Buenos Aires, 25 de Julio de 2013

Sr. Director

Carrera de Ciencias de la Comunicación

Facultad de Ciencias Sociales

Universidad de Buenos Aires

De mi consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. a fin de someter a su consideración el dictado de un Seminario AD HOC para ser dictado en 2014. Se adjuntan el programa del Seminario con los detalles solicitados, el curruculum vitae de quien le escribe y demás documentaciones requeridas; junto con su pertinente copia en soporte digital.

El seminario busca otorgarle a los alumnos los elementos necesarios para comprender los cambios desarrollados en la construcción de sentido en televisión a partir del crecimiento sostenidos de las nuevas herramientas digitales de comunicación, tanto en el ámbito de los medios de comunicación, como en el de los nuevos grupos de “consumidores”.

Si bien, las capacidades adquiridas durante la carrera dan un marco general sobre el rol de la televisión como instrumento de comunicación; estimamos que es necesario plantear un debate que ayude a los alumnos a diseñar futuros proyectos de tesis sobre las teorías de la NEOTELEVISIÓN.

La iniciativa para presentar este Seminario surgió a partir de las múltiples consultas recibidas por alumnos de la facultad en busca de ayuda para trabajar sobre la influencia de las nuevas tecnologías en el desarrollo de contenidos periodísticos ya sea en formatos tradicionales como en nuevos soportes digitales. Actualmente me encuentro dirigiendo tres tesis de graduación vinculadas con cuestiones similares y he descubierto que las nuevas capacidades ofrece este Seminario pueden ser de un gran aporte a futuros egresados. Muchos de los contenidos que abarcaremos no se encuentran entre los conocimientos ya impartidos, ya que abordaremos cuestiones vinculadas a la producción de contenidos para los noticieros tradicionales e intentaremos ayudar a los alumnos a comprender cómo esos contenidos se han modificado en función de ser adaptados para las plataformas digitales de esos medios tradicionales.

Por tratarse de un seminario con contenidos nuevos y con una intensa carga de elaboración conceptual para el cursante, creemos que es un aporte interesante para incorporar herramientas y conceptos que ya están instalados en las nuevas redacciones digitales que funcionan en nuestro país y el resto del mundo.

Atte.

Lic. Mariano Besada

****

*Universidad de Buenos Aires*

*Facultad de Ciencias Sociales*

*Carrera de Ciencias de la Comunicación*

***Seminario AD HOC 2014***

*“Televisión, Internet y después: Nuevos formatos de noticias a partir del desarrollo de las redes sociales y la sobrexposición de videos en la red”.*

***(La influencia de Twitter, Facebook y Youtube en la reformulación de los contenidos de los noticieros argentinos)***

***Profesor a cargo del dictado del curso***

# LIC. MARIANO BESADA

**ESPECIFICACIONES**

**1. Denominación completa del Seminario**

*“Televisión, Internet y después: Nuevos formatos de noticias a partir del desarrollo de las redes sociales y la sobrexposición de videos en la red”.* ***(La influencia de Twitter, Facebook y Youtube en la reformulación de los contenidos de los noticieros argentinos)***

**2. Modalidad:** Seminario

**3. Carga horaria total:** 4 horas semanales más 2 horas de tutorías de tesis.

**4. Profesor a cargo del dictado del curso:** Lic. Mariano Besada

**4. Equipo docente y funciones de cada integrante:** Lic. Mariano Besada

**5. Momento del dictado:** Cuatrimestre - Indistinto

Días: Martes, Miércoles, Jueves o Viernes

Horarios: Entre 7:00 y 12:00 o entre 21:00 y 24:00.

**6. Objetivos generales de la asignatura:**

Este Seminario pretende acercarle a los alumnos las herramientas necesarias para comprender, cuestionar, debatir y reflexionar sobre los cambios en la generación, organización y puesta al aire de contenidos periodísticos en los noticieros de televisión abierta en argentina. Los cambios producidos a partir del crecimiento del uso de redes sociales como Twitter y Facebook; y la explosión de circulación de videos en sitios como Youtube ha modificado la “participación” ciudadana en el proceso de construcción de sentido y la búsqueda de respuestas a estos cambios será un punto de anclaje para redefinir nuevas formas de producción de noticias.

Entendemos que la Televisión es un medio de comunicación tan consumido como desconocido y por tanto invitamos a los alumnos a indagar en las modificaciones de las estrategias narrativas de los noticieros argentinos. Estrategias que han mutado en pos de la ”conquista” de nuevos públicos, de la reorganización de los medios tradicionales en multimedios digitales; y en función del desarrollo de nuevas tecnologías no sólo desde el ámbito de la producción de noticias sino también, desde el lugar del “nuevo televidente digital”.

La “vieja” televisión” con su cuestionable lógica propia; que, desde su nacimiento, se vinculó con lo lúdico, con lo “espectacular” y con lo visualmente atractivo ha cambiado. No ha cambiado para ser menos ”lúdica”, menos “espectacular” y menos “visualmente atractiva”; sino todo lo contrario.

Esta lógica, que persiste y se afianza con la llegada de las nuevas tecnologías, establece diversas estrategias de conquista que tienen como principal objetivo mantener al público el mayor tiempo posible frente a la pantalla y reubicarlo frente a las diversas plataformas multiformato que han comenzado a desarrollar los principales canales de televisión abierta en nuestro país. La construcción narrativa multidimensional, (defendida desde los diversos ámbitos de la producción televisiva y cuestionada desde los más diversos espacios académicos) ha sufrido cambios muy drásticos que no podemos dejar escapar para comprender cómo ha cambiado el trabajo de los periodistas y los ha obligado a desarrollar nuevos conocimientos para adaptarse a las redacciones digitales que ya dominan el proceso de construcción de noticias en la televisión argentina.

Tanto las estrategias tradicionales de “conquista” como las nuevas técnicas de construcción de sentido (fortalecidas a partir de la digitalización de los contenidos informativos y con el desarrollo de nuevas plataformas vinculadas al mismo noticiero) ya no sólo salen disparadas como rayos catódicos desde la caja no tan “boba” sino que se han convertido en contenidos multiformatos que buscan la atención de un televidente diferente; que ya no solo se vincula con el noticiero a través de la pantalla del televisor sino que lo hace a través de las múltiples pantallas que lo “comunican” con el mundo.

La televisión, que ha ocupado durante años una parte importante de nuestras vidas (en tiempo y espacio), ha incorporado a las nuevas tecnologías para sostener la dictadura de la imagen como eje central de su proceso de construcción de sentido, pero además ha multiplicado sus formas de conquista para atravesar su pantalla en busca de smartphones, tablets y computadoras personales. Siguiendo su lógica “espectacular”, ha incorporado nuevas narrativas audiovisuales en la búsqueda de una nueva construcción de información multimedial.

En función de esta argumentación, el periodista de televisión debe cumplir un rol más que complejo que ya no sólo se sostiene desde su talento periodístico sino que se ve modificado por la necesidad de incorporar nuevos saberes y tareas que lo separan bastante de los viejos amantes de las teletipos . El periodista de televisión sabe, que su misión como periodista es **informar**, pero además, y (conociendo la lógica del soporte que lo sostiene) comprende que **tiene que lograr que la información que transmite sea entretenida, ágil, vital, visualmente atractiva y con solidez narrativa**. No solo eso, ahora, además, debe conocer, manejar y realizar “tareas digitales” para que su “mensaje” llegue a las multiplataformas.

***La desaparición del soporte magnético, la reformulación de las fuentes de información, la reconstrucción del concepto de “participación” del televidente y la digitalización del contenido informativo; forman parte de esos cambios que deben ser tenidos en cuenta para comprender una lógica discursiva que ha cambiado drásticamente, y sobre la que todavía queda mucho por estudiar.***

Lograr que los estudiantes comprendan esta lógica, desarrollen un espíritu crítico para cuestionarla y adquieran los conocimientos mínimos para aplicarla, es el objetivo central de esta propuesta.

**6.1 Objetivos específicos - (Saberes que van a adquirir los estudiantes)**

Este seminario pretende brindarle a los alumnos los conocimientos necesarios para analizar la realización de un noticiero desde la “cocina” misma. Nuestro objetivo es que los alumnos comprendan el proceso de construcción de la información de actualidad en televisión y puedan así trabajar con los corpus (los noticieros) desde otro ámbito. Ya no sólo desde el observador académico, o desde el televidente común, sino desde un tercer lugar: el de los periodistas de televisión.

Intentaremos construir un espacio de discusión desde el oficio. Los estudiantes entrarán en contacto con el proceso de producción de información para televisión. Descubrirán los secretos que se esconden del otro lado de la pantalla, observarán con un sentido crítico, pero despojado de prejuicios, cada uno de los noticieros de televisión de argentina y de sus contenidos digitales en las páginas web de cada uno de ellos.

Trabajaremos sobre dos corrientes teóricas básicas (Las escuelas españolas de televisión y las del Broadcasting norteamericano). Y sobre como ambas han cambiado, crecido y modificado sus formas de contar historias en función de la expansión tecnológica en las redacciones de los canales. Para poder comprender así: qué hacen, cómo se hacen, y de qué forma construyen su propia identidad los noticieros argentinos; y como organizan, refuerzan y distribuyen los contenidos en sus plataformas digitales.

Este seminario se plantea, por tanto, discutir cuestiones operativas. Qué y cómo escriben los periodistas de televisión, cómo se relacionan con el acontecimiento, cómo reconstruyen las escenas de cada historia, cómo se cuenta una historia de acuerdo a las necesidades de la estructura de un noticiero. Además, intenta que los alumnos descubran cómo esa estructura narrativa se multiplica en los distintos entornos digitales de esos canales de televisión, sean estos privados o estatales.

Trabajaremos sobre los géneros informativos audiovisuales, sobre el valor de la imagen y la palabra, sobre los distintos aspectos de la producción de noticias en televisión y sobre los cambios que generaron las apariciones de los sitios propios para vincularse desde otro lugar con el televidente y con las noticias.

Para lograr estos objetivos, trabajaremos sobre la noticia, sobre la construcción de una agenda informativa de la neotelevisión, sobre la selección y jerarquización de esa información y sobre los distintos géneros dentro de un noticiero; y cómo esos géneros han mutado hasta construir híbridos noticiosos en función de la imagen.

**7.Contenidos desglosados por unidades, módulos o similares.**

# UNIDAD 1 – EL NOTICIERO DE TELEVISIÓN (CLASES 1, 2, 3 y 4)

*En esta primera unidad los alumnos trabajarán sobre algunos conceptos clave en la comprensión del proceso de información en televisión tradicional. Verán las distintas corrientes de construcción de sentido y trabajarán sobre las diferencias entre la televisión y los otros soportes técnicos de comunicación. El objetivo de esta primera unidad es que el alumno comprenda la importancia de la imagen en los noticieros de televisión y descubra los diferentes tratamientos que recibe de acuerdo a los distintos estilos de producción.*

* 1. Tipología y definición de los géneros informativos audiovisuales.
  2. Las noticias en televisión: Diferencias y similitudes con otros soportes.
  3. El valor de la imagen, la palabra y el sonido; como unidades dramáticas.
  4. Producción, Mesa de noticias, Cámaras, Edición y Archivo.
  5. Arte electrónico y Montaje.

**BIBLIOGRAFÍA GENERAL DE LA UNIDAD 1**

* Oliva, Lucía y Sitja, Xavier, *Las noticias en televisión*, RTVE, Madrid, 1999. (Capítulos 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 7 - pág. 31 a 156)
* Bandrés, Elena; García Avilés, José; Pérez, Gabriel y Pérez Javier. ***El periodismo en la televisión digita****l*, Ed. Paidós, Barcelona, 2000.
* Piedrahita del toro, Manuel, ***Teleperiodismo, ante el desafío de la televisión privada***, RTVE, Madrid, 1987.

**BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA DE LA UNIDAD 1 – (MODULO 1)**

* Bourdieu, Pierre, ***Sobre la Televisión***, Ed. Anagrama, Barcelona, 2001.
* García Márquez, Gabriel, ***La bendita manía de contar***, Ed. Olleros & Ramos, Bogotá, 1996.

# Vilches, Lorenzo, *Manipulación de la información televisiva*, Ed. Paidos, Barcelona, 1992.

# UNIDAD 2 – COBERTURA DE NOTICIAS PARA TV (CLASES 5, 6 Y 7)

*En esta unidad, los alumnos aprenderán los criterios de selección de la información en la agenda televisiva. Trabajarán sobre el concepto del “guardabarrera” y descubrirán los mecanismos de reconstrucción de los acontecimientos en función de la agenda del medio y en función de la agenda del público. Analizarán cada uno de los procesos de toma de decisiones a lo largo de cada jornada, pondrán en contacto a cada noticiero con una misma agenda y descubrirán las distintas formas de tratamiento de un mismo tema.*

* 1. Cobertura de Noticias: ¿Dónde comienza la noticia?.
  2. La construcción de la agenda en televisión.
  3. Selección y jerarquización de la información.
  4. Elementos de la información televisiva.
  5. Reunión de producción, diseño del programa diario y puesta al aire.

**BIBLIOGRAFÍA GENERAL DE LA UNIDAD 2**

* Fogel, Jean Francois, Culell, Guillermo, ***Cómo seducir a la nueva audiencia, Relatoría del taller de periodismo digital***, Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), Lima, Perú, del 12 al 16 de noviembre de 2007.
* Alves, Rosental, Fogel, Jean Francois, Lafuente, Gumersindo, ***Periodismo digital: tendencias y apuestas desde América y Europa, Relatoría del evento Tribuna Latinoamericana. Agencia EFE y Casa de América,*** Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), Madrid, 27 de mayo de 2008..
* Caparrós, Martín, ***Atrapando el mundo con una camarita, Taller de Periodismo en televisión,*** Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), Bogotá, octubre de 2002.

**BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA DE LA UNIDAD 2 - (MODULO 2)**

# Fernández García, Francisco, *Así son las cosas… análisis del discurso informativo en televisión*, Universidad de Jaén, Jaén, 2003.

* Cebrián Herreros, Mariano, *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*, Colección Estudios de Televisión, Ed. Gedisa, Barcelona, 2004.
* Grijelmo, Alex, *El estilo del periodista*, Ed. Taurus, Madrid, 1997.

**UNIDAD 3 – NUEVAS TECNÓLOGÍAS E INFORMACIÓN (CLASES 8, 9 y 10)**

*Aquí los alumnos conocerán, descubrirán y entrarán en contacto con cada uno de los elementos constitutivos del cambio tecnológico. El objetivo de esta unidad es que comprendan cómo ha sido modificada la forma de “construir” información en televisión. Partiendo de algunos casos específicos, trabajaran con el objetivo de refutar o certificar el concepto de participación del televidente en la elaboración, selección y jerarquización de la información en televisión.*

* 1. Youtube, o la revolución “productiva”.
  2. Diarios digitales vs. Agencias de noticias.
  3. Tn y la gente, y otros sitios “participativos”.
  4. La desvalorización de la calidad de la imagen en función de su impacto visual.
  5. Tratamiento digital y reformulación de formatos.

**BIBLIOGRAFÍA GENERAL DE LA UNIDAD 3**

* Cafarel, Carmen, ***El papel de la radiotelevisión pública en la sociedad contemporánea.*** Documento editado por la Dirección General de Radio y Televisión Española, [www.rtve.es](http://www.rtve.es), 11 de noviembre de 2004.
* Alie, Alejandro; ***Youtube: un camino en la convergencia,***  GRUPO MUM, [www.mum.com.ar](http://www.mum.com.ar), Julio de 2007.
* Bilbao, Horacio, ***Porno, photoshop y realismo online. La estética de la espontaneidad, empujada por el video y la fotografía amateur***, Revista Ñ, Buenos Aires, 9 de junio de 2009
* Stelter, Brian, ***Los videos online ganan minutos de aire,*** The New York Times NYT Traducción de Gabriel Zadunaisky, Diario La Nación, Edición online, 13 de julio de 2009.
* Stiletano, Marcelo, ***Cuando la noticia se convierte en show,*** Diario La Nación, Buenos Aires , 31 de Enero de 1999.
* Stiletano, Marcelo, ***Los noticieros, una especie en extinción,*** Diario La Nación, Buenos Aires, 31 de Enero de 1999.

**BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA DE LA UNIDAD 3 – (MODULO 3)**

* Verón, Eliseo, ***El cuerpo de las imágenes***, Ed. Norma, Buenos Aires, 2004.
* Agencia EFE, *Manual de español urgente*, Ed. Cátedra, Madrid, 2001.
* Morris, Joe Alex, ***Hora de cierre a cada minuto. Historia de la UnitedPress***, Ediciones Gure, Buenos Aires, 1959.

**UNIDAD 4 – LOS DESAFÍOS DE LA TELEVISIÓN DIGITAL (CLASES 11 A 14)**

*La importancia de esta etapa está marcada por la comprensión exhaustiva del lenguaje televisivo en general y el de los noticieros en particular a partir del creciente uso de las nuevas tecnologías audiovisuales, y de la creciente reformulación de contenidos en función del uso de las redes sociales (fundamentalmente twitter y facebook). Los alumnos descubrirán: por qué y cómo se construye una historia; cuáles son los mecanismos utilizados para captar la atención del televidente; cómo se desarrollan las estrategias del medio para instrumentar una “maquinaria” de multiplicación de contenidos a partir de los soportes digitales vinculados al noticiero en estudio.*

*La idea de esta última unidad es la de generar un espacio de debate sobre los cambios producidos en la televisión argentina partir de la aparición de nuevas formas de comunicación con los diferentes públicos Trabajaremos sobre el desarrollo de las redacciones digitales y la transformación de los espacios de trabajo a partir de la incorporación de las nuevas tecnologías de la información. Esta “búsqueda”, en la que se embarcarán los alumnos, será encarada como un proceso pedagógico de intenso debate y de generación de disparadores para trabajar los temas tratados en futuras tesis de graduación.*

* 1. Principios básicos de redacción para TV. Cómo contar una historia en un minuto.
  2. Estructura narrativa, selección de testimonios y valoración de la imagen.
  3. Desarrollo de estrategias narrativas en Twitter, Facebook y Web del noticiero.
  4. Matices del lenguaje televisivo y el lenguaje digital. Cómo reformular contenidos

para los distintos soportes.

* 1. La nueva redacción digital.

**BIBLIOGRAFÍA GENERAL DE LA UNIDAD 4**

* CNN en Español, ***Manual de Estilo***, 1996.
* BBC, ***Producers’ guidelines. TheBBC’svalues and standars***, Manual de Estilo de la BBC de Londres para sus ediciones internacionales, BBC, [www.bbc.co.uk](http://www.bbc.co.uk), Lodres, 2004
* Acuña, Claudia, Ciancaglini, Sergio; Lillo, Qumey; Vales, Laura; ***El fin del periodismo y otras buenas noticias. Los nuevos medios sociales de comunicación.*** Cooperativa de Trabajo Lavaca Ltd., Buenos Aires, 2006.

**BIBLIOGRAFÍA GENERAL DE LA UNIDAD 4 – (MODULO 4)**

* Marrone, Irene. Moyano Walker, Mercedes (comps.). ***Persiguiendo imágenes, El noticiario argentino, la memoria y la historia (1930-1960)***, Editores del Puerto, Buenos Aires, 2006.

# RTVE, *Manual de estilo de Televisión española*, Instituto Oficial de Radio y Televisión. Madrid, 2010.

* A puntes de la cátedra, ***CNN y los errores humanos***, Reflexiones sobre CNN en español, 2004.
* Simpson, John, ***Las reglas del juego,*** Documento editado por la Jefatura de Información Internacional de la BBC, [www.bbc.co.uk](http://www.bbc.co.uk). Londres, 2004.

**8. Metodología de enseñanza:**

La idea de este Seminario es que las clases no estén separadas entre teóricas y prácticas, sino que en cada encuentro los alumnos se acerquen a los nuevos conceptos desde los ejemplos prácticos presentados por el docente y presenten ellos mismos (clase a clase) elaboraciones propias sobre esos conceptos. Si bien el 50 % de la carga horaria total se dedicará al desarrollo teórico de las diferentes unidades; ese desarrollo no será lineal, sino que estará intercalado con la observación detallada de esos ejemplos prácticos.

El 50 % restante estará distribuido en partes iguales en los análisis de casos, presentación de trabajos escritos y correcciones grupales presentadas por los alumnos por un lado y el seguimiento personalizado de los futuros proyectos de tesis por el otro.

En cada una de las etapas del aprendizaje los alumnos tendrán acceso a material audiovisual suministrado por la cátedra que funcionará como disparador del debate sobre los textos de la bibliografía. A partir de cada uno de los casos estudiados, los alumnos abordarán los temas específicos de la materia: selección, cobertura, redacción y puesta al aire de una noticia en televisión bajo los nuevos parámetros del multiformato.

Cada historia analizada funcionará como guía para desmenuzar cómo y por qué el noticiero estudiado construyó su “propia realidad” y cómo esa realidad construida en la pantalla fue retransmitida en los distintos entornos digitales. Así intentaremos descubrir qué herramientas narrativas utilizaron para lograrlo, qué decisiones editoriales tomaron para poner cada historia al aire y en la web; y qué elementos tecnológicos aprovecharon para presentarlas cómo las más atractivas en términos de “conquista”. Para eso, los alumnos deberán aprender, no sólo a “ver” un noticiero, sino que también tendrán que aprender a “pensarlo” desde adentro.

Y “pensar” un noticiero implica comprender su funcionamiento, por lo que los alumnos deberán:

***1 – Presentar informes semanales sobre casos particulares en los distintos noticieros.***

***2 – Descubrir, ubicar y analizar cada uno de los temas enseñados en clase.***

***3 – Comparar, observar y discutir errores y aciertos en la conformación de la “nueva realidad televisiva”.***

***4 – Identificar la presencia de elementos novedosos (tecnológicos y narrativos) en la construcción de sentido.***

***5 – Seguir la agenda semana a semana y ver qué hacen con ella, cómo la plantean y desde dónde se ubican, los distintos noticieros de televisión y sus soportes digitales.***

**9 Régimen de evaluación, promoción y requisitos de regularidad:**

El seminario tendrá dos tipos de evaluaciones. Una primera instancia que constará en la presentación semanal de trabajos prácticos vinculados a los conceptos desarrollados en las diferentes unidades y una segunda instancia que será la presentación de un TP final que deberá incluir un proyecto de tesis.

Los trabajos de la **primera unidad** serán sobre la televisión tradicional, sobre la observación de los noticieros de televisión argentinos y sus estrategias de comunicación en comparación con la prensa gráfica tradicional.

Los trabajos de la **segunda unidad** tendrán que presentar distintas observaciones sobre los mecanismos de reconstrucción de los acontecimientos en función de la agenda de cada medio y deberán indagar sobre como ese agenda se realimenta y reconstruye en la prensa digital.

Los trabajos de la **tercera unidad** serán sobre las nuevas formas de construcción de sentido desarrolladas por los noticieros de televisión en función de la incorporación de contenidos digitales a la pantalla tradicional. Aquí se plantearán análisis sobre los nuevos conceptos de noticiabilidad reelaborados a partir de la proliferación de generación de contenidos audiovisuales en la red.

Los trabajos de la **cuarta unidad** tendrán que presentar elaboraciones originales sobre la construcción de una nueva agenda y de una nueva relación con los diferentes públicos en función del crecimiento del uso de las redes sociales. En esta instancia, los trabajos de los alumnos deberán plantear hipótesis novedosas sobre la influencia de Youtube, Facebook y Twitter en la elaboración de los contenidos de un noticiero de televisión.

Para aprobar el seminario con promoción directa, los alumnos tendrán que entregar un trabajo final que deberá contener un proyecto de tesina que presente un análisis novedoso sobre la incorporación de las nuevas tecnologías de la información en la generación de contenidos audiovisuales. Ese trabajo tendrá que reunir los aspectos centrales de la construcción de sentido en televisión a partir de la generación de contenidos periodísticos en función de las nuevas estructuras narrativas tratadas a lo largo del cuatrimestre.

Los alumnos deberán tener un 75 % de asistencia.

# BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

# Apuntes de la cátedra, Notas de discusión sin publicación, Bs. As., 2002 – 2008.

# Álvarez, Luciano, *Los héroes de las siete y media*, Ediciones de la banda oriental, Montevideo, 1988.

* Barbero, Jesús Marín, Rey, Germán, ***Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva, Colección Estudios de Televisión***, Editorial Gedisa, Barcelona, 1999.
* Bastenier, Miguel Angel, ***El blanco móvil, curso de periodismo***, Ed. El País, Madrid, 2001
* Di Guglielmo, Hugo, ***Vivir del aire***, Ed. Norma, Buenos Aires, 2002.
* El País, ***El País: Libro de estilo***, Edición digital, [**www.elpais.es**](http://www.elpais.es), 2001
* Foncuberta, Mar de, ***La noticia: pistas para percibir el mundo***, Ed. Paidós, Barcelona, 1998.
* Ford, Anibal, ***La marca de la bestia***, Ed. Norma, Bs. As., 1999.
* Ford, Aníbal, ***Resto del Mundo, Nuevas mediaciones de las agendas críticas internacionales***, Editorial Grupo Norma, Buenos Aires, 2005.
* Ford, A., Rivera, J.B., y Romano, E. ***Medios de comunicación y cultura popular***, Ed. Legasa, Bs. As., 1990.
* García Barroso, Jaime, ***Proceso de la información de actualidad en televisión***, IORTV, Madrid, 1992.
* García Márquez, Gabriel, ***Me alquilo para soñar. Taller de Guión***. Ed. Sudamericana, Buenos Aires, 2008.
* Guareschi, Roberto, ***El papel del editor en la búsqueda de la calidad periodística, Relatoría del evento “¿Quién dijo que ser editor era fácil?”,*** Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI), Monterrey, 28-29 de agosto de 2006.
* Imber, Gérard, ***El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular***, Colección Estudios de Televisión, Editorial Gedisa, Barcelona, 2003.
* López, José Ignacio, ***El hombre de Clarín, Vida privada y pública de Héctor Magnetto***, Ed. Sudamericana, Buenos Aires, 2008.
* López, Manuel, ***Cómo se fabrican las noticias: fuentes, selección y planificación***, Ed. Paidós, Barceona, 1995.
* Martini, Stella, ***Periodismo, noticia y noticiabilidad***, Ed. Norma, Bs. As., 2000.
* Mayer, Marcos, ***La era del Homo Zapping***, Revista Ñ, Buenos Aires, 10 de julio de 2004.

# Morandini, Norma, *La gran pantalla (periodismo en televisión: de Neustad a Pergolini)*, Ed. Sudamericana, Buenos Aires, 2000.

* Ramonet, Ignacio, ***La tiranía de la comunicación.*** Versión española de Antonio Albiñana, Ed. DEBATE., Barcelona, 2003.
* Ramonet, Ignacio, ***Comunicación contra información***, Le monde Diplomatique, Edicion digital, 2005.
* Rodrigo Alsina, Miguel, ***La construcción de la noticia***, Ed. Paidós, Barcelona, 1996.
* Traversa, Oscar, ***La TV tiene otro lugar en el mundo***, Revista Ñ, Buenos Aires, 10 de julio de 2004.

# White, Ted, *Broadcast news writing reporting*, ST. Martin’s Press, New York, 1992.

* Wolton, Dominique, ***Pensar la comunicación***, Prometeo libros, Buenos Aires, 2007.
* Zettl. Herbert, ***Manual de producción de televisión***, Séptima Edición, San Franciscos StateUniversity, International Thompson Editores, México DF, 1999.