

ANÁLISIS DE MEDIOS

INTRODUCCIÓN
OBJETIVOS

OBJETIVOS

- Adquirir herramientas conceptuales para el análisis crítico del discurso periodístico;
-

OBJETIVOS

- Adquirir herramientas conceptuales para el análisis crítico del discurso periodístico;
- Reflexionar sobre la influencia creciente del mercado sobre las prácticas periodísticas;

OBJETIVOS

- Adquirir herramientas conceptuales para el análisis crítico del discurso periodístico;
- Reflexionar sobre la influencia creciente del mercado sobre las prácticas periodísticas;
- Identificar y valorar críticamente el rol de los medios en la construcción de la agenda pública;

OBJETIVOS

- Adquirir herramientas conceptuales para el análisis crítico del discurso periodístico;
- Reflexionar sobre la influencia creciente del mercado sobre las prácticas periodísticas;
- Identificar y valorar críticamente el rol de los medios en la construcción de la agenda pública;
- Relacionar la agenda mediática con las operaciones políticas y económicas de los principales medios gráficos y digitales.

OBJETIVOS

- Adquirir herramientas conceptuales para el análisis crítico del discurso periodístico;
- Reflexionar sobre la influencia creciente del mercado sobre las prácticas periodísticas;
- Identificar y valorar críticamente el rol de los medios en la construcción de la agenda pública;
- Relacionar la agenda mediática con las operaciones políticas y económicas de los principales medios gráficos y digitales.

✧ QUE ES Y QUE NO ES EL ADM

- No es un análisis comparativo, pero la comparación es una de sus herramientas.

✧ QUE ES Y QUE NO ES EL ADM

- No es un análisis comparativo, pero la comparación es una de sus herramientas.
- Es una disciplina que busca hacer visibles y denunciar las estrategias utilizadas por los *mass media* para influir o imponer a los lectores una visión sesgada de la realidad.

✧ QUE ES Y QUE NO ES EL ADM

- No es un análisis comparativo, pero la comparación es una de sus herramientas.
- Es una disciplina que busca hacer visibles y denunciar las estrategias utilizadas por los *mass media* para influir o imponer a los lectores una visión sesgada de la realidad.
- El Análisis de Medios se nutre de varias disciplinas científicas
 - ✧ Lingüística
 - ✧ Análisis del Discurso
 - ✧ Sociología
 - ✧ Historia

REFERIR // INFERIR

- La referencia es una acción del hablante o escritor que envía un mensaje al receptor a través de un código determinado.
- Para comprender el mensaje, el receptor tan solo debe conocer el código utilizado.
- El telégrafo utilizaba un **código binario** basado puntos y rayas.
- El lenguaje humano es un **código** compuesto por **signos verbales**.

REFERENCIA

- Esa pared está pintada de blanco.
- *Taller Multimedia I* es una materia anual.
- La *cabeza informativa* debe comenzar con la información más importante.
- El *rey de Chile* viajará a España el mes próximo

INFERENCIA

- Como se ve en las oraciones anteriores para comprender su significado el receptor debe reponer alguna información, es decir, debe realizar una *acción*.
- Por esta razón, la lingüística pragmática afirma que no es la oración o la proposición la que “refiere” sino el *hablante*.
- Lo que comunicamos de manera verbal o escrita no es solo lo dicho: es también lo que callamos, eludimos, olvidamos o ignoramos.
- La **inferencia** es un acto que realiza el **receptor** del (oyente o lector) para reponer la información necesaria para interpretar correctamente el mensaje.

LECTURA INFERENCIAL

- La lectura inferencial forma parte de toda interacción verbal o escrita de la vida cotidiana
- Sin embargo, para el Análisis de Medios es aún más importante para registrar las estrategias discursivas que están por fuera de la función informativa:
 - Intereses de las empresas de medios
 - alianzas políticas y económicas
 - orientaciones políticas e ideológicas

INFERENCIA

- La inferencia es un acto que realiza el receptor del mensaje (oyente o lector) para interpretar correctamente la referencia.
- Las palabras en sí no refieren, sino que el que refiere es quien las emplea si las conoce o aprende.
- El éxito de cualquier acto de comunicación depende en gran medida de la habilidad del oyente/lector de inferir lo que el hablante quiere decir.

LO DICHO Y LO NO DICHO

- En todo intercambio verbal se ponen en juego dos tipos de contenidos:
- **Contenidos explícitos**: son los que aparecen en la superficie redaccional o los que son efectivamente pronunciados en un intercambio oral → **LO DICHO**
- **Contenidos implícitos**: los que debe reponer el receptor para completar la interacción comunicativa. → **LO NO DICHO**

LO DICHO Y LO NO DICHO

- Los contenidos **implícitos** de los enunciados suelen denominarse **PRESUPUESTOS**, en las teorías de la lingüística pragmática e incluyen:

Conocimientos compartidos:

- a) lingüísticos
- b) situacionales
- c) socioculturales

PRESUPUESTOS LINGÜÍSTICOS

Conjunto de conocimientos y creencias compartidas por los interlocutores de un intercambio verbal y que son fundamentales para producir y comprender los enunciados

PRESUPUESTOS LINGÜÍSTICOS

- Mariano no vive más en San Telmo
→ Mariano vivía en San Telmo
- Palomino empeñó las joyas de su esposa.
→ Palomino está casado
→ la esposa tiene (¡tenía!) joyas

PRESUPUESTOS LINGÜÍSTICOS

Conocimientos compartidos.

- • *Lingüístico (o cotexto)*: material lingüístico que precede y sigue a un enunciado`'i¿rää

PRESUPUESTOS LINGÜÍSTICOS

Conocimientos compartidos.

- • *Lingüístico (o cotexto)*: material lingüístico que precede y sigue a un enunciado`.
- *Situacional*: datos accesibles en el entorno físico inmediato (*cierre la puerta*)

PRESUPUESTOS LINGÜÍSTICOS

Conocimientos compartidos.

- *Lingüístico (o cotexto)*: material lingüístico que precede y sigue a un enunciado
- *Situacional*: datos accesibles en el entorno físico inmediato (*cierre la puerta*)
- *Sociocultural*: condicionamientos sociales y culturales sobre el comportamiento verbal y su adecuación a diferentes circunstancias (*'la médico'*)

PRESUPUESTOS COMPARTIDOS

- Para que sea eficaz, los participantes de la interacción verbal deben tener en común:
 - a. un **bagaje presuposicional** que contiene la información constituida por los conocimientos del lenguaje y el contexto en el que se produce la comunicación.
 - b. Un **bagaje cultural** constituido por los saberes sobre el mundo: la cultura, los valores, las creencias y las costumbres de la comunidad.

PRESUPOSICIONES

EJEMPLOS

**Todos los hijos de Mariano son petisos

→ *Mariano tiene hijos*

**Martín ya se despertó

→ *Martín estaba durmiendo*

**Gloria y Sebastián no a van la fiesta de Charly

→ *Charly hace una fiesta*

**La policía disparó contra los manifestantes que ocupaban la Plaza de Mayo

→ *Hubo una manifestación*

→ *La manifestación fue en Plaza de Mayo*