

**Expressió Escrita, Oral i Audiovisual**

Codi: 104895

Crèdits: 6

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

**Professor/a de contacte**

Nom: Luis Fernando Morales Morante

Correu electrònic: Fernando.Morales@uab.cat

**Utilització d'idiomes a l'assignatura**

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: No

**Prerequisits**

Els i les 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, editors d'àudio (audacity), i eines de xarxa com ara l'entorn de google (google docs, gmail...) i hostings com ara youtube, vimeo 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 enfocaments 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 textuales.

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.

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.

## 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.

## 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.

## 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: Raccord. Salt d'eix.

El muntatge. Les transicions.

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

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

Plans sonors

El muntatge sonor: transicions i ritme.

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

Narrativa: construcció de l'espai i el temps.

Ritme.

Retòrica audiovisual.

Planificació de l'enregistrament. El guió.

Tema 5: Altres llenguatges comunicatius

La composició gràfica.

Els llenguatges escrits, audiovisual i digital.

El llenguatge multimèdia

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i a qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura.

## Metodologia

La metodologia docent de les sessions teòriques es basa en el mètode expositiu. Aquestes sessions empen 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 autònomes i les dirigides.

## Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Descripció i anàlisi de peces audiovisuals	12	0,48	4, 5, 6, 7, 8, 10

Producció de peces audiovisuals	31	1,24	4, 6, 8, 10
Sessions expositives	15	0,6	7, 8
Tipus: Supervisades			
Seguiment de les produccions publicitàries audiovisuals	6	0,24	6, 8, 10
Tipus: Autònomes			
Lectures, visionat i anàlisis audiovisuals	10	0,4	4, 6, 7, 8, 10
Planificació i producció de peces audiovisuals	20	0,8	4, 6, 8, 10

## Avaluació

Les competències d'aquesta assignatura s'avaluaran a través d'activitats diverses. Per poder optar a l'avaluació d'aquestes activitats s'haurà d'haver assistit a totes les sessions o al 85% de les mateixes si són faltes justificades (justificat no vol dir haver avisat que marxes de viatge, sino que es tracta d'una falta inevitable -malaltia, etc.-).

- Activitat A: Seguiment i lliurament de treballs encarregats per a les pràctiques (PL) (40%)
- Activitat B: Treball de curs i memòria (TC) (20%)
- Activitat C: Proves d'avaluació (PA) (40%)

Per aprovar l'assignatura caldrà tenir una nota de 5, que s'obtindrà del càlcul ponderat de les notes de cada activitat. Per poder fer aquest càlcul ponderat, les activitats hauran de tenir una nota mínima de 4,5. Si algun dels apartats no arriba a 4,5 no es calcularà la mitjana i no es superarà l'assignatura. No obstant això, els estudiants podran tornar a avaluar les PA i el TC. Les PL no podran ser reavaluades ja que es tracta de competències i habilitats adquirides al llarg del curs que no poden ser valorades en una prova de reavaluació. Reavaluació:

Els alumnes que hagin participat de l'avaluació continuada i que no superin les PA o el TC, podran reavaluar sempre que hagin obtingut una nota mínima de 3,5 punts en l'activitat que hagin suspès. Les PA es torna a avaluar amb una nova PA. El TC es tornarà a avaluar repetint el TC.

Plagi:

L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat,...) que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació. En cas que es produeixin diverses irregularitats, la qualificació final de l'assignatura serà 0.

## Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Anàlisi de peces publicitàries audiovisuals (avaluació individual)	40%	6	0,24	1, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
Pràctiques de laboratori: producció de diverses peces audiovisuals (avaluació en grup)	40%	30	1,2	2, 3, 4, 6, 7, 8, 10
Treball de curs i memòria	20%	20	0,8	1, 2, 4, 6, 7, 8, 10

## Bibliografia

Bàsica:

Barroso, Jaime. (2008): Realización audiovisual, Editorial Síntesis, Madrid.  
 Berenguer, Xavier. (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, Ramón. (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](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, Armand. (1994): El lenguaje radiofónico. Ed. Cátedra, Madrid.

Barea, Pedro. (1992), Redacción y guiones. Servicio Universidad del País Vasco, Bilbao.

Beltrán Moner, Rafael. (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, Michel (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, Xavier. (2002): Edición y presentación multimedia. Fundamentos de la digitalización y del tratamiento de imágenes y sonido, Bellaterra : Servei de Publicacions de la UAB.

Rodero, Emma. (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).
- 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>).