283
5.7. Información cultural	283
6. Revistas de pago especializado	284
6.1. Especializaciones temáticas que demandan uno y otro sexo	286
6.2. Ciencias y otros saberes	288
6.3. Economía y finanzas	290
6.4. Deportes	291
6.5. Política nacional	291
6.6. Relaciones internacionales	292
6.7. Cultura	293
7. Bibliografía	294