

NARRATIVA AUDIOVISUAL. BIBLIOGRAFÍA RECIENTE

Fátima de los Santos (Universidad de Sevilla)

BIBLIOGRAFÍA GENERAL DE NARRATIVA AUDIOVISUAL

- ACASO, M. (2006): *El lenguaje visual*. Barcelona, Gedisa.
- AGUILERA, M. de; ADELL, J.E.; SEDEÑO, A. (Eds.) (2008): *Comunicación y música I: lenguaje y medio*. Barcelona, UOC.
- ALBERICH PACUAL, J. y ROIG TELO, A. (coord.) (2005): *Comunicación audiovisual digital: nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*. Barcelona, Editorial UOC.
- BAILEY, M. (2008): *Narrating Media History*. London (UK), Routledge.
- BERMEJO BERROS, J. (2005): *Narrativa audiovisual: investigación y aplicaciones*. Madrid, Pirámide.
- BLOCK, B (2008): *Narrativa visual. Creación de estructuras visuales para cine, vídeo y medios digitales*. Barcelona, Ediciones Omega.
- DÍEZ PUERTAS, E. (2003): *Narrativa audiovisual: la escritura radiofónica y televisiva*. Ávila, Universidad Camilo José Cela.
- FERNÁNDEZ, F. Y MARTÍNEZ, J (2003): *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Barcelona, Paidós.
- GARCÍA GARCÍA, F. y otros. (2006): *Narrativa Audiovisual: televisiva, filmica, radiofónica, hipermedia y radiofónica*. Madrid, Laberinto Comunicación.
- GARCÍA PÉREZ, M. (2006): *Semiótica de la descripción en publicidad, cine y cómic*. Murcia, Universidad de Murcia.
- GÈRTRUDIX, M. (2003): *Música y narración en los medios audiovisuales*. Madrid, Laberinto comunicación.
- GIMÉNEZ ARMENTIA, P.; BERGANZA CONDE, M.R. (2008): *Género y Medios de Comunicación: un análisis desde la objetividad y la teoría del Framing*. Madrid, Fragua.
- GOMEZ MOLINA, J.J. (2007): *La representación de la representación: Danza*,

teatro, cine música. Dibujo y profesión I. Cátedra, Madrid.

• GUTIÉRREZ SAN MIGUEL, B. (2004): *Teoría de la narración audiovisual*. Madrid, Cátedra.

• HERNÁNDEZ, F. (2007): *Espigador@s de la cultura visual : otra narrativa para la educación de las artes visuales*. Barcelona, Octaedro.

• IGARTUA PEROSANZ, J.J. (2007): *Persuasión narrativa: el papel de la identificación con los personajes a través de las culturas*. Alicante, Club universitario

• LAVANDIER, Y. (2003): *La dramaturgia. Los mecanismos del relato: cine, teatro, ópera, radio, televisión, cómic*. Madrid, Ediciones Internacionales Universitarias, S.A.

• LUNDBY, K. (ed.) (2008): *Digital Storytelling: Mediatized Stories*. New York, USA: Peter Lang Publishing Group.

• REHAHN, E. (2006): *Narrative in film and TV: a teacher's guide*. Bedfordshire, Auteur

• RINCÓN, O (2006): *Narrativas Mediática. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Barcelona, Editorial Gedisa.

• SÁNCHEZ NAVARRO, J. (2006): *Narrativa audiovisual*. Barcelona, UOC.

BIBLIOGRAFÍA NARRATIVA TELEVISIVA

• ALTAMIRANO. J.C. (2006): *¿tv Or Not TV?: Una mirada interna de la televisión*. Stgo de Chile, Ed. Planeta.

• ARDISSONO, L., KOBASA, A. Y MAYBURY. M. (2004): *Personalized digital television: targeting programs to individual viewers*. Boston, Kluwer Academic, Springer.

• CARLÓN, M. (2004): *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos*. Buenos Aires, La Crujía.

• CARLÓN, M. (2006): *De lo cinematográfico a lo televisivo: Metatelevisión, lenguaje y temporalidad*. Buenos Aires, La Crujía.

• CASTILLO, J.M (2004): *Televisión y lenguaje audiovisual*. Madrid, Instituto Oficial de Radio y Televisión.

- CREEBER, G. (2004): *Serial television. Big drama on the small screen.* London, British Film Institute.
- FERNÁNDEZ, R. (2003): *Cómo escribir guiones de televisión: Narrando con imágenes.* Buenos Aires, Argentina, Longseller.
- GONZÁLEZ OÑATE, C. (2008): *Nuevas estrategias de televisión: el desafío digital: identidad, marca y continuidad televisiva.* Ediciones de las Ciencias Sociales, Madrid.
- GORDILLO, I. (2009): *Narrativa televisiva,* Madrid, Síntesis.
- GRAY, J. (2006): *Watching with The Simpsons: television, parody, and intertextuality.* New York, Routledge.
- HILL, A. (2005): *Reality TV: audiences and popular factual television.* Abingdon/New York: Routledge.
- IMBERT, G. (2003): *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión espectacular.* Barcelona, Gedisa, Colección Estudios de Televisión.
- IMBERT, G. (2008): *El transformismo televisivo.* Madrid, Cátedra.
- KELSEY, G. (2004): *Escribir para la televisión.* Barcelona, Paidós.
- LACALLE, Ch. (2008): *El discurso televisivo sobre la inmigración: ficción y construcción de identidad.* Barcelona, Omega.
- LEÓN, B. (coord.) (2008): *Transformar la televisión.* Comunicación Social Ediciones, Sevilla.
- LOTZ, A.(2007): *The Television Will Be Revolutionized.* New York, New York University Press.
- MARTA LAZO, C. (2005): *La televisión en la mirada de los niños.* Madrid, Fragua.
- MENÉNDEZ MENÉNDEZ , M. I., (2007): *Discursos de ficción y construcción de la identidad de género en televisión.* Madrid, Instituto de la Mujer.
- MISSIKA, J.-L. (2006): *La Fin de la Télévision.* Paris, Éditions du Seuil.
- MORAL, I.; DíEZ, E. (ed.) (2008): *Guiones para TV.* Madrid: Fragua.
- PALLEIRO, M.I. Y CARDONA, A. (2005): *Narrativa: identidades y memorias.* Buenos Aires, Dunken.
- PECORA, N., JMURRAY, J.P., WARTELLA, E.A. (2007): *Children and*

television: fifty years of research. Mahwah, Lawrence Erlbaum.

• PISCITELLI, A. (2005). *Post/Televisión. Ecología de los medios en la era de Internet*. Argentina, Paidós.

• ROMÁN, A. (2008): *El lenguaje musivisual: Semiótica y estética de la música cinematográfica*. Madrid, Editorial Vision Libros.

• RUIZ JIMÉNEZ, A.G. (2005): *El cine ¿muerte o transfiguración?: la disolución del lenguaje cinematográfico en el universo audiovisual*. Sevilla, Comunicación Social.

• SALÓ, G. (2003): *¿Qué es eso del formato?: cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*. Barcelona, Gedisa.

• SANGRO, P. y SALGADO, A. (Eds.) (2008): *El entretenimiento en TV: guión y creación de formatos de humor en España*. Barcelona, Laertes.

• SCOLARI, C. (2008): *The grammar of hypertelevision. Character multiplication and narrative complexity in contemporary television*. Ponencia presentada a la International Communication Association Conference, Montreal, Mayo.

• TUBELLA, I., TABERNERO C. Y DWYER V (2008): *Internet y televisión: la guerra de las pantallas*. Barcelona, Ariel.

• URRETAVIZCAYA M. (2008): *La nueva televisión digital en el universo multimedia*. Universidad de Deusto.

• VILALTA CASAS, J. (2007): *El reportero en acción: noticia, reportaje y documental en televisión*. Barcelona, Publicacions i Edicions Universitat de Barcelona.

• WENDERS, W. (2005): *El acto de ver: textos y conversaciones*. Barcelona, Paidós.

BIBLIOGRAFÍA NARRATIVA FILMICA

• AUMONT, JACQUES (2004): *Las teorías de los cineastas. La concepción del cine de los grandes directores*. Paidós, Barcelona.

• BEN-SHAUL, N, (2008): *Hyper-Narrative Interactive Cinema: Problems and Solutions*. Amsterdam/New York , Rodopi.

• Buckland, W. (2009): *Puzzle Films: Complex Storytelling in Contemporary*

Cinema. Wiley-Blackwell.

• CASETTI, F. (2008): *Eye of the century : film, experience, modernity*. New York, Columbia University Press.

• COOK, D. A. (2003): *A history of narrative film*. New York, W.W. Norton.

• DAVIS, R. (2004): *Escribir guiones: Desarrollo de personajes*. Barcelona, Paidós Ibérica S.L.

• DE BAECQUE, A. (comp.) (2005): *Teoría y crítica del cine. Avatares de una cinefilia*. Barcelona, Paidós.

• DÍEZ PUERTAS, E. (2006): *Narrativa filmica: escribir para la pantalla, pensar la imagen*. Madrid, Universidad Camilo José Cela, Editorial Fundamentos.

• DOMÍNGUEZ, V. (coord.) (2007): *Pantallas depredadoras. El cine ante la cultura visual digital. Ensayos de cine, filosofía y literatura*. Gijón, Festival Internacional de Cine de Gijón / EdiUno.

• FIGGIS, M. (dir.) (2007): *El cine digital*. Barcelona, Alba Editorial.

• GÓMEZ TARÍN, F. J. (2006): *Discursos de la ausencia. Elipsis y fuera de campo en el texto filmico*. Valencia, Ediciones de la Filmoteca (Instituto Valenciano de Cinematografía Ricardo Muñoz Suay).

• GUERIN, M.A. (2004): *El relato cinematográfico. Sin relato no hay cine*. Barcelona, Paidós.

• GUYNN, W. (2006): *Writing history in film*. New York, Routledge.

• HUERTA FLORIANO, M.A. (2006): *Guión de ficción en cine: planteamiento, nudo y desenlace*. Salamanca, Ed. M.a Huerta Floriano y Pedro Sangro.

• HUET, A. (2006): *El guión: a favor o en contra del guión. Cine moderno vs cine clásico. Carta abierta al aprendiz de guionista*. Barcelona, Paidós Ibérica.

• JEFFREY A. (2003): *"Benshi", japanese silent film narrators, and their forgotten narrative art of "setsumei" a history of japanase silent film narration*. Lewiston [etc.]: The Edwin Mellen Press, cop.

• MACÍAS, J. (2003): *24 palabras por segundo. Cómo escribir un guión de cine*. Madrid, IORTV.

• MAGNY, JOEL (2005): *Vocabularios del cine*. Paidós, Barcelona

• MELLONI, J. (2004): *El cine y la metamorfosis de los grandes relatos*.

Barcelona, Cuadernos de Cristianisme i Justícia, nº 124.

• NEIRA PIÑEIRO, M^ªR. (2003): *Introducción al discurso narrativo fílmico*. Madrid, Arco/Libros.

• PROSPER RIBES, J. (2004): *Elementos constitutivos del relato cinematográfico*. Valencia, UP.

BIBLIOGRAFÍA NARRATIVA RADIOFÓNICA

• ALCUDIA, M. (coord.) (2008): *Nuevas perspectivas sobre los géneros radiofónicos*. Madrid, Fragua.

• CEBRIÁN HERREROS, M. (2008): *La radio en internet: de la ciberradio a las redes sociales y la radio móvil*. Buenos Aires, La Crujía.

• GUARINOS, V. (2009): *Narrativa radiofónica*. Madrid, Síntesis.

• JARAMILLO, E (2003): *Desafíos de la radio en el nuevo milenio*. Ecuador, Ciespal.

• MARTÍNEZ-COSTA, M.P. Y DÍEZ UNZUETA, J.R. (2005): *Lenguaje, géneros y programas de radio. Introducción a la narrativa radiofónica*. Pamplona, Eunsa.

• ORTIZ, M.A y VOLPIN, F. (2005): *Diseño de programas en radio: guiones, géneros y fórmulas*. Barcelona, Paidós Ibérica.

• PEÑAFIEL SAIZ, C. (editora) (2007): *Transformaciones de la radio y la televisión en Europa*. Universidad del País Vasco, Bilbao.

• SOENGAS, X. (2003): *Informativos radiofónicos*. Madrid, Cátedra.

BIBLIOGRAFÍA NARRATIVA PUBLICITARIA

• ACUREMA-CECU (2003): *La mujer y la publicidad*. Madrid, Dirección General de la Mujer de la Comunidad de Madrid.

• BALSEBRE, A.(et al.) (2006): *Los mitos de la publicidad radiofónica*. Madrid: Ediciones Cátedra.

• BARAYBAR FERNÁNDEZ, A. (2006): *Marketing en televisión*. Madrid: La Fragua.

• BERMEJO, Jesús (coord.) (2005): *Publicidad y cambio social. Contribuciones*

históricas y perspectivas de futuro. Ed. Comunicación Social.

• GARRIDO LORA, M. (2004): *Violencia, Televisión y Publicidad: Análisis Narrativo de Los Espots Publicitarios de Contenido Violento*. Sevilla, Ediciones Alfa

• GONZÁLEZ I PAREDES, J. (2004): *Usos actuales del marketing sensual: Iconos femeninos en la publicidad de hoy*. Barcelona, Granica.

• HERNÁNDEZ TORIBIO, M. (2006): *El poder de la palabra en la publicidad de radio*. Barcelona: Octaedro.

• MARTÍN REQUERO, M^a I. y ALVARADO LÓPEZ, M^a C. (ed.) (2008): *Nuevas tendencias en la publicidad del siglo XXI*. Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

• MORENO, I. (2003): *Narrativa audiovisual publicitaria*. Barcelona, Paidós.

• NOS ALDÁS, E. (2007): *Lenguaje publicitario y discursos solidarios: eficacia publicitaria, ¿eficacia cultural?* Barcelona, Icaria Editorial.

• PACHECO RUEDA, M. (Coord.): *La publicidad en el contexto digital. Viejos retos y nuevas oportunidades*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

• PINEDA, A. (2006): *Elementos para una teoría comunicacional de la propaganda*. Sevilla, Alfar.

• PEÑA, P. (2006): *Publicidad: conocer para convencer*. Lima, (Perú), Esep.

• PERALES BAZO, F. (2008): *Cine y publicidad*. Sevilla, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones

BIBLIOGRAFÍA NARRATIVA GRÁFICA

• CHINN, M. Y MCLOUGHLIN, CH. (2009): *Curso de novela gráfica: guión, personajes, color, maqueta, tipografía, bocadillos...* Barcelona, Gustavo Gili.

• DEZ, S. (2009): *Comic art now: ilustración de cómic contemporánea*. Barcelona, Gustavo Gili.

• DOPICO DE GODOS, P. (2005): *El cómic underground español (1970-1980)*. Madrid, Cátedra.

• FERNÁNDEZ, J.D.; JIMÉNEZ, J.; PINEDA, A.(eds.) (2003): *El terror en el cómic*. Sevilla, Comunicación Social. Ediciones y Publicaciones.

• GUBERN R. Y GASCA. L. (2008): *Diccionario de onomatopeyas del cómic*. Madrid, Cátedra.

- GUIRAL, A. (coord.) (2007): *Del tebeo al manga. Una historia de los cómics. Los cómics en la prensa diaria: humor y aventuras*. Vol. I, Girona, Panini España.
- HUGHES, D. (2003): *Comic Book Movies*. Londres, Virgin Books.
- LÓPEZ, P. L. (2008): *Del cómic a la pantalla: héroes de cine*. Madrid, Arkadin.
- MCCLOUD, S. (2005): *Entender el cómic, El arte invisible*. Bilbao, Astiberri.
- MCKENZIE, A. (2006): *El noveno arte. De la mesa de dibujo a la estantería*. Barcelona, Norma.
- MURO, M.A. (2004): *Análisis e interpretación del cómic: ensayo de metodología semiótica*. Logroño Universidad de la Rioja, Servicio de Publicaciones.
- PALLARES, J.M. (2003) *Viñetas de celuloide. El cómic en el cine*. Madrid, Metrópolis Milenio.
- RODRIGO MARTÍN, Luis (coord.) (2008): *Publicidad y consumo. Nuevas modas, viejas causas y valores sociales*. Sevilla. Comunicación social.
- SANCHO CREMADES, P. GREGORI.C, RENARD, S. (2008): *El discurs del còmic*. Valencia: Universitat de Valencia, Facultat de Filologia. Revista *Quaderns de Filologia, Estudis de Comunicació, vol. III*.
- SARACENI, M. (2003): *The Language of Comics*. London, Routledge.
- VARILLAS FERNÁNDEZ, R. (2006): *El cómic, texto y discurso: una propuesta de análisis narratológico*. Tesis Universidad de Salamanca, dirigido por José Antonio Pérez Bowie.
- WITHROW, S. Y DANNER, A. (2009): *Diseño de personajes para novela gráfica*. Barcelona, Gustavo Gili.

BIBLIOGRAFÍA NARRATIVA MULTIMEDIA

- ABUIN, A. (2006): *Escenarios del caos. Entre la hipertextualidad y la performance en la era electrónica*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- CASACUBERTA, D. (2003): *Creación Colectiva. En Internet el creador es el público*. Barcelona: Gedisa.
- MANOVICH,L.(2005): *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen*. Barcelona, Paidós.

- MEADOWS, M. S. (2003): *Pause & Effect: The Art of Interactive Narrative*. New Riders, Indianapolis.
- PISCITELLI, ALEJANDRO (2005): *Internet, la imprenta del siglo XXI*. Barcelona, Gedisa.
- SALAVERRÍA, R. (coord.). (2005): *Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla, C.S.
- SCOLARI, C. (2008): *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona, Gedisa.
- SCOLARI, C. (ed.) (2008): *L'Homo videoludens: videojocs, textualitat i narrativa interactiva*. Eumo Editorial, Vic.
- URRETAVIZCAYA M. (2008): *La nueva televisión digital en el universo multimedia*. Universidad de Deusto.

BIBLIOGRAFÍA DESTACADA:

BEN-SHAUL, N, (2008): *Hyper-Narrative Interactive Cinem: Problems and Solutions* . Amsterdam,/New York , Rodopi.

La revolución de la imagen digital está generando grandes cambios en la estructura de la narrativa audiovisual tal y como la conocemos actualmente. La obra ofrece una interesante propuesta en la que defiende un potencial futuro hipertextual de la narrativa cinematográfica, una *hiper-narrativa del cine interactivo* resultado de la intersección de la tecnología y la interacción de los usuarios, dándole la posibilidad a éstos de cambiar el curso de la acción a través de opciones predeterminadas y convirtiéndolo en lector/autor de la película.

IMBERT, G. (2008): *El transformismo televisivo*, Madrid, Cátedra.

Partiendo del discurso televisivo como productor de realidad y de nuevas formas narrativas y estéticas, Imbert ofrece una perspectiva de la evolución de las transformaciones, distorsiones y desdoblamientos que, primero la *neo-televisión* y luego la *post-televisión*, han implantado en la representación de la realidad. Así, sienta las

bases para una nueva teoría televisiva en la que el “transformismo” televisivo es aquel que deforma y transforma la realidad para convertirla en espectáculo, incidiendo a su vez en los mecanismos de identificación de los sujetos. El libro se estructura en cuatro grandes apartados, dedicados a la construcción de la realidad, al de la identidad y las representaciones, al de objetos simbólicos y nuevos imaginarios y al surgimiento de nuevas formas narrativas.

ALCUDIA, M. (coord.) (2008): *Nuevas perspectivas sobre los géneros radiofónicos*. Madrid, Fragua.

Es sabida la controversia existente en la definición y clasificación de los géneros por su pluralidad y sus combinaciones solapadas. Mario Alcudia coordina este texto que, a lo largo de sus ocho capítulos y sus 210 páginas, manifiesta la oposición a que la relación de géneros radiofónicos se constituya por adaptación de los periodísticos, apostando por una categorización definida por el acuerdo implícito entre emisores, receptores e instituciones, dando lugar a una clasificación más flexible y ajustada a cada tiempo. Así, distinguen siete grandes géneros: los informativos, los deportes, los dramáticos, musicales, los programas de participación de la audiencia, el magazine y la publicidad, existiendo dentro de cada uno diferentes formatos.

SANCHO CREMADES, P. GREGORI, C. RENARD, S. (2008): *El discurs del còmic*. Valencia: Universitat de Valencia, Facultat de Filologia. Revista *Quaderns de Filologia, Estudis de Comunicació*, vol. III.

Se trata de una monografía que recoge trece artículos (en distintos idiomas) sobre diferentes aspectos del cómic: histórico, sociol-cultural, comunicativo... Alguno de los estudios más interesante corresponden al de “Noves perspectives en l’estudi del discurs del còmic” de Pelegrí Sancho y Carmen Gregori, “El discurs específic del humor gràfic en premsa” de Natalia Meléndez, “La mirada del lector y el devenir del relato gràfic” de Marina Segarra o “¿Cita y estarás perdido? Los cómics se encuentran con el arte”.

TUBELLA, I., TABERNERO C. Y DWYER V (2008): *Internet y televisión: la guerra de las pantallas*. Barcelona, Ariel.

El uso doméstico de Internet crece diariamente, lo que poco a poco lo está convirtiendo en el medio por excelencia, entre otras cosas por englobar a los demás. El libro hace un recorrido por las transformaciones que está provocando el consumo potencialmente hegemónico de este medio como fuente de información y entretenimiento: el acceso, el control del tiempo, el espacio y la demanda, la lucha y compatibilidad con otros medios o la participación de los usuarios y el intercambio de información.

