Universitat Autònoma de Barcelona

2023/2024

Expresión Escrita, Oral y Audiovisual

Código: 104895
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501935 Publicidad y Relaciones Públicas	FB	1	2

Contacto

Nombre: Josep Maria Blanco Pont

Correo electrónico: josepmaria.blanco@uab.cat

Idiomas de los grupos

Puede consutarlo a través de este enlace. Para consultar el idioma necesitará introducir el CÓDIGO de la asignatura. Tenga en cuenta que la información es provisional hasta el 30 de noviembre del 2023.

Prerrequisitos

Los y las estudiantes deberán adquirir de forma autónoma (con apoyo puntual del profesorado) conocimientos básicos de cierto software, tales como editores de textos, editores de vídeo, editores de audio (audacity), y herramientas de red tales como el entorno de google (google docs, gmail ...) y hostings como youtube, vimeo o soundcloud.

Objetivos y contextualización

1. Objetivos de aprendizaje generales:
- Adquirir competencias en el conocimiento y el uso de los sistemas y recursos expresivos propios de los lenguajes escrito y audiovisual en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas.
- Profundizar en los conocimientos relacionados con la imagen y el sonido y vinculados al lenguaje audiovisual, que permitan analizar y evaluar la eficacia de las producciones audiovisuales publicitarias.
- Adquirir competencias que permitan crear mensajes escritos y audiovisuales aptas para la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.
2. Objetivos de aprendizaje específicos:
- Adquisición y comprensión de conocimientos:
Explicar qué es el lenguaje audiovisual, atendiendo a diversos enfoques conceptuales.
Conocer los sistemas expresivos propios de la imagen y el sonido y describir las principales características técnico-expresivas.
Conocer las características básicas del lenguaje escrito y de la composición gráfica.
- Aplicación de los conocimientos:
Planificar montajes audiovisuales eficientes atendiendo a los aspectos básicos de composición y combinación de las formas visuales y / o sonoras y / o textuales.
Planificar montajes audiovisuales atendiendo al ritmo del producto y la decodificación del mismo por parte del receptor.
Organizar la secuencialización temporal de una pieza audiovisual.
- Análisis y síntesis de los conocimientos:

Relacionar el proceso de creación audiovisual con los aspectos perceptivos y socioculturales de los receptores.
Atender a las capacidades perceptivas de los receptores para facilitar la comprensión del montaje audiovisual.
Elegir el tratamiento narrativo y expresivo más adecuado según el relato publicitario que vaya a producirse.
Crear y planificar un relato publicitario audiovisual.
- Evaluación de los conocimientos:
Evaluar la eficacia comunicativa de una pieza (o piezas) publicitaria audiovisual atendiendo a aspectos tecnológicos y perceptivos.
Justificar la decisión de uso de unos recursos expresivo u otros, según criterios narrativos, expresivos, perceptivos y tecnológicos.
Proponer nuevas formas de tratamiento narrativo y expresivo de una pieza publicitaria que favorezcan la eficacia comunicativa.

Competencias

- Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.
- Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.
- Aplicar el pensamiento científico con rigor.
- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes publicitarios.
- Demostrar que conoce la estructura y funciones del contexto tecnológico que interviene en el proceso de la comunicación publicitaria.
- Demostrar que conoce las características expresivas y narrativas de los lenguajes audiovisuales.
- Demostrar un conocimiento adecuado de la realidad socio-comunicativa de Cataluña en el contexto español, europeo y mundial.
- Diferenciar las principales teorías de la disciplina, sus campos, las elaboraciones conceptuales, los marcos y enfoques teóricos que fundamentan el conocimiento de la disciplina y sus diferentes ámbitos y subáreas, así como su valor para la práctica profesional mediante casos concretos.
- Identificar las tradiciones comunicativas contemporáneas catalana, española e internacional y sus modalidades de expresión específicas, así como su evolución histórica y las teorías y conceptos que las estudian.
- Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Usar una tercera lengua como forma de trabajo y expresión profesional en los medios de comunicación
- Utilizar las tecnologías avanzadas para el óptimo desarrollo profesional.

Resultados de aprendizaje

1. Analizar críticamente los principios, valores y procedimientos que rigen el ejercicio de la profesión.
2. Aplicar el pensamiento científico con rigor.
3. Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes publicitarios.
4. Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.
5. Contextualizar las diferentes corrientes publicitarias y la obra de publicitarios de referencia.
6. Diferenciar las especificidades de los lenguajes comunicativos escritos y audiovisuales.
7. Encontrar lo sustancial y relevante en documentos sobre teoría, estructura e historia de la comunicación en una tercera lengua.
8. Explicar la evolución de las tradiciones publicitarias contemporáneas internacionales.

9. Explicar los principios básicos de la toma de sonido y de imagen en la manipulación de los equipos de grabación audiovisual.
10. Identificar las principales desigualdades y discriminaciones por razón de sexo/género presentes en la sociedad.
11. Identificar los principios básicos de la construcción de la voz profesional microfónica.
12. Identificar situaciones que necesitan un cambio o mejora.
13. Interpretar y discutir textos de las principales teorías de la comunicación y de la Publicidad y las Relaciones Públicas y exponer por escrito y en público la síntesis de sus análisis.
14. Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.
15. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
16. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
17. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
18. Reconocer los principios básicos de la performance audiovisual ante micrófono y cámara.
19. Utilizar las tecnologías avanzadas para el óptimo desarrollo profesional.
20. Utilizar los instrumentos tecnológicos de la composición y edición de mensajes gráficos.
21. Valorar cómo los estereotipos y los roles de género inciden en el ejercicio profesional.

Contenido

Tema 1: Los lenguajes comunicativos escritos
Tema 2: Los lenguajes comunicativos sonoros
Tema 3: Los lenguajes comunicativos audiovisuales

El calendario detallado con el contenido de las distintas sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura.

Metodología

La metodología docente de las sesiones teóricas se basa en el método expositivo. Estas sesiones emplean recursos audiovisuales como soporte pedagógico y trabajan el uso de la pregunta como instrumento para promover la síntesis o
la evaluación de temas centrales.
En cuanto a las sesiones de seminario se orientan a la tarea de dirigir los estudiantes en los procesos de análisis de los lenguajes comunicativos en piezas publicitarias. Esta tarea busca la aplicación de los contenidos trabajados en las sesiones expositivas y las actividades autónomas de lectura y análisis de textos escritos y audiovisuales.
En las sesiones de prácticas de laboratorio se trabajarán los aspectos relacionados con la producción audiovisuales atendiendo específicamente al uso de los lenguajes comunicativos.
Con las tutorías, como actividad supervisada, se hace una tarea de acompañamiento y apoyo de los estudiantes, de forma individualizada o en pequeños equipos de trabajo, para la aplicación de los conocimientos adquiridos en las actividades autónomas y las dirigidas.
La metodología docente y la evaluación propuestas pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Descripción y análisis de piezas audiovisuales	8	0,32	1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 8, 11, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 7, 20, 19, 21
Producción de piezas audiovisuales	29,5	1,18	1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 8, 11, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 7, 20, 19, 21
Sesiones expositivas	15	0,6	1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 8, 11, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 7, 20, 19, 21
Tipo: Supervisadas			
Seguimiento de las producciones audiovisuales publicitarias	7,5	0,3	1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 8, 11, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 7, 20, 19, 21
Tipo: Autónomas			
Lecturas, visionado y análisis audiovisuales	30	1,2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 8, 11, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 7, 20, 19, 21
Planificación y producción de piezas audiovisuales	52,5	2,1	1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 8, 11, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 7, 20, 19, 21

Evaluación

Las competencias de esta asignatura se evaluarán a través de diversas actividades. Para poder optar a la evaluación de estas actividades se tendrá que haber asistir a todas las sesiones o al 85% de las mismas si son faltas justificadas (justificado no significa haber avisado de que marchas de viaje, sino que se trata de una falta inevitable -enfermedad, etc.-.
- Actividad A: Seguimiento y entrega de trabajos encargados para las prácticas (PL) (50%) [10% práctica de expresión escrita individual, 20% práctica en grupo de expresión sonora, 20% práctica en grupo de expresión audiovisual]
- Actividad B: Memoria de prácticas en grupo (TC) (20%)
- Actividad C: Pruebas de evaluación individual (PA) (30%)

Para aprobar la asignatura será necesario tener una nota de 5, que se obtendrá del cálculo ponderado de las notas de cada actividad. Para poder realizar este cálculo ponderado, las actividades tendrán que tener una nota mínima de 4,5. Si alguno de los apartados no llega a 4,5 no se calculará la media y no se superará la asignatura. Sin embargo, los estudiantes podrán volver a evaluar las PA y el TC. Las SL no podrán ser reevaluadas ya que se trata de competencias y habilidades adquiridas a lo largo del curso que no pueden ser valoradas en una prueba de reevaluación.

Reevaluación:

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades, el peso de las cuales sea de un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura.

Los alumnos que hayan participado de la evaluación continuada y que no superen las PA o TC, podrán reevaluar siempre que hayan obtenido una nota mínima de 3,5 puntos en la actividad que hayan suspendido. Las PA se vuelve a evaluar con una nueva PA. El TCvolverá a evaluarse repitiendo el TC.

En caso de segunda matrícula, el alumnado podrá realizar una única prueba de síntesis que consistirá en una prueba teórico-práctica. La calificación de la asignatura corresponderá a la calificación de la prueba de síntesis.

Plagio:
El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad,...) que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación. En caso de que se produzcan diversas irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

La metodología docente y la evaluación propuestas pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Reevaluación:

Los alumnos que hayan participado de la evaluación continua y que no superen las PA o el TC, podrán recuperar siempre que hayan obtenido una nota mínima de 3,5 puntos en la actividad que hayan suspendido. Las PA se vuelve a evaluar con una nueva PA. El TC se volverá a evaluar repitiendo el TC.
En caso de segunda matrícula, el alumnado podrá realizar una única prueba de síntesis que consistirá en una prueba teórico pràctica. La calificación de la asignatura corresponderá a la calificación de la prueba de síntesis.
Plagio:
El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad, etc.) que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación. En caso de que se produzcan varias irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.
La metodología docente y la evaluación propuestaspueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.
Esta asignatura no contempla la evaluación única.

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Análisis de piezas publicitarias audiovisuales (evaluació individual)	40%	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 7, 21
Prácticas de laboratorio: producción de diversas piezas audiovisuales (evaluación en grupo)	40%	3,5	0,14	3, 4, 5, 6, 9, 11, 10, 13, 14, 18, 20, 19, 21
Trabajo de curso y memoria	20%	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 8, 11, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 7, 20, 19, 21

Bibliografía

Básica:
Barroso, Jaime. (2008): Realización audiovisual, Editorial Síntesis, Madrid.
Berenguer, Xavier. (1997): "Escribir programas interactivos", en Formats1 http://www.iua.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 Páez, 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/periol/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.
Complementaria:
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.
Chion, Michel (1993):La Audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido. Barcelona: Paidos.
Huertas Bailén,Amparo; Perona Páez, Juan José (1999): Redacción y locución en mitjans audiovisuales: la radio. Barcelona. Ed. Bosch.
Niqui, Cinto (2007): Fundamentos y 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: Servicio de Publicaciones 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.

Software

Herramientas de apoyo:
Ordenadores equipados con software que permita:
- edición de audio y / o vídeo: ZaraStudio, ZaraRàdio, DaVinci Resolve, Movie-Maker (PC), I-Movie y SoundTrack (Mac), Audacity (PC y Mac).
- edición de audio y / o vídeo: Movie-Maker (PC), I-Movie y SoundTrack (Mac), Audacity (PC y Mac).
- retoque fotográfico (Picassa, herramienta de Google), composición gráfica, edición de textos.

Plataforma virtual: Google (con las herramientas: gmail, sitios web, docs).
Hostings: audio - soundcloud (http://www.soundcloud.com)
Vídeo - youtube (http://www.youtube.com).
Uso del servidor Ganesha.