

Llenguatges Comunicatius Escrits i Audiovisuals

2014/2015

Codi: 103864

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	FB	1	2

Professor de contacte

Nom: Patrícia Lázaro Pernias

Correu electrònic: Patricia.Lazaro@uab.cat

Utilització de llengües

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: No

Equip docent

Josep Maria Blanco Pont

Luis Fernando Morales Morante

Prerequisits

Els estudiants hauran d'adquirir de forma autònoma (amb suport puntual del professorat) coneixements bàsics de cert programari, com ara editors de textos, editors de vídeo (movie maker o I-movie), editors d'àudio (audacity), i eines de xarxa com ara l'entorn de google (google docs, gmail...) i hostings com ara youtube o soundcloud.

Objectius

1. Objectius d'aprenentatge generals:

- Adquirir competències en el coneixement i l'ús dels sistemes i recursos expressius propis dels llenguatges escrit i audiovisual en l'àmbit de la publicitat i les relacions públiques.
- Aprofundir en els coneixements relacionats amb la imatge i el so i vinculats al llenguatge audiovisual, que permetin analitzar i avaluar l'eficàcia de les produccions audiovisuals publicitàries.
- Adquirir competències que permetin crear missatges escrits i audiovisuals aptes per a la comunicació publicitària i de les relacions públiques.

2. Objectius d'aprenentatge específics:

- Adquisició i comprensió de coneixements:
 - Explicar què és el llenguatge audiovisual, atenent a diversos enfoc conceptuals.
 - Conèixer els sistemes expressius propis de la imatge i el so i descriure les principals característiques tècnico-expressives.
 - Conèixer les característiques bàsiques del llenguatge escrit i de la composició gràfica.
- Aplicació dels coneixements:

- Planificar muntatges audiovisuals eficients atenent als aspectes bàsics de composició i
- combinació de les formes visuals i/o sonores i/o textuals.
- Planificar muntatges audiovisuals atenent al ritme del producte i la decodificació del mateix
- per part del receptor.
- Organitzar la seqüencialització temporal d'una peça audiovisual.

- Anàlisi i síntesi dels coneixements:

- Relacionar el procés de creació audiovisual amb els aspectes perceptius i socio-culturals
- dels receptors.
- Atendre a les capacitats perceptives dels receptors per tal de facilitar la comprensió del
- muntatge audiovisual.
- Escollir el tractament narratiu i expressiu més adequat segons el relat publicitari que s'hagi
- de produir.
- Crear i planificar un relat publicitari audiovisual.

- Avaluació dels coneixements:

- Avaluar l'eficàcia comunicativa d'una peça (o peces) publicitària audiovisual atenent a
- aspectes tecnològics i perceptius.
- Justificar la decisió d'ús d'uns recursos expressiu o altres, segons criteris narratius,
- expressius, perceptius i tecnològics.
- Proposar noves formes de tractament narratiu i expressiu d'una peça publicitària que
- afavoreixin l'eficàcia comunicativa.

Competències

- Aplicar el pensament científic amb rigor.
- Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de missatges publicitaris.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar esperit crític i autocrític.
- Demostrar un coneixement adequat de la realitat sociocomunicativa de Catalunya en el context espanyol, europeu i mundial.
- Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant a les llengües oficials (català i castellà) com en una tercera llengua.
- Diferenciar les principals teories de la disciplina, els seus camps, les elaboracions conceptuals, els marcs i els enfocaments teòrics que fonamenten el coneixement de la disciplina i els seus diferents àmbits i subàrees, així com el seu valor per a la pràctica professional mitjançant casos concrets.
- Gestionar el temps de manera adequada.
- Identificar les tradicions comunicatives contemporànies catalana, espanyola i internacional i les seves modalitats d'expressió específiques, així com la seva evolució històrica i les teories i conceptes que les estudien.
- Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar el pensament científic amb rigor.
2. Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de missatges publicitaris.
3. Contextualitzar els diferents corrents publicitaris i l'obra de publicitaris de referència.
4. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
5. Demostrar esperit crític i autocrític.
6. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
7. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant a les llengües oficials (català i castellà) com en una tercera llengua.

8. Diferenciar les especificitats dels llenguatges comunicatius escrits i audiovisuals.
9. Explicar l'evolució de les tradicions publicitàries contemporànies internacionals.
10. Gestionar el temps de manera adequada.
11. Identificar els fonaments estructurals del sistema comunicatiu.
12. Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.

Continguts

Tema 1: Els llenguatges comunicatius

Els llenguatges audiovisuals: la imatge fixa, la imatge en moviment, el so. La composició gràfica. El llenguatge escrit.

El receptor i la seva capacitat perceptiva i comprensiva.

Tema 2: El llenguatge audiovisual en la comunicació publicitària i de les relacions públiques: la imatge

Imatge fixa.

Imatge en moviment. Característiques.

Unitats narratives: el pla (tipologia), l'escena, la seqüència.

Composició de la imatge. Camp i fora de camp.

Moviments de càmera.

Realització televisiva: Raccord. Salt d'eix.

Les transicions. El muntatge.

Tema 3: El llenguatge audiovisual en la comunicació publicitària i de les relacions públiques: el so

Elements sonors: paraula, música, efectes sonors, silenci.

El muntatge sonor: transicions i ritme.

Construcció de l'espai i el temps sonors.

Tema 4: El llenguatge audiovisual en la comunicació publicitària i de les relacions públiques: la imatge i el so

Coherència i sincronia.

Redundància.

Ritme.

Retòrica audiovisual.

Planificació de l'enregistrament. El guió.

Tema 5: El llenguatge multimèdia

Característiques del mitjà

Condicionaments tècnics

Interactivitat, hipertextualitat

Social Media i Xarxes Socials

Tema 6: Altres llenguatges comunicatius

Textos escrits audiovisuals i multimèdia

Composició gràfica en l'audiovisual i el multimèdia.

Metodologia

La metodologia docent de les sessions teòriques es basa en el mètode expositiu. Aquestes sessions empren recursos audiovisuals com a suport pedagògic i treballen l'ús de la pregunta com a instrument per a promoure la síntesi o l'avaluació de temes centrals.

Pel que fa a les sessions de seminari s'orienten a la tasca de dirigir els estudiants en els processos d'anàlisi dels llenguatges comunicatius en peces publicitàries. Aquesta tasca cerca l'aplicació dels continguts treballats a les sessions expositives i a les activitats autònomes de lectura i anàlisi de textos escrits i audiovisuals.

A les sessions de pràctiques de laboratori es treballaran els aspectes relacionats amb la producció audiovisuals atenent específicament a l'ús dels llenguatges comunicatius.

Amb les tutories, com a activitat supervisada, es fa una tasca d'acompanyament i suport dels estudiants, de forma individualitzada o en petits equips de treball, per a l'aplicació dels coneixements adquirits en les activitats dirigides.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Descripció i anàlisi de peces audiovisuals	10	0,4	1, 3, 5, 7, 8
Lectures	17	0,68	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12
Producció de peces audiovisuals	20	0,8	2, 4, 6, 7, 10
Sessions expositives	15	0,6	2, 5, 8, 9, 12
Tipus: Supervisades			
Seguiment de l'elaboració de la web amb produccions publicitàries audiovisuals	6	0,24	2, 4, 5, 6, 7, 8, 10
Tipus: Autònomes			
Elaboració de la web de promoció local. Memòria de la web.	35	1,4	2, 4, 5, 6, 7, 8, 10

Avaluació

Les competències d'aquesta assignatura s'avaluaran amb diferents procediments, a través d'activitats diverses:

- Lliurament de treballs encarregats als seminaris (TS) (55%)
- Participació activa i seguiment del curs (SC) (10%)
- Proves d'avaluació (PA) (35%)

Reavaluació:

Els alumnes que no superin les proves de caràcter individual (PA) tindran l'opció de fer una prova de reavaluació. La nota d'aquesta prova substituirà la nota obtinguda en les PA de l'avaluació continuada.

Si un estudiant no ha fet un seguiment regular de l'avaluació continuada no tindrà dret a presentar-se a la reavaluació.

No es faran proves de reavaluació per apujar notes.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
-------	-----	-------	------	--------------------------

Anàlisi de peces publicitàries audiovisuals (avaluació individual) - peça 1	10%	2	0,08	2, 4, 5, 7, 8, 10
Anàlisi de peces publicitàries audiovisuals (avaluació individual) - peça 2	25%	3	0,12	1, 2, 4, 5, 7, 8, 10
Memòria de la web i guions i planificació de rodatge (avaluació en grup)	15%	6	0,24	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 10
Participació i entrega d'exercicis de sessions de seminari i teòrics. (avaluació individual)	10%	6	0,24	4, 5, 6, 7, 8, 9
Web de promoció local (avaluació en grup) - 1a. revisió	15%	10	0,4	2, 4, 8, 10
Web de promoció local (avaluació en grup) - entrega final	25%	20	0,8	2, 4, 6, 8, 10

Bibliografia

Bàsica:

- Barroso, J. (2008): Realización audiovisual, Editorial Síntesis, Madrid.
- Berenguer, X. (1997): "Escribir programas interactivos", en Formats1 <http://www.iaa.upf.es/formats/formats1/a01et.htm>.
- Blanch, Margarita; Lázaro, Patricia (2010): Aula de locución. Madrid. Ed. Cátedra.
- Fernández Díez, Federico; Martínez Abadía, José (1999): Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. Barcelona. Ed. Paidós.
- Gutiérrez García, María; Perona Paéz, Juan José (2002): Teoría y técnica del lenguaje radiofónico. Barcelona. Ed. Bosch.
- Martínez Abadía, José (2000): Introducción a la tecnología audiovisual: televisión, vídeo y radio. Barcelona. Paidós.
- Millerson, Gerald (1985): Técnicas de realización y producción en televisión. Madrid. IORTV.
- Morales, Fernando (2013): Montaje audiovisual: teoría, técnica y métodos de control. Barcelona. UOC.
- Salaverria, R. (2001): Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental (http://www.ucm.es/info/period/Period_I/EMP/Numer_07/7-5-Inve/7-5-13.htm)
- Solarino, Carlos (1993): Cómo hacer televisión. Madrid. Ed. Cátedra.
- Tena, Daniel (2005): Diseño gráfico y Comunicación. Madrid. Ed. Pearson, Prentice Hall.

Complementària:

- Balsebre, A. (1994): El lenguaje radiofónico. Ed. Cátedra, Madrid.
- Barea, P. (1992), Redacción y guiones. Servicio Universidad del País Vasco, Bilbao.
- Beltrán Moner, R. (1984): La ambientación musical. Ed. IORTV, Madrid.
- Huertas Bailén, Amparo; Perona Paéz, Juan José (1999): Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio. Barcelona. Ed. Bosch.
- Chion, M (1993): La Audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido. Barcelona: Paidós.
- Niqui, Cinto (2007): Fonaments i usos detecnologia audiovisual digital. Barcelona. Ed. UOC
- Ribes, X. (2002): Edición y presentación multimedia. Fundamentos de la digitalización y del tratamiento de imágenes y sonido, Bellaterra : Servei de Publicacions de la UAB.
- Rodero, E. (2011), Creación de programas de radio, Editorial Síntesis.
- Rodríguez, Ángel (1998): La dimensión sonora del lenguaje audiovisual. Barcelona. Ed. Paidós.

Eines de suport:

- Ordinadors equipats amb software que permeti:
edició d'àudio i/o vídeo: Movie-Maker (PC), I-Movie i SoundTrack (Mac), Audacity (PC i Mac).
retoc fotogràfic (Picassa, eina de Google), composició gràfica, edició de textos.
Plataforma virtual: Google (amb les eines: gmail, llocs web, docs).
Hostings: àudio - soundcloud (<http://www.soundcloud.com>)
Vídeo - youtube (<http://www.youtube.com>)