

Proyecto de investigación I+D: EDU  
2010-21395-C03



# Competencia Mediática

GUÍA DIDÁCTICA Nº 4.

## «El formato audiovisual»

PÍLDORAS AUDIOVISUALES EDUCATIVAS. «EL MONOSABIO»



### Jacqueline Sánchez Carrero

Profesora del Máster de Educación y Comunicación de la Universidad de Huelva.  
jsanchezcarrero@gmail.com



### Mari Carmen Caldeiro Pedreira

Miembro de la Red Alfamed y del Consejo Técnico de la Revista Comunicar.  
mariccaldeiro@yahoo.es

Revisoras: Paula Renés Arellano, Ana Sedeño Valdellós, Inmaculada Berlanga

**C**onocer este lenguaje significa saber que existen aspectos sintácticos básicos como los planos de cámara, movimientos, ángulos, composición, profundidad de campo, continuidad, ritmo, color, y aspectos de la iluminación que influyen en la forma como vemos los mensajes de los medios y que intervienen en nuestro proceso de comprensión de dichos mensajes. Algunos de estos términos pueden reconocerse del campo de la fotografía pero también forman parte del mundo televisivo y cinematográfico, es decir, el universo audiovisual. Son los que estructuran la narrativa en las pantallas y que pueden identificarse en cualquier tipo de relato audiovisual.

**Proyecto I+D Competencia Mediática**

Proyecto de investigación que tiene como objetivo detectar necesidades y carencias que repercutan en un déficit en la competencia en comunicación audiovisual de la ciudadanía en España. En él participan la Universidad Pompeu Fabra (UFP), la Universidad de Huelva (UHU) y la Universidad de Valladolid.

**Título de la píldora audiovisual:** El formato audiovisual.

**Enlace al video**

<https://www.youtube.com/watch?v=0o4WQpgMq3U>

U

**Duración:** 2 minutos 18 segundos

**Objetivo:** Introducción al lenguaje audiovisual

**Conceptos clave**

- Código
- Croma
- Efectos especiales
- Emisor
- Estética
- Formato audiovisual
- Lenguaje audiovisual
- Mensaje
- Narrativa audiovisual
- Planos Americano
- Primer Plano
- Plano detalle
- Producción audiovisual
- Receptor

**Actividades a realizar con el alumnado antes del visionado**

- 1.- Comentar los mensajes de los medios y el lenguaje audiovisual en el cual se basa y que cuenta con sus propias reglas.
- 2.- Repasar los siguientes conceptos:
  - Los planos: son los que capta la cámara y hace referencia a la cercanía de la cámara a la realidad.
  - Los movimientos: pueden ser físicos que son los que hace la cámara cuando la movemos como la panorámica (rotando de un lado a otro) o el tra-

- velling (desplazando la cámara). Otro movimiento pero esta vez óptico es el zoom, con el nos acercamos o alejamos de los objetos sin mover la cámara.
- Emisor: es la persona que transmite la información. Receptor: el destinatario del mensaje. Mensaje es la información ya codificada que se quiere transmitir. Código: es el lenguaje que se utiliza para realizar el mensaje.

Proyecto de Exce-  
lencia «La Com-  
petencia  
audiovisual de la  
ciudadanía anda-  
luza. Estrategias  
de alfabetización  
mediática TIC en  
la sociedad del  
ocio digital». Grupo de Investi-  
gación Ágora



**Bibliografía recomendada** (2 libros y 2 ó 3 artículos preferiblemente de Comunicar)

APARICI, R; GARCÍA MATILLA, A.; FERNÁNDEZ, J.; y OSUNA, S. (2011): La Imagen. Análisis y Representación de la Realidad. Barcelona: Gedisa

Díaz, R. (2009). «El vídeo en el ciberespacio: usos y lenguaje». Comunicar, 33, 63-71.

Gómez, F.J. (2011) Elementos de la Narrativa Audiovisual. Santander: Asociación Shangrila Textos Aparte.

Marquès, P. (2010) Teoría de la comunicación. Introducción al lenguaje audiovisual. Barcelona: UAB.  
 Martínez, S. (2005). «Lenguaje audiovisual y manipulación». Comunicar, 25, 211-220.

**Videografía**

Cineducación: Lenguaje Audiovisual  
<https://www.youtube.com/watch?v=-pDnRKH0ark>

El lenguaje audiovisual  
<https://www.youtube.com/watch?v=Ucq4k7bJb>

**Actividades a realizar con el alumnado después del visionado**

1.- Reconocer los conceptos de planos, los movimientos de cámara y su significado.

2.- Identificar los planos audiovisuales y los movimientos de cámara en un anuncio publicitario, programa de televisión o película.

3.- Practicar los planos y movimientos con una cámara de fotos o de vídeo.

4.- Construir dos mensajes gráficos o audiovisuales utilizando los mismos tipos de planos o movimientos pero conformando la estructura narrativa de forma diferente para obtener un significado distinto. (Puede ser por equipos).

**Recursos adicionales**

Tipos de planos y ejemplos de películas

<http://www.solosequenosenada.com/2011/02/14/tipos-de-planos-cinematograficos-ejemplos-con-fragmentos-de-peliculas/>

Introducción al lenguaje audiovisual para alumnos de ESO y Bachillerato

<http://apunteslenguajeaudiovisual.blogspot.com.es/search/label/Planos>





**Festivales de cine indígena.** Son muchos, cada vez más, los Festivales en todo el mundo que promueven la cultura de pueblos generalmente marginados por el cine, para que expongan mediante imágenes filmadas sus propias cultura y las hagan conocer al mundo.