

GUÍA DEL ESTUDIANTE **2025-2026**

FACULTAD DE EMPRESA Y COMUNICACIÓN

GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

GCAV-09UV-2025-1



ÍNDICE

ORGANIZACIÓN DE LA ENSEÑANZA	4
– Objetivos generales	4
– Metodología	4
– Proceso de evaluación	5
PLAN DE ESTUDIOS	6
ASIGNATURAS DE PRIMER CURSO	9
– Economía y Empresa	9
– Habilidades Comunicativas en Catalán	11
– Habilidades Comunicativas en Español	13
– Historia de la Comunicación	15
– Historia del Mundo Contemporáneo	17
– Sociología General y de la Comunicación	20
– Estructura del Sistema de Comunicación	22
– Fuentes de Información	24
– Introducción al Inglés para la Comunicación Audiovisual	26
– Taller de Redacción Periodística	28
– Taller de Redacción y Locución en Medios Audiovisuales	30
– Tecnologías de la Información y la Comunicación	32
ASIGNATURAS DE SEGUNDO CURSO	34
– Inglés Oral para la Comunicación Audiovisual	34
– Taller de Guion	36
– Taller de Radio	39
– Taller de Televisión	41
– Teoría de la Comunicación	43
– Historia del Arte	45
– Inglés Escrito para la Comunicación Audiovisual	47
– Introducción a la Comunicación de las Organizaciones	49
– Lenguajes de la Comunicación	51
– Taller de Comunicación Gráfica I	53
ASIGNATURAS DE TERCER CURSO	55
– Comunicación Digital Interactiva	55
– Derecho de la Comunicación	58
– Narrativa Audiovisual y Multimedia	60
– Taller de Comunicación Gráfica II	62
– Taller de Fotografía I	64
– Taller de Producción Radiofónica	67
– Bandas Sonoras	69
– Métodos de Investigación en Comunicación	71
– Taller de Comunicación Interactiva	73
– Taller de Infografía	75
– Taller de Producción Televisiva	77
– Teoría de la Imagen	79
ASIGNATURAS DE CUARTO CURSO	81
– Dirección y Producción Audiovisual y Multimedia	81
– Innovación en Formatos Audiovisuales	83
– Investigación de Audiencias	85
– Prácticas en Empresas	87
– Arte Digital y Nuevos Medios	89
– Taller de Posproducción Audiovisual	91
– Ética Profesional	93
– Trabajo de Fin de Grado	95

ASIGNATURAS OPTATIVAS	97
– Emprendimiento	97
– Historia del Cine	99
– Introducción a la Animación Audiovisual	101
– Medios Sociales	103
– Taller Avanzado de Radio y Pódcast	104
– Taller de Audio Digital	106
– Taller de Documentales	108
– Taller de Fotoperiodismo	111
– Taller de Guion Cinematográfico	113

ORGANIZACIÓN DE LA ENSEÑANZA

Objetivos generales

1. Tener conocimiento teórico y metodológico de la profesión:
 - 1.1. Tener conocimiento de los fundamentos teóricos de la comunicación audiovisual y multimedia.
 - 1.2. Tener conocimiento de la metodología de investigación en comunicación audiovisual y multimedia.
2. Tener conocimiento y dominio de los lenguajes de la comunicación:
 - 2.1. Tener conocimiento y dominio de la lengua catalana y castellana.
 - 2.2. Tener conocimiento avanzado de la lengua inglesa.
 - 2.3. Tener conocimiento y dominio de los sistemas de significación gráficos, audiovisuales y multimedia.
 - 2.4. Tener conocimiento de las formas de analizar, sintetizar, corregir y producir textos.
3. Tener conocimiento del contexto cultural y profesional:
 - 3.1. Tener conocimiento del contexto cultural, artístico, económico, social e histórico.
 - 3.2. Tener capacidad de respetar y aplicar la práctica profesional a los derechos fundamentales.
 - 3.3. Tener conocimiento de la concepción cultural europea.
4. Tener conocimientos instrumentales y de métodos de trabajo profesionales:
 - 4.1. Tener conocimiento y dominio de técnicas instrumentales de la profesión.
 - 4.2. Tener método de trabajo, calidad, rigor y profesionalidad para asegurar niveles homologados de calidad en la profesión.
5. Tener conocimientos asociados a perfiles profesionales:
 - 5.1. Formatos televisivos: profesionalizarse en el sector televisivo.
 - 5.2. Comunicación digital interactiva: profesionalizarse en el sector multimedia interactivo (*online* y *offline*).
 - 5.3. Cine y cultura audiovisual: profesionalizarse en el sector del cine y la cultura audiovisual.
 - 5.4. Business and communication: profesionalizarse en los aspectos comunicativos y empresariales con perfil internacional.
 - 5.5. Gestión de la información multimedia: profesionalizarse en el ámbito de la gestión de la información en entornos multimedia.

Metodología

Los créditos ECTS

El crédito ECTS (o crédito europeo) es la unidad de medida del trabajo del estudiante en una asignatura. Cada crédito europeo equivale a 25 horas que incluyen todas las actividades que lleva a cabo el estudiante en el marco de una determinada asignatura: asistencia a clases, consultas en la biblioteca, prácticas, trabajo de investigación, realización de actividades, estudio y preparación de exámenes, etc. Si una asignatura tiene 6 créditos se prevé que el trabajo del estudiante debe ser equivalente a 150 horas de dedicación (6×25).

Las competencias

Cuando hablamos de competencias, nos referimos a un conjunto de conocimientos, capacidades, habilidades y actitudes aplicadas al desarrollo de una profesión. Así pues, la introducción de competencias en el currículum universitario debe posibilitar que el estudiante adquiera un conjunto de atributos personales, de habilidades sociales, de trabajo en equipo, de motivación, de relaciones personales, de conocimientos, etc., que le permitan desempeñar funciones sociales y profesionales en el contexto social y laboral.

Algunas de estas competencias son comunes en todas las profesiones de un determinado nivel de cualificación. Por ejemplo, tener la capacidad de resolver problemas de forma creativa, o trabajar en equipo, son competencias generales o transversales de prácticamente todas las profesiones. Es de suponer que un estudiante universitario las adquirirá, incrementará y consolidará a lo largo de sus estudios, primero, y en su vida profesional, después.

Sin embargo, otras competencias son específicas de cada profesión.

La organización del trabajo académico

Las competencias profesionales plantean la enseñanza universitaria más allá de la consolidación de los contenidos básicos de referencia para la profesión. Por lo tanto, se requieren unas formas de trabajo complementarias a la transmisión de contenidos y es por eso que en las enseñanzas de modalidad presencial hablamos de tres tipos de trabajo en el aula o en los espacios de la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña, que en su conjunto constituyen las horas de contacto de los estudiantes con el profesorado:

- Las **sesiones de clase** se entienden como horas de clase que el profesorado imparte a todo el grupo. Estas sesiones incluyen las explicaciones del profesorado, las horas de realización de exámenes, las conferencias, las proyecciones, etc. Son sesiones centradas en algún o algunos contenidos del programa.
- Las **sesiones de trabajo dirigido** se entienden como horas de actividad de los estudiantes en presencia del profesorado (trabajo en el aula de ordenadores, corrección de ejercicios, actividades en grupo en el aula, coloquios o debates, prácticas de laboratorio, seminarios en pequeño grupo, etc.). Estas sesiones pueden estar dirigidas a todo el grupo, a un subgrupo o a un equipo de trabajo.
- Las **sesiones de tutoría** son las horas en las que el profesorado atiende a los estudiantes de forma individual o en grupo pequeño para conocer el progreso que van realizando en el trabajo personal de la asignatura, orientar o dirigir los trabajos individuales o grupales o comentar los resultados de la evaluación de las diferentes actividades. La iniciativa de la atención tutorial puede partir del profesorado o de los propios estudiantes para plantear dudas sobre los trabajos de la asignatura, pedir orientación sobre bibliografía o fuentes de consulta, conocer la opinión del profesorado sobre el propio rendimiento académico o aclarar dudas sobre los contenidos de la asignatura. La tutoría es un elemento fundamental del proceso de aprendizaje del estudiante.

Dentro del **plan de trabajo** de una asignatura también se prevén sesiones dedicadas al trabajo personal de los estudiantes, que son las horas destinadas al estudio, a la resolución de ejercicios, a la búsqueda de información, a la consulta en la biblioteca, a la lectura, a la redacción y elaboración de trabajos individuales o en grupo, a la preparación de exámenes, etc.

El plan de trabajo

Esta nueva forma de trabajar requiere planificación con el objetivo de que el alumnado pueda organizar y prever el trabajo que debe llevar a cabo en las diferentes asignaturas. Por eso el plan de trabajo se convierte en un recurso importante que posibilita la planificación del trabajo que debe realizar el estudiante en un período de tiempo limitado.

El plan de trabajo refleja la concreción de los objetivos, contenidos, metodología y evaluación de la asignatura en el espacio temporal del semestre o del curso. Se trata de un documento que sirve para planificar temporalmente las actividades concretas de la asignatura de forma coherente con los elementos indicados anteriormente.

Dicho plan es el instrumento que da indicaciones sobre los contenidos y las actividades de las sesiones de clase, las sesiones de trabajo dirigido y las sesiones de tutoría y consulta. En el plan de trabajo se concretan y planifican los trabajos individuales y de grupo y las actividades de trabajo personal de consulta, investigación y estudio que hay que realizar en el marco de la asignatura.

El plan de trabajo debe centrarse básicamente en el trabajo del estudiante y debe orientarlo para que planifique su actividad de estudio encaminada a la consecución de los objetivos de la asignatura y a la adquisición de las competencias establecidas.

La organización del plan de trabajo puede obedecer a criterios de distribución temporal (quincenal, mensual, semestral, etc.) o bien puede organizarse siguiendo los bloques temáticos del programa de la asignatura (o sea, estableciendo una progresión para cada tema o bloque de temas del programa).

Proceso de evaluación

Según la Normativa académica de los estudios de grado de la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña, «las enseñanzas oficiales de grado se evalúan de manera continua y sólo hay una única convocatoria oficial por matrícula». Esta convocatoria prevé dos periodos diferenciados de evaluación.

El primer período tiene lugar durante las semanas de docencia y durante la semana de cierre de las asignaturas a finales de semestre. El segundo período de evaluación es de recuperación para los estudiantes que no hayan superado la evaluación continua. Este período de recuperación termina en junio para las asignaturas del primer semestre y en septiembre para las del segundo semestre. Los estudiantes que no superen la fase de recuperación deben matricularse de la asignatura y repetirla el curso siguiente.

La evaluación de las competencias que el estudiante debe adquirir en cada asignatura requiere que el proceso de evaluación no se reduzca a un único examen final. Por lo tanto, se utilizan diferentes instrumentos para poder garantizar una evaluación continua y más global que tenga en cuenta el trabajo realizado para adquirir los diferentes tipos de competencias. Por eso hablamos de dos tipos de evaluación con el mismo nivel de importancia:

- **Evaluación de proceso:** seguimiento del trabajo individualizado para evaluar el proceso de aprendizaje llevado a cabo durante el curso. Este seguimiento puede hacerse con las tutorías individuales o grupales, la entrega de trabajos de cada tema y su posterior corrección, con el proceso de organización y logro que siguen los miembros de un equipo de forma individual y colectiva para elaborar los trabajos de grupo, etc. La evaluación del proceso tiene lugar a partir de actividades que se desarrollan de forma dirigida o de las que se reciben orientaciones en clase y que tienen relación con la parte del programa que se esté trabajando. Algunos ejemplos serían: comentario de artículos, textos y otros documentos escritos o audiovisuales (películas, documentales, etc.), participación en debates colectivos, visitas, asistencia a conferencias, etc. Estas actividades se evaluarán de forma continua a lo largo del semestre.
- **Evaluación de resultados:** corrección de los resultados del aprendizaje del estudiante. Estos resultados pueden ser de diferentes tipos: trabajos en grupo orales y escritos, ejercicios de clase individuales o en pequeño grupo, reflexiones y análisis individuales en los que se establecen relaciones de diferentes fuentes de información más allá de los contenidos explicados por profesorado en las sesiones de clase, redacción de trabajos individuales, exposiciones orales, realización de exámenes parciales o finales, etc.

PLAN DE ESTUDIOS

Tipo de materia	Créditos
Formación Básica (FB)	60
Obligatoria (OB)	129
Optativa (OP)	30
Trabajo de Fin de Grado (TFG)	9
Prácticas Académicas Externas (PAE)	12
Total	240

PRIMER CURSO			
	Semestre	Créditos	Tipo
Economía y Empresa	1.º	6,0	FB
Habilidades Comunicativas en Catalán	1.º	3,0	OB
Habilidades Comunicativas en Español	1.º	3,0	OB
Historia de la Comunicación	1.º	6,0	FB
Historia del Mundo Contemporáneo	1.º	6,0	FB
Sociología General y de la Comunicación	1.º	6,0	FB
Estructura del Sistema de Comunicación	2.º	6,0	FB
Fuentes de Información	2.º	3,0	OB
Introducción al Inglés para la Comunicación Audiovisual	2.º	6,0	FB
Taller de Redacción Periodística	2.º	6,0	FB
Taller de Redacción y Locución en Medios Audiovisuales	2.º	6,0	OB
Tecnologías de la Información y la Comunicación	2.º	3,0	OB

SEGUNDO CURSO			
	Semestre	Créditos	Tipo
Inglés Oral para la Comunicación Audiovisual	1.º	3,0	OB
Taller de Guion	1.º	9,0	OB
Taller de Radio	1.º	6,0	OB
Taller de Televisión	1.º	6,0	OB
Teoría de la Comunicación	1.º	6,0	FB
Historia del Arte	2.º	6,0	FB
Inglés Escrito para la Comunicación Audiovisual	2.º	6,0	FB
Introducción a la Comunicación de las Organizaciones	2.º	6,0	OB
Lenguajes de la Comunicación	2.º	6,0	OB
Taller de Comunicación Gráfica I	2.º	6,0	OB

TERCER CURSO

	Semestre	Créditos	Tipo
Comunicación Digital Interactiva	1.º	3,0	OB
Derecho de la Comunicación	1.º	3,0	OB
Narrativa Audiovisual y Multimedia	1.º	6,0	OB
Taller de Comunicación Gráfica II	1.º	3,0	OB
Taller de Fotografía I	1.º	3,0	OB
Taller de Producción Radiofónica	1.º	6,0	OB
Bandas Sonoras	2.º	3,0	OB
Métodos de Investigación en Comunicación	2.º	6,0	OB
Taller de Comunicación Interactiva	2.º	3,0	OB
Taller de Infografía	2.º	3,0	OB
Taller de Producción Televisiva	2.º	6,0	OB
Teoría de la Imagen	2.º	3,0	OB
Optativas		12,0	OP

CUARTO CURSO

	Semestre	Créditos	Tipo
Dirección y Producción Audiovisual y Multimedia	1.º	6,0	OB
Innovación en Formatos Audiovisuales	1.º	3,0	OB
Investigación de Audiencias	1.º	3,0	OB
Prácticas en Empresas	1.º o 2.º	12,0	PAE
Arte Digital y Nuevos Medios	2.º	3,0	OB
Ética Profesional	2.º	3,0	OB
Taller de Posproducción Audiovisual	2.º	3,0	OB
Trabajo de Fin de Grado	Anual	9,0	TFG
Optativas		18,0	OP

OPTATIVAS - SIN ITINERARIO

	Créditos
Taller Avanzado de Radio y Pódcast	6,0
Historia del Cine	6,0
Taller de Fotoperiodismo	3,0
Taller de Audio Digital	3,0
Introducción a la Animación Audiovisual	6,0
Taller de Documentales	6,0
Taller de Guion Cinematográfico	6,0
Medios Sociales	3,0

OPTATIVAS - SIN ITINERARIO**Créditos**

Emprendimiento	6,0
Taller de Medios Técnicos Audiovisuales	3,0
Comunicación, Inteligencia Artificial y Creación de Contenidos	6,0

ASIGNATURAS DE PRIMER CURSO

Economía y Empresa

Tipología: Formación Básica (FB)

Créditos: 6,0

Semestre: 1.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Guillermo Díaz Falo Julio César Reyna Pérez

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 4. Educación de calidad
- 5. Igualdad de género
- 8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 12. Producción y consumo responsables
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas

OBJETIVOS

El objetivo de esta asignatura es introducir a los estudiantes del grado de Comunicación Audiovisual en el conocimiento del sistema económico y de la gestión empresarial. En el ámbito de la economía, se trata de que conozcan las principales ideas de política económica y que sepan relacionar propuestas con ideologías y conocer sus orígenes. Esto debe permitirles comprender la información económica básica y adquirir la capacidad de analizarla. En el ámbito de la empresa, el objetivo es proporcionar conceptos y herramientas para desarrollar una actividad profesional.

El 40 % del contenido corresponde a la parte de economía y el 60 % restante, a la de empresa.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Identificar el rol del comunicador audiovisual en relación con la sociedad, los derechos humanos y la diversidad social en sus distintas dimensiones, en un contexto local, nacional y global.
- Identificar los elementos estructurales, de gestión y organización de las empresas de comunicación, así como las estrategias y técnicas comunicativas de las organizaciones.
- Interpretar la estructura y el sistema de los medios de comunicación en el marco de la era digital mediante la identificación de sus actores y factores.
- Interpretar datos para fundamentar correctamente argumentos o ideas, derivados de una reflexión sobre asuntos de carácter social, económico, cultural o científico, atendiendo a la diversidad de públicos.
- Utilizar estrategias y técnicas de análisis y de síntesis para tomar decisiones eficientes en procesos de investigación, documentación e interpretación de datos e informaciones.

CONTENIDOS

Economía

1. Economía, una primera aproximación
 - ¿Qué factores explican las diferencias en los niveles de renta entre los países?
2. Fundamentos de la macroeconomía
 - Macromagnitudes
3. Fundamentos de la microeconomía
 - Oferta, demanda y elasticidad
4. Retos económicos globales: desigualdad, medio ambiente y energía

Empresa

1. Empresario, empresa y función directiva
2. El entorno de la empresa
3. Estructura y organización
4. Áreas funcionales

EVALUACIÓN

La evaluación se lleva a cabo con una media ponderada de la evaluación de cada una de las partes de la asignatura: economía y empresa. La nota de la parte de economía tiene un peso del 40 % y, la parte de empresa, del 60 %. Para calcular el promedio es necesario tener una nota mínima de 4 en cada parte de la asignatura.

1. En la parte de economía, se llevan a cabo ejercicios de seguimiento a lo largo del curso que cuentan un 30 % de la nota de economía, en forma de ejercicios breves sobre los contenidos trabajados en el aula, de elaboración de una recopilación de prensa sobre cuestiones económicas de actualidad, a elegir de entre una lista que propone el profesor, que tiene una ponderación del 40 % o, alternativamente, de producción de un documental en formato audiovisual sobre alguna cuestión económica propuesta en clase, y de un examen que cuenta un 30 %. Para aprobar la asignatura, es necesaria una nota mínima de 3 sobre 10 en este examen. En caso de no llegar, es necesario realizar un examen de repesca.

2. En la parte de empresa, se realizan actividades de seguimiento a lo largo del curso que, junto con la participación, cuentan un 10% de la nota de esta parte. También es necesario elaborar un trabajo en el que se apliquen los contenidos de la asignatura en una empresa del ámbito de la comunicación, que cuenta un 60 % de la nota de empresa. Finalmente, se llevan a cabo dos exámenes con una ponderación del 15 % de la nota de empresa cada uno. El primer examen es de los temas 1, 2 y 3 y, el segundo, del tema 4. Para aprobar la asignatura, la nota mínima de estos exámenes es de un 4 sobre 10. En caso de no llegar, es necesario realizar un examen de repesca.

De forma global, en la asignatura de Economía y Empresa el seguimiento y la participación tienen una ponderación total del 10 % de la nota final, los exámenes, del 30 %, y los trabajos, del 60 %.

METODOLOGÍA

Economía

— Exposición de contenidos teóricos, resolución de ejercicios numéricos y gráficos, discusiones sobre noticias económicas y debates sobre el modelo económico, político y energético.

Empresa

— La metodología básica son exposiciones de contenidos teóricos y resolución de ejercicios. También se llevan a cabo discusiones sobre noticias empresariales.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Bueno Campos, Eduardo (2006). *Curso básico de economía de la empresa. Un enfoque de organización*. Pirámide.
- Correa González, Jorge Pablo. (2012). *Estructura de la organización de la empresa periodística*. Red Tercer Milenio.
- Enric Casulleras (2017). *Parlem d'Economia amb els joves: Per a un món millor*. Eumo.
- Mankiw, N. Gregory (2017). *Principios de Economía* (7 ed.). CENGAGE Learning.
- Medina, M. (2011). *Estructura y gestión de empresas audiovisuales*. Ediciones Universidad de Navarra.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Habilidades Comunicativas en Catalán

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 3,0

Semestre: 1.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Pere Quer Aiguadé

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 4. Educación de calidad
- 8. Trabajo decente y crecimiento económico

OBJETIVOS

En la asignatura Habilidades Comunicativas en Catalán se pretende reforzar y consolidar los conocimientos básicos y generales de lengua que el alumnado ha estado trabajando durante las fases educativas previas a los estudios universitarios, con el objetivo de establecer una buena base para los aprendizajes del grado especializados en redacción. Se introducen, al mismo tiempo, los conceptos y recursos principales para la redacción para medios de comunicación audiovisual.

Los objetivos de la asignatura son:

- Consolidar los conocimientos lingüísticos de morfología, sintaxis y léxico de nivel superior del catalán. (B01, T06, E05)
- Saber utilizar los aspectos lingüísticos y los recursos variados que la lengua utiliza en las diferentes situaciones comunicativas, orales y escritas. (B04, T06, G03, E05)
- Saber aplicar las propiedades textuales y distinguir y redactar distintos tipos de textos, necesarios para poder acceder a los géneros especializados. (T06, G03, E05)

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Identificar y discutir situaciones y casos del ámbito de estudio a partir de la interpretación del marco social, y de su evolución temporal, así como del ordenamiento jurídico, la ética y la deontología de la comunicación audiovisual.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Interpretar datos para fundamentar correctamente argumentos o ideas, derivados de una reflexión sobre asuntos de carácter social, económico, cultural o científico, atendiendo a la diversidad de públicos.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.

CONTENIDOS

Conocimiento de la lengua

- Gramática de la palabra y la frase. Revisión de aspectos de morfosintaxis
- Gramática del texto
 - Adecuación textual: registro y variedad
 - Coherencia textual: organización de la información y progresión temática
 - Cohesión textual: mecanismos de referencia, conectores y puntuación
- Consulta y manipulación del material bibliográfico de soporte (en papel y electrónicamente)

Técnicas de redacción

- Técnicas de redacción y proceso de composición de textos: planificación, textualización y revisión
- Aplicación a la redacción de textos según la intención, al público objetivo y a los contextos. Práctica
- Discurso oral para la comunicación audiovisual. Práctica

EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura es continua, y prevé una evaluación del proceso de aprendizaje y una evaluación de los resultados, según los siguientes cálculos:

- **Evaluación del proceso de aprendizaje, 40 %:** Incluye los diferentes ejercicios de clase asociados al desarrollo de la asignatura. (CB1, CB4, T6, T7, E3)
- **Evaluación de los resultados, 60 %:** Incluye un proyecto encargado, que se valora a lo largo de todo su proceso de ejecución (preparación, redacción y revisión) (40 %) y la prueba sobre conceptos (20 %). (T7, E3, E12)

Otras condiciones

— Todas las producciones orales y escritas de la asignatura se realizan en catalán.

— Es necesario aprobar como mínimo con un 5 ambas evaluaciones, la de proceso y la de resultados , para poder realizar los cálculos de la nota final de la asignatura. En la evaluación de resultados, también es necesario que la nota de la prueba sobre conceptos sea como mínimo de 4.

Recuperación de parte de la materia

En caso de que no se haya superado la asignatura, solo se pueden recuperar durante el período establecido por la Facultad las actividades que estén marcadas como recuperables y la prueba sobre conceptos.

Nivel de normativa de la lengua

Para aprobar la asignatura es necesario tener un nivel superior de la normativa de la lengua. No se admiten más de diez faltas de normativa en los textos, tengan la longitud que tengan.

METODOLOGÍA

La asignatura está concebida como una materia totalmente práctica, por lo que la participación y la implicación del alumnado en cada una de las actividades es fundamental. Se trabaja en diferentes espacios de la universidad. Buena parte de las actividades académicas hay que trabajarlas individualmente o en grupo como trabajo personal fuera del aula.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- (2006). *Argumenta: recurs per treballar les competències lingüístiques i comunicatives en l'àmbit acadèmic i professional* . Recuperado de http://wuster.uab.cat/web_argumenta_obert/index.html
- (2020). *esAdir: portal lingüístic de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals* . Recuperado de <https://esadir.cat/>
- Casas, M., Castellà, J.M., Vilà, M. (2020). *L'oratòria a l'abast de tothom* . EUMO.
- Cassany, D. (2007). *Esmolar l'eina: guia de redacció per a professionals* . Empúries.
- Coromina, E. (2008). *El 9 Nou / El 9 TV : manual de redacció i estil* . EUMO.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Habilidades Comunicativas en Español

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 3,0

Semestre: 1.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	español	Maria Teresa Julio Giménez

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

— 5. Igualdad de género

OBJETIVOS

La lengua será vuestra herramienta de trabajo en el futuro, y el objetivo fundamental de esta asignatura es precisamente que mejoréis vuestras habilidades comunicativas en español. Para ello, nos acercamos a sus contenidos con el fin de mejorar la expresión, tanto oral como escrita, y evitar errores en su uso diario.

Los objetivos que debemos alcanzar son los siguientes:

- Expresarse correctamente de forma oral y escrita en lengua española.
- Dominar la lengua española en un nivel avanzado.
- Profundizar en los aspectos más controvertidos y conflictivos de la lengua.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Identificar y discutir situaciones y casos del ámbito de estudio a partir de la interpretación del marco social, y de su evolución temporal, así como del ordenamiento jurídico, la ética y la deontología de la comunicación audiovisual.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Interpretar datos para fundamentar correctamente argumentos o ideas, derivados de una reflexión sobre asuntos de carácter social, económico, cultural o científico, atendiendo a la diversidad de públicos.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.

CONTENIDOS

- ¡El/lo femenino existe! ¿Hablamos de cantidades?
- Personalicemos: el enigma pronominal
- ¿Conjugamos a ciegas?
- Determinantes y conjunciones, los parientes pobres
- A trancas y barrancas o cómo sortear el mal uso de adjetivos y adverbios
- ¿Preposiciones? ¡Uf! Un campo minado

EVALUACIÓN

Hay una **evaluación continua** que comporta la presentación de ejercicios de redacción y cuestionarios relacionados con los contenidos de la asignatura.

También una **evaluación puntual**, que consiste en dos exámenes parciales a lo largo del curso, aproximadamente hacia mediados de semestre (primer parcial) y al final del semestre (segundo parcial).

Los porcentajes que se aplican para la obtención de la nota final de la asignatura de Habilidades Comunicativas en Español son los siguientes:

- Redacciones y cuestionarios: 50 % de la nota final. Para aprobar la asignatura es obligatorio presentar como mínimo el 80 % de las actividades.
- Dos exámenes parciales: 40 % de la nota final. Solo se hace media de la asignatura si la nota media de los dos exámenes es un 5,0 o una nota superior.
- Observación de la participación: 5 % de la nota final.
- Seguimiento del trabajo realizado: 5 % de la nota final.

Las actividades obligatorias, que se deben entregar a lo largo del curso, esto es, las que corresponden a la evaluación continua, **no son recuperables**. En el período complementario de evaluación (determinado por la jefatura de estudios), conocido como "Pruebas finales", solo se pueden realizar los exámenes que estén suspendidos o aquellos a los que el estudiante no se haya presentado. A la "Repesca" solo se pueden presentar los alumnos que hayan suspendido los exámenes parciales anteriores.

METODOLOGÍA

Se imparten clases magistrales, se hacen ejercicios complementarios y prácticas en grupo, exposiciones orales, discusión de lecturas, pruebas evaluativas, etc. Asimismo, se pueden llevar a cabo tutorías, solicitadas previamente por el alumnado, y se hace un seguimiento personalizado del estudiantado.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Bosque, I. i& Monte, V. de (1999). *Gramática descriptiva de la lengua española*. Espasa.
- Gómez Torrego, L. (2007). *Gramática didáctica del español*. SM Real Academia Española.
- Gómez Torrego, L. (2011). *Hablar y escribir correctamente*. Arco Libros.
- Real Academia Española (2009). *Nueva gramática de la lengua española : También consultable en línea*: <https://www.rae.es/gram%C3%A1tica/>. Espasa.
- Real Academia Española (2024). *Diccionario Panhispánico de dudas : También consultable en línea*: <https://www.rae.es/dpd/>. Espasa.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Historia de la Comunicación

Tipología: Formación Básica (FB)

Créditos: 6,0

Semestre: 1.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Santos Miguel Mateos Rusillo

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 5. Igualdad de género
- 8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas

OBJETIVOS

El principal objetivo de esta asignatura es proporcionar instrumentos de reflexión sobre la evolución histórica de la comunicación humana, desde la cultura oral a la revolución digital, pasando por el nacimiento de los medios de comunicación de masas.

Durante todo este paseo de milenios, que comienza hace 40.000 años con los primeros «homo sapiens» europeos y termina a principios del siglo XXI, se analizan fundamentalmente:

- Los principales hitos relacionados con los orígenes y la evolución de la historia de la comunicación humana
- Las consecuencias de los avances tecnológicos en la comunicación social
- El nacimiento y desarrollo de la comunicación de masas
- El impacto de la revolución digital y de la inteligencia artificial

El objetivo final es doble:

- Aumentar los conocimientos históricos del estudiante sobre la comunicación social.
- Facilitar herramientas de capacitación crítica frente a los fenómenos comunicativos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Identificar el rol del comunicador audiovisual en relación con la sociedad, los derechos humanos y la diversidad social en sus distintas dimensiones, en un contexto local, nacional y global.
- Interpretar la estructura y el sistema de los medios de comunicación en el marco de la era digital mediante la identificación de sus actores y factores.
- Identificar y discutir situaciones y casos del ámbito de estudio a partir de la interpretación del marco social, y de su evolución temporal, así como del ordenamiento jurídico, la ética y la deontología de la comunicación audiovisual.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Utilizar estrategias y técnicas de análisis y de síntesis para tomar decisiones eficientes en procesos de investigación, documentación e interpretación de datos e informaciones.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.

CONTENIDOS

1. Comunicación humana: introducción e inicios

- Consideraciones previas
- Las eras de la comunicación humana
- Los inicios de la comunicación humana
- La era de los signos y las señales: comunicación no verbal
- La era del habla y del lenguaje: comunicación verbal

2. La era de la escritura

- Guardar la voz, fijar las palabras: la escritura y el alfabeto
- Los soportes y los dispositivos de lectura de la palabra escrita de la antigüedad a la edad media
- El libro manuscrito y la caligrafía
- Multiplicidad de imágenes: el grabado

3. La era Gutenberg: la palabra impresa

- Invención y revolución de la imprenta
- El libro impreso y la tipografía
- El nacimiento del primer medio de comunicación masivo: la prensa escrita
- Todo el conocimiento humano en 28 volúmenes: la aventura ilustrada de la Enciclopedia
- La teoría del «paréntesis Gutenberg»

4. La era de la comunicación masiva

- La era Edison: el aire habla: el fonógrafo y el gramófono
- La era Morse: la revolución de las telecomunicaciones: el telégrafo y el teléfono
- La era Lumière
 - La «pintura de la luz»: la fotografía
 - Imágenes en movimiento: el cinematógrafo
- La era Marconi: la información y el entretenimiento sin salir de casa: la radio y la televisión

5. La revolución digital, en directo

- La música, la fotografía y el cine, antes y después de la revolución digital
- Impacto de la IA en la música, la fotografía y el cine

EVALUACIÓN

Sistema de evaluación

- Seguimiento
- Prácticas y ejercicios individuales
- Trabajo grupal
- Prueba escrita

(Ver el detalle de los porcentajes en el aula virtual de la asignatura.)

La calificación final es la suma de estos ítems, cuya superación demuestra la suficiencia del alumnado en los diferentes resultados de aprendizaje vinculados a la asignatura (la nota resultante, sobre 10, es la suma ponderada de la calificación obtenida en cada uno de los apartados, sin requisitos mínimos).

El sistema de evaluación de la asignatura solo prevé la recuperación del examen (no de las prácticas y del trabajo).

METODOLOGÍA

Se combinan clases magistrales sobre determinados contenidos de la asignatura, sesiones prácticas de preparación de las prácticas y del trabajo, prácticas de evaluación continua y presentaciones del trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- AMELA, V. M. (2008). *Història cultural de l'audiovisual*. Editorial UOC.
- DE FLEUR, M. L. & BALL-ROKEACH, S. J. (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. Paidós.
- MARTÍNEZ VELA, F. de P. (2012). *Typographica: La historia del arte de imprimir*. Point de Lunettes.
- PERCEVAL, J. M. (2015). *Historia mundial de la comunicación*. Cátedra.
- RODRÍGUEZ LÓPEZ, Joaquín (2019). *Primitivos de una nueva era : Cómo nos hemos convertido en Homo digitalis*. Tusquets Editores.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Historia del Mundo Contemporáneo

Tipología: Formación Básica (FB)

Créditos: 6,0

Semestre: 1.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Roc Solà González

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

— 16. Paz, justicia e instituciones sólidas

OBJETIVOS

La asignatura Historia del Mundo Contemporáneo analiza la formación del mundo actual desde una perspectiva histórica. Al cursarla, los alumnos adquieren unos conocimientos fundamentales e imprescindibles en el despliegue del itinerario curricular del grado. Los cuatro objetivos básicos que se persiguen son:

1. Conocer los principales acontecimientos de la historia contemporánea.
2. Entender la sociedad actual y conocer sus orígenes.
3. Analizar las relaciones económicas, políticas, sociales, culturales, artísticas e ideológicas de las distintas comunidades internacionales en las coyunturas históricas de la edad contemporánea.
4. Reflexionar sobre el presente y el futuro desde la historia.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Identificar el rol del comunicador audiovisual en relación con la sociedad, los derechos humanos y la diversidad social en sus distintas dimensiones, en un contexto local, nacional y global.
- Gestionar el propio proceso formativo para adquirir una formación integral que permita desarrollarse a nivel profesional y personal en un contexto de respeto a la diversidad.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Interpretar datos para fundamentar correctamente argumentos o ideas, derivados de una reflexión sobre asuntos de carácter social, económico, cultural o científico, atendiendo a la diversidad de públicos.

CONTENIDOS

Tema 1. Los fundamentos del mundo contemporáneo

Primera parte: Las revoluciones

1. Presentación
2. Las revoluciones liberales
 - 2.1. El parlamentarismo británico
 - 2.2. El nacimiento de Estados Unidos de América
 - 2.3. La Revolución Francesa
 - 2.4. Las revoluciones de 1820, 1830 y 1848 en toda Europa
 - 2.5. Las unificaciones de Italia y de Alemania
3. Las revoluciones industriales
 - 3.1. Presentación
 - 3.2. La Revolución Industrial británica.
4. La mundialización de la economía y el colonialismo
 - 4.1. Introducción
 - 4.2. Mundialización de la economía
 - 4.3. El colonialismo

Segunda parte: La nueva sociedad urbana

1. Presentación
2. La nueva sociedad urbana
 - 2.1. La urbanización de la sociedad
 - 2.2. Sociabilidad y ocio
 - 2.3. El progreso en la educación
 - 2.4. La Iglesia y la secularización de la sociedad
 - 2.5. Obrerismo y movimientos sociales
 - 2.6. La opinión pública y los medios de comunicación
 - 2.7. El progreso científico y técnico

- 2.8. Las tendencias culturales y artísticas
- 3. Las nuevas ideologías
 - 3.1. El liberalismo político
 - 3.2. Los nacionalismos
 - 3.3. El socialismo
 - 3.4. El anarquismo

Tema 2. El mundo entre las dos guerras (1914-1945)

- 1. Presentación
- 2. La Primera Guerra Mundial
 - 2.1. Introducción. El conflicto
 - 2.2. Las causas
 - 2.3. La evolución de la guerra
 - 2.4. Las consecuencias
 - 2.5. La recuperación posbélica
- 3. EEUU y el nuevo modelo capitalista
 - 3.1. La supremacía económica estadounidense
 - 3.2. Euforia económica y aislamiento en la década de 1920
- 4. La Revolución Rusa y el modelo soviético
 - 4.1. El zarismo y la Revolución Rusa
 - 4.2. La economía socialista de planificación centralizada
- 5. El Crac de 1929 y el New Deal
 - 5.1. La crisis financiera
 - 5.2. Una crisis estructural
 - 5.3. Consecuencias
 - 5.4. La recuperación norteamericana: El New Deal
- 6. Los totalitarismos
 - 6.1. La crisis del liberalismo
 - 6.2. Los totalitarismos, una tendencia generalizada
- 7. La Segunda Guerra Mundial

Tema 3. El mundo bipolar y el capitalismo social (1945-1991)

- 1. Reconstrucción material, recuperación económica y nueva institucionalización
 - 1.1. El Plan Marshall y los acuerdos de Bretton Woods
 - 1.2. Las nuevas instituciones internacionales
- 2. Un mundo bipolar
 - 2.1. La configuración de los bloques
 - 2.2. La Guerra Fría y su lógica
 - 2.3. Descolonización y conflictos
- 3. Keynes y el Estado de bienestar. Desarrollo y límites
 - 3.1. Keynes y el keynesianismo
 - 3.2. Las bases de los "Treinta Años Gloriosos"
 - 3.3. Las crisis del petróleo y los límites
- 4. Crecimiento económico, bienestar material y descontento cultural
 - 4.1. Críticos y utópicos
- 5. La construcción europea
 - 5.1. La vieja idea de unos Estados Unidos europeos
 - 5.2. Del Mercado Común a la unión política
 - 5.3. La Unión Europea y su futuro

Tema 4. El mundo globalizado y el regreso al capitalismo liberal (1992-2020)

- 1. El neoliberalismo y la revolución conservadora
 - 1.1. La batalla de las ideas. Hayek y Friedman
 - 1.2. Margaret Thatcher y Ronald Reagan
 - 1.3. La implosión del sistema soviético
- 2. La globalización de la economía
 - 2.1. El Consenso de Washington
 - 2.2. La hegemonía del mercado
- 3. La crisis financiera y económica de 2008
 - 3.1. Sus causas profundas y desencadenantes
 - 3.2. Los efectos de la crisis y las políticas para hacerles frente
- 4. Modelo de crecimiento y sostenibilidad ambiental
 - 4.1. Los efectos disgregadores de la desigualdad
 - 4.2. Crecimiento y desarrollo. El límite de los recursos
 - 4.3. Hacia una nueva economía
- 5. La disrupción digital y sus efectos
 - 5.1. El impacto de internet en la sociedad
 - 5.2. Las economías de plataforma. Economías de ganador único

6. La crisis de la democracia
 - 6.1. La época de los populismos
 - 6.2. De las posverdades a la pospolítica
7. Identidad y nacionalismo
 - 7.1. Trump y la crisis del globalismo
 - 7.2. Emergencia de China y geopolítica actual
 - 7.3. El refugio de las identidades y el discurso nacionalista

EVALUACIÓN

La evaluación es continua, a partir de las actividades propuestas en cada una de las unidades didácticas. Las actividades incluyen la entrega de los archivos correspondientes. Todas las actividades de carácter evaluable se incluyen en la ponderación de la nota final. En cualquier caso, hay que cumplir necesariamente los plazos establecidos, porque la evaluación continua de la asignatura conlleva una secuenciación adecuada de las tareas, especialmente de las que implican trabajo colaborativo. Todas las actividades evaluables son recuperables en un plazo de 15 días desde la publicación de la nota.

La evaluación es el resultado de las siguientes actividades:

- Seguimiento del trabajo realizado (25 %): profesionales en el aula, Museo del Ter y audiovisual de la Guerra Fría
- Prueba escrita (30 %)
- Realización de trabajos (45 %): prácticas

Para aprobar, es necesario completar todas las actividades reseñadas.

Además, hay que tener presente que:

- Es necesario cumplir todas las actividades de evaluación propuestas.
- Solo existe una convocatoria.
- La evaluación es continua.
- La recuperación de los contenidos no superados de la asignatura solo es parcial.

METODOLOGÍA

La asignatura combina clases virtuales y presenciales.

El enfoque metodológico se basa en el aprendizaje reflexivo y colaborativo. Se combina el trabajo individual con el de grupos y el del conjunto del aula siguiendo distintos procedimientos.

Los conocimientos y habilidades se adquieren a partir de los recursos didácticos del aula virtual y de las actuaciones del profesorado. Este propone actividades evaluativas que se llevan a cabo en el aula y en forma de trabajo autónomo, ya sea individualmente o colaborativamente.

Hay que entregar todas las actividades en el espacio correspondiente del aula virtual. El formato es diverso: de texto (entrega en PDF), de audio y audiovisual. Es necesario entregar los archivos que se hayan generado. Al realizar cada una de las entregas, aparece una ventana en la que hay que depositar los archivos. Hay que nombrar el archivo digital con el número de la actividad y el primer apellido del autor o autores. En la cabecera del documento de la práctica debe indicarse el título y el nombre del autor o autores.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Artola, Miguel (2005). *Contemporánea: la historia desde 1776*. Alianza Editorial.
- Fontana, Josep (2011). *Por el bien del imperio: Una historia del mundo después de 1945*. Pasado y Presente.
- Harari, Yuval Noah (2016). *Sapiens: Una breu historia de la humanitat*. Edicions 62.
- Hobsbawm, Eric (1995). *Historia del siglo XX*. Crítica.
- Segura, Antoni (2023). *El món d'avui: De la guerra freda als reptes de la interdependència global*. Edicions de la Universitat de Barcelona i Publicacions de la Universitat Rovira i Virgili.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Sociología General y de la Comunicación

Tipología: Formación Básica (FB)

Créditos: 6,0

Semestre: 1.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Gerard Coll Planas Maria del Mar Francina Binimelis Adell

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 5. Igualdad de género
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas

OBJETIVOS

La asignatura Sociología General y de la Comunicación pretende, por un lado, fomentar en el alumnado la adquisición de los conceptos clave del análisis sociológico y, por otro, desarrollar los dotes analíticos necesarios para poder interpretar los fenómenos sociales contemporáneos.

La asignatura es una introducción al análisis básico del entorno social. Este conocimiento debe afianzarse en los conceptos que permiten comprender la estructura y la dinámica de las sociedades y en los procedimientos que hacen posible analizarlas críticamente y con rigor. Desde este punto de vista, el conocimiento conceptual que la materia de la sociología aporta, la capacidad reflexiva que despierta, los procedimientos que activa y las actitudes que genera son la clave que debe facilitar una mejor comprensión de la sociedad en la que vivimos y una respuesta más consciente a los retos de la vida social.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Identificar el rol del comunicador audiovisual en relación con la sociedad, los derechos humanos y la diversidad social en sus distintas dimensiones, en un contexto local, nacional y global.
- Distinguir y reconocer las teorías de la comunicación, los lenguajes comunicativos, así como los paradigmas y los modelos de análisis e interpretación.
- Gestionar el propio proceso formativo para adquirir una formación integral que permita desarrollarse a nivel profesional y personal en un contexto de respeto a la diversidad.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Interpretar datos para fundamentar correctamente argumentos o ideas, derivados de una reflexión sobre asuntos de carácter social, económico, cultural o científico, atendiendo a la diversidad de públicos.

CONTENIDOS

- 1. ¿Qué es la mirada sociológica?**
 - 1.1. Los orígenes de la sociología
 - 1.2. Rasgos de la perspectiva sociológica
- 2. ¿Somos libres?**
 - 2.1. Somos productos sociales: la socialización
 - 2.2. Somos productores y productoras sociales: la institucionalización
 - 2.3. Estamos... en el equilibrio del seguimiento y la transgresión de las normas
- 3. ¿Somos iguales?**
 - 3.1. La estructura social
 - 3.2. El origen
 - 3.3. El género y la sexualidad
 - 3.4. La clase social y la educación
- 4. ¿Los medios nos comunican?**
- 5. ¿Hacia dónde vamos?**
 - 5.1. De la modernidad a la modernidad líquida
 - 5.2. La liquidez en los ámbitos sociales

EVALUACIÓN

La nota global se desglosa de la siguiente forma:

- Bloque conceptual de las actividades: 30 %
- Bloque audiovisual de las actividades: 30 %
- Guías de lectura: 30 %
- Seguimiento del trabajo audiovisual: 5 %

— Seguimiento del trabajo conceptual: 5 %

Las guías de los seminarios y las actividades tienen distintos mecanismos de seguimiento (sesiones de trabajo dirigidas, tutorías, correcciones previas...). Solo se puede recuperar la nota del bloque conceptual de las actividades en el período de exámenes, siempre y cuando se hayan aprobado por separado las guías y el bloque audiovisual de las actividades.

Por su carácter eminentemente práctico y de grupo, la asistencia presencial en las sesiones del taller audiovisual es obligatoria. La no asistencia no justificada tiene penalización en la nota (en la categoría de calificación «Seguimiento del bloque audiovisual»). No se evalúa la parte del bloque audiovisual a los y las estudiantes que falten a más de dos sesiones de forma no justificada (en la categoría de calificación "Bloque audiovisual de las actividades").

En todos los tipos de entrega escritos se restan 0,1 puntos por cada falta ortográfica grave. En caso de plagio se aplica la normativa de la Universidad.

METODOLOGÍA

Esta asignatura propone trabajar el contenido del temario desde dos vertientes:

1. Conceptual: consta de clases teóricas, seminarios de lectura y dinámicas en los que se aplica la mirada sociológica al análisis del entorno. Se evalúa a partir de dos elementos:

- Bloque conceptual de las actividades, que combinan la vertiente teórica y aplicada de la sociología.
- Guías de seminarios grupales basadas en una lectura de referencia.

2. Audiovisual: se trabaja con el objetivo de traducir los contenidos de la asignatura en productos audiovisuales. Se concreta en:

- Bloque audiovisual de las actividades

El trabajo en el bloque conceptual de actividades es individual, mientras que las guías de lectura y el bloque audiovisual de actividades se llevan a cabo en pequeños grupos.

El contenido de cada clase se puede consultar en la guía didáctica disponible en el Campus Virtual.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Bauman, Zygmunt i May, Tim (2007). *Pensando sociológicamente*. Ediciones Nueva Visión.
- Berger, L.P. (1992). *Invitació a la sociologia*. Herder.
- Berger, L.P.; Luckman Thomas (1996). *La construcció social de la realitat*. Herder.
- Cardús, Salvador (1999). *La mirada del sociòleg*. Biblioteca Oberta Àgora.
- Coll-Planas, Gerard i Vidal, Maria (2013). *Dibuixant el gènere*. Edicions 96.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Estructura del Sistema de Comunicación

Tipología: Formación Básica (FB)

Créditos: 6,0

Semestre: 2.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Irene Colom Valls

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 5. Igualdad de género
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas

OBJETIVOS

Esta asignatura tiene como objetivo analizar de forma crítica la estructura del sistema de comunicación contemporáneo y su evolución en los ámbitos global, estatal y local, desde una perspectiva histórica, política, económica y social.

Los objetivos son:

- Conocer los actores, empresas y modelos de organización que estructuran el sector audiovisual nacional e internacional.
- Analizar los subsectores (televisión, radio, plataformas, cine, música, publicidad, videojuegos, animación, etc.) y sus dinámicas de producción, distribución y consumo.
- Desarrollar capacidades de análisis aplicado y de interpretación crítica que permitan valorar de forma fundamentada el funcionamiento y el impacto del sector de la comunicación audiovisual.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Identificar el rol del comunicador audiovisual en relación con la sociedad, los derechos humanos y la diversidad social en sus distintas dimensiones, en un contexto local, nacional y global.
- Interpretar la estructura y el sistema de los medios de comunicación en el marco de la era digital mediante la identificación de sus actores y factores.
- Identificar y discutir situaciones y casos del ámbito de estudio a partir de la interpretación del marco social, y de su evolución temporal, así como del ordenamiento jurídico, la ética y la deontología de la comunicación audiovisual.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Utilizar estrategias y técnicas de análisis y de síntesis para tomar decisiones eficientes en procesos de investigación, documentación e interpretación de datos e informaciones.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.

CONTENIDOS

Bloque I. Fundamentos teóricos del sistema de comunicación

1. Nacimiento de los sistemas de comunicación de masas: contexto histórico, *free flow* e informe McBride
2. Neoliberalismo y transformación del sistema comunicativo: privatización, desregulación y globalización
3. Conglomerados mediáticos internacionales: concentración empresarial e integración vertical y horizontal
4. Modelos de sistema mediático: teoría comparada (Hallin y Mancini) y adaptaciones digitales y críticas
5. El concepto de servicio público: medios públicos vs. privados, gobernanza y casos europeos

Bloque II. Subsectorización de las industrias culturales audiovisuales

1. Medios audiovisuales tradicionales: televisión y radio, y consumo y estructura empresarial
2. Plataformas digitales y *streaming*: OTT, producción original, modelo de negocio y distribución
3. Cine: producción, distribución, exhibición y servicios técnicos
4. Música: escucha musical, conciertos, derechos e industria sonora
5. Publicidad audiovisual y comunicación corporativa: agencias creativas, *branded content* y creadores digitales
6. Videojuegos, redes sociales y ecosistema digital: entornos inmersivos, creadores y plataformas
7. Animación audiovisual y eventos multimedia: festivales, producción creativa y servicios técnicos

EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura pretende medir la adquisición de los conocimientos, pero sobre todo su profundización y la capacidad de llevarlos a la práctica. La nota final se compone de las siguientes partes:

- **Prueba final:** 30 %. Para superar la asignatura es necesario obtener como mínimo un 4 en esta parte.
- **Cuaderno personal:** 20 %. Cada estudiante debe entregarlo en papel y escrito a mano en la fecha asignada. Recoge las reflexiones y las respuestas a las preguntas planteadas al final de las sesiones de los miércoles.
- **Ejercicios y participación:** 5 %. Se evalúan las actividades llevadas a cabo los miércoles como parte del trabajo teórico y de debate.
- **Proyectos en grupo:** 45 %. Se desarrollan durante las sesiones de los jueves y en horas de trabajo fuera del aula. Es necesario entregar todos los proyectos y exponerlos oralmente. La nota valora el seguimiento en clase y, en especial, el dominio personal del contenido demostrado durante la exposición.

Aunque la asignatura tiene evaluación continua y está pensada de forma que pueda superarse mediante el seguimiento regular de las actividades, se prevé la posibilidad de **recuperación** de la prueba final para los estudiantes que no la hayan superado.

METODOLOGÍA

La metodología de trabajo se organiza en dos tipos de sesiones complementarias: sesiones conceptuales y sesiones de trabajo dirigido.

- **Sesiones conceptuales:** se desarrollan los contenidos teóricos de la asignatura mediante exposición magistral combinada con dinámicas de participación que permiten profundizar, contextualizar y discutir los conceptos trabajados.
- **Sesiones de trabajo dirigido:** tienen un enfoque práctico. Se realizan en pequeños grupos, con debate, puesta en común oral e interacción alumnado-profesorado, lo que favorece la construcción de razonamientos colectivos y la aplicación de los conocimientos a los diferentes ámbitos del sistema de comunicación audiovisual.

Esta organización favorece la progresiva adquisición de las competencias asociadas a la asignatura e integra análisis crítico, creatividad y colaboración.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Cagé, Julia (2016). *Salvar los medios de comunicación*. Anagrama.
- Castells, Manuel (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Hallin, Daniel C.-Mancini, Paolo (2009). *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Hacer.
- Han, Byul-Chul (2013). *La sociedad de la transparencia*. Herder.
- Serrano, Pascual (2010). *Traficantes de información: La historia oculta de los grupos de comunicación españoles*. Akal.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Fuentes de Información

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 3,0

Semestre: 2.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Maria del Mar Llanas Lopez

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 5. Igualdad de género
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas

OBJETIVOS

El objetivo general de la asignatura es capacitar a los estudiantes en las técnicas documentales más necesarias para desenvolverse en el mundo del periodismo y de la comunicación.

Más específicamente, se adentra en el uso de los sistemas de información (tradicionales y en línea) para avanzar en el dominio de las fuentes de información, de su tipología y de su rentabilidad informativa.

La asignatura:

- Proporciona algunas técnicas básicas del trabajo intelectual y científico y los hábitos de rigor y coherencia que le son imprescindibles.
- Ofrece un esquema claro de los diferentes tipos de fuentes de información generales aplicables a la actividad periodística para formar personas más expertas y con más conocimiento de los recursos de información que tienen a su alcance inmediato y de los más especializados en su campo.
- Proporciona los referentes para que se valore la calidad de la información obtenida (tanto en fuentes de información general como específica, en papel como electrónicas) y se conozcan los sistemas de indexación, posicionamiento y visibilidad de la información en recursos digitales que se pueden encontrar en Internet.

Fuentes de Información tiene un carácter eminentemente aplicado y práctico.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Comprender los procesos de la investigación en comunicación a nivel profesional y académico, así como sus métodos y procedimientos, tanto en sus contextos histórico y social como en relación con las tendencias de vanguardia.
- Utilizar estrategias y técnicas de análisis y de síntesis para tomar decisiones eficientes en procesos de investigación, documentación e interpretación de datos e informaciones.
- Integrar los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación, el diseño, la infografía, la fotografía, el vídeo y el sonido, para poder elaborar mensajes y contenidos audiovisuales en estas disciplinas con un alto grado de corrección.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.

CONTENIDOS

1. Conceptos básicos de la documentación
2. Metodología y práctica del trabajo científico
3. Fuentes de información general
4. Recuperación de información, fuentes y recursos documentales en la comunicación

EVALUACIÓN

La evaluación es el resultado de las siguientes actividades:

- Observación de la participación: 10 % (reseña en grupo)
- Seguimiento del trabajo llevado a cabo: 10 % (reseña individual)
- Pruebas de evaluación: 60 %
 - Prueba escrita: 20 %
 - Trabajo práctico en grupo: 30 %
 - Curso en línea: 10 %
- Elaboración de trabajos y proyectos: 20 % (metodología y práctica del trabajo científico)

Para aprobar, es necesario completar las cuatro actividades reseñadas.

METODOLOGÍA

La asignatura se estructura a partir de un trabajo de curso, en grupo, en el que se trabajan las distintas fuentes y sistemas de documentación en el trabajo periodístico, a partir de la investigación y desarrollo de un tema.

- Algunas sesiones formativas giran alrededor de aspectos concretos del temario.
- Hay una serie de lecturas obligatorias, las cuales se evalúan de forma específica, y también en una prueba parcial escrita.
- Se realizan actividades prácticas evaluables.
- Hay que seguir el curso de autoformación que ofrece la Biblioteca de la UVic (cursos [ULibraryLab](#)).
- Es imprescindible asistir a clase, donde, además de las sesiones teóricas, se presentan de forma oral las lecturas y se llevan a cabo las tutorías sobre los trabajos de curso.
- Faltar a más de un 20 % de las sesiones implica perder el derecho a evaluación.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- DD.AA. (2008). *Periodismo en la era de Internet*. Planeta.
- Giménez Toledo, E. (2007). *Manual de documentación para comunicadores* (2 ed.). EUNSA.
- Orione, Julio (2007). *Introducción al periodismo. El oficio de informar*. Ediciones de la Flor.
- Rius, Josep Carles (2016). *Periodismo en reconstrucción: De la crisis de la prensa al reto de un oficio más independiente y libre*. Edicions UB.
- Vázquez Bermúdez, Miguel Ángel (2006). *Noticias a la carta: periodismo de declaraciones o la imposición de la agenda*. Comunicación Social.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Introducción al Inglés para la Comunicación Audiovisual

Tipología: Formación Básica (FB)

Créditos: 6,0

Semestre: 2.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	inglés	Anna Maria Masferrer Giralt

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 5. Igualdad de género
- 12. Producción y consumo responsables

OBJETIVOS

Esta asignatura pretende dotar a los estudiantes de las herramientas necesarias para desarrollar y mejorar los recursos lingüísticos de lengua inglesa en un entorno profesional, centrándose en las habilidades comunicativas de nivel B2.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Identificar y discutir situaciones y casos del ámbito de estudio a partir de la interpretación del marco social, y de su evolución temporal, así como del ordenamiento jurídico, la ética y la deontología de la comunicación audiovisual.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Interpretar datos para fundamentar correctamente argumentos o ideas, derivados de una reflexión sobre asuntos de carácter social, económico, cultural o científico, atendiendo a la diversidad de públicos.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.

CONTENIDOS

Competencias integradas

1. Comunicación
 - 1.1. Comunicación verbal y no verbal
 - 1.2. Buenos y malos comunicadores
 - 1.3. Arte y creatividad
 - 1.4. Aspectos lingüísticos: los buenos comunicadores
 - 1.5. Actividades: presentar buenos y malos comunicadores
2. Series de televisión
 - 2.1. Análisis de comedias de situación (*sitcoms*) y telenovelas (*soap operas*)
 - 2.2. El *pitch* audiovisual
 - 2.3. Redacción de la propuesta para una nueva serie
 - 2.4. Aspectos lingüísticos: el lenguaje de las exposiciones orales
 - 2.5. Actividades: presentar una nueva serie
3. Radio
 - 3.1. Presentadores de radio
 - 3.2. Hacer un programa de radio
 - 3.3. Aspectos lingüísticos: el lenguaje de los debates
 - 3.4. Actividad: creación de un programa de radio
4. Esloganes y gráficos publicitarios
 - 4.1. Técnicas persuasivas
 - 4.2. Anuncios: texto y arte
 - 4.3. Aspectos lingüísticos: los esloganes
 - 4.4. Actividad: análisis de un anuncio

Consolidación del uso del inglés

1. Tiempos verbales
2. Artículos
3. Condicionales

Vocabulario relacionado con la comunicación, los periódicos, la radio, la publicidad y las obras de arte

Comprensión lectora

1. Noticias de los periódicos en línea

2. Lectura de artículos sobre comunicación en los medios

EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura es continua. La nota final es la suma de todas las actividades evaluadas realizadas durante el curso. Los porcentajes de las actividades evaluadas son los siguientes:

Exámenes (exámenes y pruebas)

1. Pruebas de uso del inglés: 10 %
2. Prueba de vocabulario 1: 5 %
3. Prueba de vocabulario 2: 5 %

Actividades de asignatura (resultados de seguimiento)

1. Consolidación del uso del inglés: 10 %

Tareas (trabajos y proyectos)

Tareas de redacción

1. Redacción de guiones: 5 %
2. Redacción de la propuesta para una nueva serie 10 %

Comprensión oral

1. Actividad de comprensión oral 1: 5 %
2. Actividad de comprensión oral 2: 5 %

Proyectos y exposiciones orales

1. Análisis de un anuncio impreso: 5 %
2. Creación de un programa de radio: 15 %
3. Presentar un *pitch*: una serie nueva: 10 %
4. Presentación de una película/documental: 5 %

Comprensión escrita

1. Actividad de comprensión escrita: 5 %

Participación en clase: 5 % (observación de la participación)

Para aprobar la asignatura es necesario obtener al menos 50 puntos en el total de la asignatura.

No pueden repetirse las actividades que no se hayan realizado o no se hayan entregado en la fecha acordada. Estas actividades cuentan como 0. Se evalúa a todos los alumnos y alumnas durante las exposiciones orales y otros proyectos.

Semana de exámenes

- Prueba de comprensión oral 2
- Consolidación de vocabulario 2: U3 Radio y U4 Anuncios y modismos (modismos orales informales)

METODOLOGÍA

La metodología de la asignatura es principalmente práctica para animar a los estudiantes a utilizar las habilidades comunicativas necesarias para interactuar en una serie de contextos periodísticos.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Aarts, B. (2011). *Oxford Modern English Grammar*. Oxford University Press.
- Mann, M., Taylore-Knowles, S. (2006). *Destination B2: Grammar & Vocabulary*. Macmillan.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Taller de Redacción Periodística

Tipología: Formación Básica (FB)

Créditos: 6,0

Semestre: 2.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Jordi Serrat Manen

OBJETIVOS

El objetivo del Taller de Redacción Periodística es poner las bases de la redacción de mensajes informativos/explicativos y servir de introducción a la redacción de géneros propios del ámbito profesional al que se inscriben los estudios de Comunicación Audiovisual. La asignatura introduce al alumnado en la escritura propia de disciplina profesional, que se fundamenta en la lengua escrita y oral estándar y se adecua a los géneros de estructura tipificada (noticia, crónica, reportaje, análisis, crítica y editorial, entre otros), así como a los estándares generales de la redacción de los medios de Comunicación.

De manera principal, los estudiantes deben aprender a redactar noticias. Deben saber atribuir, estructurar, jerarquizar y hacer comprensible y atractiva la información con criterio periodístico. Además, a la hora de redactar, los alumnos deben conocer el lenguaje propio de la radio o la televisión expresado en sus diferentes formatos, así como las posibilidades que ofrece internet.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Mostrar motivación y capacidad para el desempeño de proyectos profesionales y académicos, así como compromiso con el rigor, la ética y la calidad.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Usar estadísticas y datos de manera correcta con finalidad comunicativa, tanto en contextos profesionales como académicos.
- Utilizar estrategias y técnicas de análisis y de síntesis para tomar decisiones eficientes en procesos de investigación, documentación e interpretación de datos e informaciones.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.

CONTENIDOS

- ¿Qué es una noticia?**
 - Criterios de selección
 - Atributos de noticiabilidad
- ¿Cómo se escriben las noticias?**
 - Fuentes de información orales y escritas (lengua formal y coloquial)
 - Estructura (titular, *lead*, cuerpo; la pirámide invertida y otras maneras de ordenar los datos)
 - El lenguaje periodístico, el lenguaje referencial y el estándar de masas
 - Legibilidad lingüística (la lengua eficaz, recursos de redacción)
- Más allá de la noticia**
 - Introducción a los géneros periodísticos (información, interpretación y opinión; la modalización)
 - Otros textos informativos con estructuras no periodísticas (superestructura, macroestructura y microestructura)
- Especificidades de la redacción periodística en los medios audiovisuales**
 - Formatos propios de la radio y la televisión, la redacción dentro de la narrativa digital
- La corrección y edición final de los textos**
 - Libros de estilo
 - Convenciones y normativas en los medios de comunicación audiovisuales

EVALUACIÓN

Instrumentos y condiciones de la evaluación

1. Tareas y prácticas semanales: 30 %
2. Vídeo: 10 %
3. Prueba parcial teórica y práctica: 30 %
4. Prueba parcial teórica y práctica: 30 %

- La evaluación es continua y la mayoría de actividades se llevan a cabo durante las sesiones lectivas dentro del horario fijado. Hay que participar activamente en las actividades realizadas. El alumnado que no siga el curso con esta regularidad no puede aprobar la asignatura.
- Las pruebas parciales están concebidas como pruebas de síntesis que incluyen todo el programa trabajado en la asignatura, desde el inicio del curso hasta el día de su realización.
- Las tareas y prácticas semanales pueden ser de tres tipos: de aprendizaje, puntuables con nota numérica y de trabajo personal autónomo. Las prácticas de aprendizaje no tienen ninguna nota numérica, pero cuentan para valorar los progresos del alumno. Tienen un peso del 5 % en la evaluación, que se calcula según el número de prácticas realizadas y resueltas. Cada una de dichas tareas se califica con la indicación de *apto / no apto*. Las tareas realizadas en clase con nota numérica puntúan un 25 % del total del curso.
- La calificación final de la materia es la nota media, en la proporción indicada, obtenida de las cuatro acciones de evaluación.
- Solo se puede recuperar una de las dos pruebas parciales (30 % de la asignatura). Las tareas y prácticas realizadas (30 % de la asignatura) y el vídeo no se recuperan. Solo pueden acudir a la recuperación los alumnos que no lleguen al aprobado en la nota media final. Los alumnos que van a recuperación pueden aspirar a tener de calificación máxima del curso un 6,5, aunque la media les resulte más alta, ya que la recuperación no está pensada como segunda vuelta para subir nota.

METODOLOGÍA

La metodología incluye sesiones de trabajo con todo el grupo, trabajo dirigido durante el horario lectivo y trabajo autónomo que el estudiante hace de manera más flexible fuera del horario de clase.

Se incentiva y se fomenta la posibilidad de hacer tutorías individuales a lo largo de todo el curso.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Coromina, E. (2008). *Manual de redacció i estil: El 9 Nou / El 9 TV*. Eumo.
- Díaz Arias, R. (2017). *La información periodística en televisión*. Síntesis.
- Mayoral, J. (2013). *Redacción periodística: Medios, géneros y formatos*. Síntesis.
- Mayoral, J. (coord.), Sapag, P., Huerta, A., Díez, F. J. (2008). *Redacción periodística en televisión*. Síntesis.
- Peralta, M. (2005). *Teleinformatius: La transmissió televisiva de l'actualitat*. Trípodus.

Taller de Redacción y Locución en Medios Audiovisuales

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 6,0

Semestre: 2.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Silvia Pedret Morales Raúl Martínez Corcuera

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

— 5. Igualdad de género

OBJETIVOS

El objetivo de la asignatura es que el estudiante conozca las técnicas básicas de la redacción y locución en los medios de comunicación audiovisuales, la radio y la televisión, siguiendo las características del lenguaje específico de cada uno de ellos. Mediante el trabajo de distintos registros comunicativos, el alumnado aprende contenidos y habilidades que se desarrollan en asignaturas específicas futuras relacionadas con los medios audiovisuales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.
- Utilizar de forma adecuada los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación digital para comunicar de manera eficiente mediante proyectos comunicativos en las diversas plataformas digitales, con un alto grado de corrección en el uso, la forma y el contenido.

CONTENIDOS

- 1. Los medios audiovisuales: la radio**
 - Características de los medios audiovisuales
 - El proceso de recepción y la mediación tecnológica
 - Fundamentos del lenguaje radiofónico
- 2. Los medios audiovisuales: la televisión**
 - Características del medio
 - Elementos del lenguaje televisivo
 - La creación del espacio visual
 - La composición de la imagen
 - Construcción del discurso televisivo
- 3. Locución y presentación**
 - La sustancia sonora: la voz
 - Fisiología i acústica de la voz
 - La sintaxis sonora
 - La locución en los medios audiovisuales
 - La comunicación no verbal
- 4. Los textos audiovisuales**
 - Proceso de composición del texto para los medios audiovisuales
 - La organización de los contenidos
 - Criterios y técnicas para la elaboración del texto
 - Modelos de redacción
 - El guion

EVALUACIÓN

Esta asignatura tiene un alto componente práctico y sigue una **evaluación continua**. La evaluación consta de varias actividades, que tienen, cada una de ellas, una ponderación diferente sobre el total de la asignatura. En este sistema es imprescindible realizar todas las actividades de evaluación del semestre. **Solo se puede recuperar la prueba teórica.**

1. **Proyectos prácticos (50 %):** A lo largo de la asignatura se realizan diversas actividades de redacción y locución en el estudio de radio y en el plató de TV (40 %), así como un ejercicio de diseño sonoro y montaje (10 %). Para obtener calificación, es necesario haber participado en al menos un 80 % de las sesiones prácticas.
2. **Actividades de participación y seguimiento (20 %):** Se evalúa la aplicación de los contenidos de la asignatura mediante ejercicios presenciales en el aula (edición y redacción).
3. **Prueba teórica de evaluación (30 %):** Se realiza un examen escrito sobre los contenidos de la asignatura, tanto los trabajados de forma presencial como autónoma. Es recuperable.

Para superar la asignatura **es imprescindible aprobar el examen teórico**. Además, si se cumple este requisito, **la nota media final debe ser al menos de un 5**.

Otras consideraciones

El plagio o fraude en cualquiera de las actividades de evaluación supone obtener una calificación de 0 en dicha actividad concreta. Si se produce más de una irregularidad, este hecho conlleva el suspenso de la asignatura. En caso de plagio se aplica la normativa de la Facultad.

METODOLOGÍA

La asignatura consta, por un lado, de sesiones teóricas con el grupo completo, en las que se trabajan los conceptos que se aplican a las prácticas semanales. Por otra parte, se realizan varias sesiones prácticas en grupos reducidos en el estudio de radio y en el plató de televisión para trabajar las diferentes tipologías y registros de locución y presentación, de acuerdo con el cronograma de la asignatura. El alumnado también desarrolla otras actividades formativas en formato escrito o audiovisual.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Castillo Pomeda, José María (2022). *Televisión, realización y lenguaje audiovisual* (4 ed.). Instituto RTVE.
- Huertas, A., Perona, J. J. (2008). *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio* (2 ed.). Bosch.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Tecnologías de la Información y la Comunicación

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 3,0

Semestre: 2.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Pere Soldevila Fabrega Carles Rodés Soldevila

OBJETIVOS

- Analizar, evaluar y sintetizar las necesidades de información de la organización y saber aplicar las tecnologías de la información más adecuadas a dichas necesidades.
- Ser capaz de operar en distintos entornos informáticos.
- Ser capaz de utilizar programas de maquetación.
- Ser capaz de utilizar programas de tratamiento de imagen.
- Ser capaz de utilizar programas de cálculo y elaboración de gráficas como herramienta de ayuda en la toma de decisiones.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Comprender los procesos de la investigación en comunicación a nivel profesional y académico, así como sus métodos y procedimientos, tanto en sus contextos histórico y social como en relación con las tendencias de vanguardia.
- Utilizar estrategias y técnicas de análisis y de síntesis para tomar decisiones eficientes en procesos de investigación, documentación e interpretación de datos e informaciones.
- Integrar los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación, el diseño, la infografía, la fotografía, el vídeo y el sonido, para poder elaborar mensajes y contenidos audiovisuales en estas disciplinas con un alto grado de corrección.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.

CONTENIDOS

- Edición colaborativa y herramientas en la nube
- Edición digital de imagen
- Maquetación y creación de revistas digitales
- Herramientas de cálculo para la toma de decisiones
- Técnicas de visualización de datos

EVALUACIÓN

Tipo de acción	Fechas	Porcentaje de la nota	Es obligatorio aprobar (sí/no)	Resultado de aprendizaje relacionado
Ejercicios de las sesiones presenciales	todo el curso	10	no	2, 3, 5
Elaboración de un proyecto transversal	todo el curso	20	no	1, 2, 3, 4, 5
Examen	-	70	sí	1, 2, 3

Descripción de las acciones de evaluación

- **Ejercicios de las sesiones presenciales:** se trata de realizar individualmente un conjunto de ejercicios en clase. Se puede utilizar cualquier material de soporte. Cada conjunto de ejercicios se corrige en la sesión presencial posterior a su realización. El profesor califica globalmente la evolución del estudiante en la consecución de los resultados de aprendizaje.
- **Elaboración de un proyecto transversal:** consiste en elaborar un trabajo que consta de diferentes partes para integrar los conocimientos trabajados en cada tema de la asignatura.

Condiciones para superar el examen

- Se realizan 3 controles (uno por cada apartado del contenido de la asignatura).
- La nota final del examen es la media ponderada de los tres bloques.
- En caso de que la nota sea insuficiente para aprobar la asignatura, puede recuperarse **uno** de los tres controles.

METODOLOGÍA

- Sesiones guiadas con los grupos reducidos
- Prácticas individuales con tutorización

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Delgado, J.M (2018). *Photoshop CC: Manuales Imprescindibles*. Anaya Multimedia.
- Gómez Laínez, F. J. (2018). *Indesign CC: Manuales imprescindibles*. Anaya Multimedia.
- Valdés-Miranda C. (2016). *Excel: Manuales imprescindibles*. Anaya Multimedia.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

ASIGNATURAS DE SEGUNDO CURSO

Inglés Oral para la Comunicación Audiovisual

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 3,0

Semestre: 1.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G21, presencial, mañana	inglés	Anna Maria Masferrer Giralt

OBJETIVOS

El objetivo principal de esta asignatura es mejorar la competencia oral en inglés. A través de una gran variedad de temas y formatos de comunicación audiovisual, la asignatura introduce a los estudiantes en el vocabulario específico y las expresiones lingüísticas necesarias para crear proyectos propios y realizar presentaciones orales en clase.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Identificar y discutir situaciones y casos del ámbito de estudio a partir de la interpretación del marco social, y de su evolución temporal, así como del ordenamiento jurídico, la ética y la deontología de la comunicación audiovisual.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Interpretar datos para fundamentar correctamente argumentos o ideas, derivados de una reflexión sobre asuntos de carácter social, económico, cultural o científico, atendiendo a la diversidad de públicos.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.

CONTENIDOS

Temas y áreas de la comunicación

- Las noticias
- Tráileres de películas
- Doblaje
- Debates
- Graffiti

Vocabulario

- Preproducción de televisión
- Las artes
- Entretenimiento
- Creencias y opiniones
- Modismos que describen sentimientos y estados de ánimo
- Los medios
- Entretenimiento

Habilidades

Expresión escrita

- Un boletín informativo
- Guiones para escenas de película
- Micropresentación de un proyecto audiovisual

Comprensión oral

- Programas informativos para la TV
- Análisis de tráileres

Expresión oral

- Conversaciones triviales
- Presentación de un boletín de noticias para la TV
- Presentación de técnicas de tráiler
- Doblaje de una escena
- Debate

Comprensión escrita

- Notas sobre tráileres y técnicas de doblaje

Aspectos lingüísticos

- Oraciones de relativo i participios
- Discurso indirecto
- Inversiones

EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura es continua. La nota final es la suma de todas las actividades evaluadas realizadas durante el curso. Los porcentajes de las actividades evaluadas son los siguientes:

Actividades de asignatura (resultados de seguimiento)

- Ejercicios de consolidación del uso del inglés: 10 %

Tareas (trabajos y proyectos)

- Exposición oral sobre un tema audiovisual: 15 % (realización de proyectos)
- Lectura de noticias: 10 % (realización de proyectos)
- Doblaje: 10 % (realización de proyectos)
- Análisis de un tráiler de película: 10 % (realización de proyectos)
- Debate: 10 % (realización de proyectos)

Participación en clase: 5 % (observación de la participación)

Examen (resultados de pruebas)

- Test de comprensión oral: 10 %
- Prueba de uso del inglés y de vocabulario: 20 %

Para aprobar la asignatura es necesario obtener al menos 50 puntos en el total de la asignatura.

Las actividades y pruebas que no se entreguen o se realicen en la fecha publicada en el plan de trabajo (disponible en el Campus) cuentan como cero y no pueden repetirse más allá del plazo inicial.

METODOLOGÍA

El enfoque de esta asignatura es muy práctico: cada sesión se acompaña de ejercicios a realizar en grupo. El compromiso de los alumnos con el trabajo en grupo es fundamental. La lengua que se utiliza en clase es el inglés y se anima a los estudiantes a utilizarlo para comunicarse con sus compañeros.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Chaume, F. (2016). *Audio Production Tips: Getting the Right Sound at the Source*. Routledge.
- Mann, M. (2008). *Destination B2: Grammar and Vocabulary*. Macmillan Education.
- McCarthy, M., O'Dell, F. (2017). *English Idioms in Use: Intermediate book with answers* (2 ed.). Cambridge University Press.
- Stephenson, A., Reese, D. & Beadle, M. (2013). *Broadcast Announcing Worktext: A Media Performance Guide* (4 ed.). Routledge.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Taller de Guión

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 9,0

Semestre: 1.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	María Francisca Forga Martel Oriol Jara Vales

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 5. Igualdad de género
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas

OBJETIVOS

El Taller de Guión es una materia sobre el lenguaje audiovisual y la estructura del texto. El objetivo de esta asignatura es enseñar los fundamentos del guión a partir de las características del medio en el que se debe insertar y aprender en un primer nivel a redactar guiones correctos y adecuados a su formato y género, con especial atención en el entretenimiento y la ficción.

Ficción (50 %)

En este taller el estudiante hace, *in situ*, prácticas de escritura en una progresión pensada para que adquiera unas competencias básicas de guionista de ficción y unas técnicas específicas que le permitirán pensar y escribir guiones de manera profesional. Las sesiones son siempre prácticas y presenciales: a partir de los conceptos de guion, de la tradición literaria narrativa y del estudio de películas y series televisivas, se trabajan las historias y las habilidades en la ideación y preparación de guiones de ficción.

Objetivos

1. Obtener los recursos conceptuales y las técnicas de escritura necesarios para generar ideas y saber tratarlas para captar y mantener el interés de una audiencia.
2. Conocer la importancia de los referentes y de la tradición en la creación de personajes e historias.
3. Desarrollar las habilidades de escritura en la creación de historias y tramas, la preparación de escaletas y la escritura de diálogos.
4. Saber analizar el guion y la estructura de una película.
5. Saber preparar un guion en una situación profesional siguiendo los estándares formales internacionales.

No ficción (50 %)

En esta parte del taller, el alumno participa en grupos de guion simulando las prácticas profesionales con las que se trabaja hoy en día en España. De manera presencial y continua, se realizan en dinámicas reales en las que se aplican fechas de cierre y demandas reales.

Objetivos

1. Conocer y aprender las dinámicas de trabajo en los equipos de guion y de redacción.
2. Potenciar la participación en procesos de lluvia de ideas y de trabajo en equipo.
3. Tener la capacidad de elaborar ideas relacionadas con lo que se pide en cada proyecto.
4. Defender y argumentar las ideas elaboradas en las reuniones de guion.
5. Redactar contenidos adecuados con lo que se pide en cada programa.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Mostrar motivación y capacidad para el desempeño de proyectos profesionales y académicos, así como compromiso con el rigor, la ética y la calidad.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Usar estadísticas y datos de manera correcta con finalidad comunicativa, tanto en contextos profesionales como académicos.
- Utilizar estrategias y técnicas de análisis y de síntesis para tomar decisiones eficientes en procesos de investigación, documentación e interpretación de datos e informaciones.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.

CONTENIDOS

Ficción

1. Lenguaje audiovisual: especificidades. Guion original / guion adaptado
2. Las tres fases de la escritura de un guion de ficción: sinopsis, tratamiento, guion
3. La idea: cómo se generan y valoran las ideas
4. Sinopsis: cómo se presenta una idea
5. Herramientas para la construcción del personaje. Temas, conflictos y arquetipos
6. Metalenguaje: el espacio y otros elementos simbólicos como recursos narrativos
7. La escritura de diálogos. Tratamiento de la lengua oral
8. La estructura dramática clásica: la teoría de los tres actos
9. Trama y subtrama. Aportación de las tramas secundarias a la principal
10. El género como recurso narrativo. Hibridación
11. Duración: los 90 minutos cinematográficos, los 50 minutos televisivos, el formato de cortometraje
12. La profesión de guionista. La práctica individual y el trabajo en equipo. El *pitch* audiovisual La relación con el productor y el director/realizador. Los derechos de autor

No ficción

1. El equipo de trabajo Trabajo en equipo. Formatos. Escaletas. Hibridación de formatos
2. Entretenimiento documental (*docutainment*)
3. Informativos o entretenimiento. Entretenimiento informativo (*infotainment*). Magazines diarios, no diarios, reportajes...
4. *Reality shows*. ¿Verdad o mentira?
5. El humor. *Late nights*, monólogos, *sketches*...
6. Concursos
7. Otros géneros
8. Creación de un programa de entretenimiento

EVALUACIÓN

Ficción (50 %)

Se prevé una evaluación basada en la redacción de diferentes ejercicios a lo largo del curso de acuerdo con el formato y género con el que se trabaje en cada momento. La detección de plagio o de cualquier intento de fraude en los trabajos de la asignatura se penaliza con un cero. El uso de la IA generativa se considera fraude.

La evaluación es continua, presencial y progresiva. La nota se obtiene con el trabajo de las clases presenciales (5 %) y la realización de las actividades parciales evaluables (45 %).

1. Actividad evaluable 1. Microcorto: 10 %
2. Actividad evaluable 2. *Pitching*: 10 %
3. Actividad evaluable 3. Guion de cortometraje: 20 % (sinopsis/tratamiento: 10 % + guión: 10 %)
4. Seguimiento de las sesiones presenciales: 10 %

En caso de que la asignatura quede suspendida, se puede reevaluar el 20 % de la nota correspondiente a la actividad evaluable 3 durante el período de recuperación que marque la facultad, **siempre que se hayan entregado todos los ejercicios de evaluación**.

Al tratarse de un taller, no se prevé la evaluación no presencial. No se evalúa a ningún alumno que no haya asistido a un mínimo del 80 % de las sesiones del taller. La no asistencia se considera desistimiento de la asignatura. Por otro lado, la no entrega de alguno de los trabajos de evaluación en la fecha pactada conlleva la no evaluación de la asignatura.

No ficción (50 %)

Se simulan redacciones de diferentes programas y formatos televisivos de no ficción. Es importante adoptar dinámicas profesionales como las reuniones de guion, el cumplimiento de los plazos, la exposición de ideas y su defensa ante todo el equipo de guion. El plagio o cualquier intento de fraude en los trabajos de la asignatura se penalizan con un cero.

La evaluación es continua, presencial y progresiva. La nota final (50 % de la asignatura) se obtiene con el trabajo presencial llevado a cabo en las clases prácticas y la realización de las actividades evaluables.

1. Actividad evaluable 1. Magazín: 10 %
2. Actividad evaluable 2. Programa de humor: 10 %
3. Trabajo final. Creación de un programa de entretenimiento: 20 % (+5 % del *pitch*)
4. Asistencia a los talleres presenciales: 5 %

En caso de que la asignatura quede suspendida, se puede recuperar el 25 % de la nota correspondiente al trabajo final durante el período de recuperación que marque la facultad, siempre que se hayan entregado todos los ejercicios de evaluación.

No se evalúa a ningún alumno que no haya asistido a un mínimo del 80 % de las sesiones del taller. Por otro lado, la no entrega de alguno de los trabajos de evaluación en la fecha pactada conlleva la no evaluación de la asignatura.

METODOLOGÍA

Ficción

Sesiones presenciales

Son sesiones eminentemente prácticas, que consisten en escribir y discutir las tareas y proyectos. El alumnado trabaja en parejas y en cada sesión hay que colgar la tarea realizada de manera individual. Estas entregas miden la nota del seguimiento del taller (10 %).

Enseñanza-aprendizaje presencial: las actividades incluyen siempre la descripción de conceptos, técnicas, ejemplos, análisis de los ejercicios y revisión.

Enseñanza-aprendizaje dirigido: los trabajos se presentan en clase por parejas en formato de micropresentación (*pitch*) y se valoran con el grupo entero siguiendo las rutinas profesionales de trabajo. Se propicia la reflexión, la discusión, la autocritica y la revisión constante.

Enseñanza-aprendizaje autónomo: se visionan y analizan las películas y series propuestas, se leen los manuales y se escriben y revisan los trabajos de cada actividad. El número de horas de dedicación al trabajo autónomo depende de las necesidades de cada estudiante.

La entrega de los trabajos se realiza a través del Campus Virtual de forma individual, aunque se hayan trabajado en grupo. Las pruebas de evaluación también se entregan en el Campus Virtual. No se acepta ningún trabajo fuera de plazo ni por ninguna otra vía como correo electrónico u otros.

No ficción

La clase se divide en dos grupos de trabajo para las clases de los miércoles, mientras que los jueves el grupo funciona como un todo.

Sesiones presenciales

Se simulan reuniones de guion profesionales en las que cada alumno debe aportar ideas y defenderlas ante el grupo. Después de la lluvia de ideas conjunta se pasa a escribir las diferentes secciones del programa con el que se está trabajando por grupos. Al final de cada sesión se debe entregar, de manera individual, la tarea realizada. Estas entregas miden la nota del seguimiento del taller (25 %). A partir de los programas que se van trabajando, se va conociendo la diversidad de formatos y de guiones que se utilizan profesionalmente hoy en día.

Sesiones virtuales

En las sesiones con el grupo completo se visionan programas de entretenimiento de diferentes formatos que sirven de base de trabajo para la siguiente sesión práctica presencial. Estas sesiones también se aprovechan para discutir y debatir las actividades y dinámicas del día anterior. El objetivo es el mismo que en los equipos de guionistas profesionales: propiciar la reflexión, tener en cuenta la perspectiva de otros guionistas externos al proyecto, trabajar la autocritica y tener en cuenta la revisión constante de los proyectos.

Enseñanza-aprendizaje autónomo: se visionan y analizan los programas propuestos, se leen los manuales y se escriben y revisan los trabajos de cada actividad. El número de horas de dedicación al trabajo autónomo depende de las necesidades de cada estudiante.

La entrega de los trabajos se realiza a través del Campus Virtual de forma individual, aunque se hayan trabajado en grupo. Las pruebas de evaluación también se entregan a través del Campus Virtual. No se acepta ningún trabajo fuera de plazo ni por ninguna otra vía como correo electrónico u otros.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- DIMAGGIO, Madeline (1992). *Escribir para televisión: Cómo elaborar guiones y promocionarlos en las cadenas públicas y privadas*. Paidós.
- Grau Rafel, Marta (2017). *La mente narradora: La neurociencia aplicada al arte de escribir guiones*. Laertes.
- McKEE, ROBERT (2002). *El Guion*. Alba Editorial.
- SANGRO, Pedro; SALGADO Alejandro (Eds.) (2008). *El entretenimiento en TV: Guión y creación de formatos de humor en España*. Laertes.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Taller de Radio

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 6,0

Semestre: 1.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Silvia Pedret Morales

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 5. Igualdad de género

OBJETIVOS

Esta asignatura profundiza en el conocimiento de la radio y de la comunicación sonora a través de la reflexión conceptual, del estudio de caso y de la realización de producciones sonoras. Taller de Radio persigue la adquisición y desarrollo de las técnicas de redacción, locución, producción y realización desde el fundamento teórico, mediante la práctica con el lenguaje sonoro. Se trabaja la narrativa sonora y se fomenta el análisis crítico de la producción radiofónica y en podcast. También se abordan los aspectos sociales, tecnológicos y culturales que configuran el sector radiofónico y del podcasting.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.
- Utilizar de forma adecuada los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación digital para comunicar de manera eficiente mediante proyectos comunicativos en las diversas plataformas digitales, con un alto grado de corrección en el uso, la forma y el contenido.

CONTENIDOS

1. La narrativa sonora. El lenguaje radiofónico
2. Radio y podcast. Géneros y formatos
3. Producción radiofónica y de pódcast
4. El guion. Tipología del guion para radio y podcast. Criterios y proceso de elaboración
5. El sector radiofónico y del podcasting
6. La ficción sonora. Características, géneros y producción

EVALUACIÓN

La evaluación es **continua** y consta de diversas actividades, cada una de las cuales tiene una ponderación determinada sobre la nota total de la asignatura. Esto hace necesario que el alumnado realice todas las tareas y proyectos a lo largo del semestre para poder aprobar la asignatura. **Solo se puede recuperar la prueba teórica.**

1. **Proyectos prácticos en grupo (50 %):** a lo largo de la asignatura se realizan dos proyectos de programa despertador matutino, que también integran espacios de ficción sonora. La evaluación consta de una calificación grupal y una individual. Para obtener calificación, es necesario haber participado en al menos un 80 % de las sesiones prácticas.
2. **Prueba teórica de evaluación (30 %):** se realiza un examen escrito sobre los contenidos de la asignatura, tanto los trabajados de manera presencial como autónoma.
3. **Actividades de participación y seguimiento (20 %):** se evalúa la aplicación de los contenidos de la asignatura mediante ejercicios presenciales en el aula y autónomos (edición sonora, presentaciones, audiciones comentadas y análisis de casos, entre otros).

Para superar la asignatura **es imprescindible aprobar el examen teórico**. Además, si se cumple este requisito, la **nota media final debe ser al menos de un 5**.

El plagio o fraude en cualquiera de las actividades de evaluación conlleva una calificación de 0 en dicha actividad concreta. Si se produce más de una irregularidad, se suspende la asignatura. En caso de plagio se aplica la normativa de la Facultad. En la evaluación

se tiene en cuenta la corrección ortográfica y gramatical, así como el cuidado de los aspectos formales. También se penalizan la citación y el tratamiento deficientes de las referencias bibliográficas.

METODOLOGÍA

La actividad docente de la asignatura se plantea como una progresión que relaciona teoría y práctica. Las sesiones teóricas combinan la metodología expositiva con el estudio de casos. Paralelamente, el alumnado desarrolla el aprendizaje basado en proyectos mediante la ideación, producción y realización de producciones radiofónicas, planteadas como proceso evolutivo. La adquisición de las habilidades prácticas y la consolidación de los fundamentos teóricos avanzan en paralelo y se nutren uno a otro. Los proyectos son en el formato de un programa despertador matutino, que permite trabajar diversos géneros radiofónicos e incluir en ellos ficciones sonoras.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Lloyd, D. (2015). *How to make great radio: Thecniques and tips for today's broadcasters and producers : Thecniques and tips for today's broadcasters and producers*. Biteback Publishing.
- Martínez-Costa, M. P. i Díez Unzueta, J. R. (2005). *Lenguaje, géneros y programas de radio: Introducción a la narrativa radiofónica*. Eunsa.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Taller de Televisión

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 6,0

Semestre: 1.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Montserrat Casas Arcarons Oriol Rojas Vizcaino

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 4. Educación de calidad
- 5. Igualdad de género

OBJETIVOS

Esta asignatura teórico-práctica está pensada para que el alumnado adquiera los conocimientos básicos aplicados del lenguaje audiovisual y aprenda los métodos y las técnicas de los profesionales del vídeo, del cine y de la televisión.

Se proporcionan recursos para la formación de profesionales con un perfil amplio en el sector audiovisual, capaces de saber idear, planificar, organizar, grabar y editar una producción audiovisual con criterios fundamentados en la comprensión práctica de la teoría. En el espacio del plató de televisión se llevan a cabo diferentes actividades para desarrollar las competencias de los perfiles profesionales y del trabajo en equipo.

Los objetivos son:

- Adquirir una base teórica y metodológica para la comprensión del lenguaje audiovisual, la ideación y la realización de formatos audiovisuales diversos.
- Conocer las similitudes entre el lenguaje cinematográfico y el televisivo. Realizar diferentes tipos de producciones audiovisuales, desde el guion hasta la posproducción.
- Identificar las habilidades y las dificultades personales en el trabajo en equipo, tomando conciencia de la importancia de la cultura organizativa.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.
- Utilizar de forma adecuada los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación digital para comunicar de manera eficiente mediante proyectos comunicativos en las diversas plataformas digitales, con un alto grado de corrección en el uso, la forma y el contenido.

CONTENIDOS

Bloque 1

- **Aspectos fundamentales del lenguaje y de la narrativa audiovisual**
 - Fundamentos básicos de la tradición cinematográfica
 - El tiempo y el espacio; elipsis y transiciones; del plano a la escena, de la escena a la secuencia; el campo y el fuera campo; tipología y valor de los planos y los movimientos; el eje de acción, la continuidad y el *raccord*
- **Operativa de cámara**
 - Técnicas y lenguaje audiovisual: tipología de planos, encuadres y movimientos de cámara
- **Calidades, aportaciones y características de la luz**
 - La iluminación básica de la figura humana
 - Tratamiento de la luz en el plató
 - Control de la luz natural
 - La composición y la puesta en escena: la dirección de fotografía

- **Calidades, aportaciones y características del sonido**
 - Tratamiento del sonido directo y de la posproducción básica del sonido
 - La dirección musical
- **Fundamentos de la dirección de arte**
- **Conceptos básicos del montaje**
 - Edición básica con el programa Premiere Pro

Bloque 2

- **Métodos para la realización televisiva y la dirección cinematográfica**
 - La realización discontinua y continua con multicámara
 - Bases para la dirección de actores
- **Métodos de la producción televisiva y la producción cinematográfica**
 - Organización y gestión de un equipo
 - Planificación y organización de un plan de trabajo

EVALUACIÓN

La evaluación es continua y acumulativa. Se deben alcanzar tanto conocimientos teóricos como técnicas y métodos de trabajo. Se evalúan los conocimientos y competencias ligados a los objetivos de la asignatura en cada sesión de clase y en cada ejercicio. Para aprobar la asignatura es necesario haber realizado las actividades evaluables en las fechas que se especifican en el calendario y en el plan de trabajo de la asignatura. La no asistencia a los ejercicios prácticos no se puede recuperar.

Partes de la nota

- Participación activa en las clases: 5 %
- Operativa de cámara, montaje y edición: 10 % (en grupo e individual)
- Proyecto audiovisual de cortometraje: 35 % (en grupo)
 - Idea, sinopsis y guion literario: 10 %
 - Producción y presupuesto: 10 %
 - Grabación y montaje: 15 %
- Multicámara: 50 % (en grupo e individual)

METODOLOGÍA

En esta asignatura siempre que es posible se trabajan los contenidos teóricos y prácticos en paralelo y de manera simultánea. A medida que se adquieren las habilidades prácticas, se asimila la base teórica y se da valor a los aspectos creativos, técnicos y de procedimiento.

Tipos de actividades

- Ejercicios individuales en el aula/plató con equipamiento tecnológico
- Ejercicios en equipo en el aula/plató con equipamiento tecnológico
- Ejercicios en equipo fuera del aula
- Ejercicios en equipo fuera del aula con equipamiento tecnológico
- Lectura, análisis y presentación oral
- Visionado y análisis de piezas audiovisuales

Las sesiones son presenciales cada semana del curso. Las sesiones con el grupo completo son básicas para entender las actividades que hay que hacer en los subgrupos. Las sesiones de los subgrupos se realizan en el plató de televisión o en el aula informática.

A lo largo del curso se llevan a cabo diversas actividades evaluables individuales y en equipo. Las actividades en equipo son:

- Preproducción, producción y posproducción de un cortometraje de ficción (en grupos de 4 personas [recomendable])
- Producción, puesta en escena, escaleta y realización multicámara de una escena de ficción televisiva (en grupos de 12 personas, aproximadamente)

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Ettetdgui, P. (2001). *Diseño de producción & dirección artística*. Océano.
- Fernández Díez, F., Martínez Abadía, J. (1994). *La dirección de producción para cine y televisión*. Paidós. Papeles de Comunicación.
- Fernández Díez, F., Martínez Abadía, J. (1999). *Manual básico de Lenguaje y Narrativa Audiovisual*. Paidós. Papeles de Comunicación.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Teoría de la Comunicación

Tipología: Formación Básica (FB)

Créditos: 6,0

Semestre: 1.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	inglés	Marc Bellmunt Soler

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 4. Educación de calidad

OBJETIVOS

El objetivo principal de esta asignatura es familiarizar al alumnado con las teorías existentes en el ámbito de la comunicación en un sentido amplio y en el contexto de la sociedad contemporánea. Trata distintos aspectos, que incluyen la comunicación humana sin mediación tecnológica (intrapersonal e interpersonal), las teorías sobre los medios de comunicación, la incidencia social de la comunicación y el análisis de contenidos y audiencias. Además, se profundiza en las teorías asociadas a la sociedad de la información y a la comunicación digital.

En último término, se pretende fomentar el espíritu de análisis crítico de los estudiantes en relación con el papel que desempeñan los medios de comunicación convencionales y los nuevos formatos digitales en la sociedad de la información y del conocimiento actual.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Identificar el rol del comunicador audiovisual en relación con la sociedad, los derechos humanos y la diversidad social en sus distintas dimensiones, en un contexto local, nacional y global.
- Distinguir y reconocer las teorías de la comunicación, los lenguajes comunicativos, así como los paradigmas y los modelos de análisis e interpretación.
- Identificar y discutir situaciones y casos del ámbito de estudio a partir de la interpretación del marco social, y de su evolución temporal, así como del ordenamiento jurídico, la ética y la deontología de la comunicación audiovisual.
- Utilizar métodos de análisis e investigación para identificar nuevas necesidades de comunicación, con flexibilidad y determinación para afrontarlas en diferentes contextos.
- Aplicar los conceptos teóricos, narrativos, técnicos y tecnológicos de los medios audiovisuales para poder desarrollar con eficacia los distintos procesos que integran las rutinas productivas del mundo de la comunicación audiovisual.
- Utilizar de forma adecuada los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación digital para comunicar de manera eficiente mediante proyectos comunicativos en las diversas plataformas digitales, con un alto grado de corrección en el uso, la forma y el contenido.

CONTENIDOS

1. ¿Por qué estudiar comunicación?
 - 1.1. ¿Qué es la "teoría de la comunicación" y para qué sirven las teorías de la comunicación?
 - 1.2. Estudio comunicación, ¿hago ciencias?
 - 1.3. El proceso de comunicación
 - 1.4. La importancia de la comunicación en la vida social
 - 1.5. El carácter interdisciplinario de la comunicación
2. Medios de comunicación y poder: la perspectiva funcionalista
 - 2.1. El establecimiento de un orden del día
 - 2.2. La espiral del silencio de Neumann
 - 2.3. Teoría de usos y gratificaciones
 - 2.4. Emisión y recepción en la comunicación de masas: el *gatekeeper* (portero)
 - 2.5. Los marcos de noticias
 - 2.6. La investigación de la comunicación de masas: contenidos, discurso, audiencias, etc.
 - 2.7. La perspectiva funcionalista de la teoría de la comunicación
 - 2.8. Orígenes, funciones y principales críticas al funcionalismo
3. La perspectiva interpretativa de la teoría de la comunicación
 - 3.1. La Escuela de Palo Alto
 - 3.2. Interaccionismo simbólico
 - 3.3. Erving Goffman
 - 3.4. Construccionismo
 - 3.5. La etnometodología
4. La perspectiva crítica de la teoría de la comunicación
 - 4.1. La Escuela de Frankfurt

- 4.2. Economía política
- 4.3. Estudios culturales
- 5. Sociedad digital y teoría de la comunicación
 - 5.1. La importancia de la tecnología
 - 5.2. El mundo digital
 - 5.3. ¿Las redes sociales están cambiando los paradigmas clásicos?

EVALUACIÓN

La asignatura se trabaja mediante evaluación continua. Configuran la evaluación continua los siguientes elementos:

- Un examen específico de evaluación. Representa el 30 % de la nota final de la asignatura. El examen puede incluir contenidos teóricos y prácticos. Es individual. Es la única actividad que puede repetirse para superar el curso (en las fechas oficiales).
- Trabajo práctico (individual y en grupo). Son actividades prácticas: sesiones de debate, actividades dirigidas, presentaciones específicas, casos prácticos, etc. Representa el 55 % de la nota final de la asignatura. Es obligatorio presentar de todas las tareas en el plazo fijado. Estas actividades no se pueden recuperar.
- Participación activa y seguimiento del trabajo realizado (individual y/o en grupo). La participación activa implica utilizar diferentes metodologías, como el aprendizaje mediante la enseñanza (*learning by teaching*), y equivale a un 10 % de la nota final de la asignatura. Es obligatoria. No se puede recuperar.
- El seguimiento del trabajo realizado representa un 5 % de la nota final de la asignatura. Se evalúa observando el rendimiento del estudiante en el trabajo práctico mediante la evaluación continua llevada a cabo a lo largo de todo el semestre.

Para calcular la media de todos los elementos evaluados de la asignatura, es necesario obtener una nota mínima de 4 en todos ellos. Por tanto, si se suspende una de las partes evaluadas de la asignatura con una nota inferior a 4, sea cual sea, ya no hay posibilidad de aprobar la asignatura. Esto significa, por ejemplo, que las personas que obtengan un 7 en el examen y un 3 en la media de las prácticas no pueden aprobar la asignatura. Por otro lado, las personas que obtengan un 4 en el examen y un 6 en la media de las prácticas no pueden aprobar la asignatura.

Cada curso hay dos convocatorias del examen específico de evaluación. Las instrucciones de cada actividad práctica se detallan previamente en el campus virtual.

METODOLOGÍA

La metodología de la asignatura combina teoría y práctica. Además de las sesiones con todo el grupo clase, cada alumno lleva a cabo trabajo autónomo y existe la posibilidad de hacer tutorías (individual y/o grupal). Asimismo, se combinan diferentes metodologías de aprendizaje activo, como por ejemplo el aprendizaje mediante la enseñanza, el aprendizaje cooperativo y el aprendizaje a través de casos reales, entre otros.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- DeFleur, M. and DeFleur, M.H. (2009). *Mass Communication Theories: Explaining Origins, Processes, and Effects*. Routledge.
- Fernández, Rovira C. & Giraldo Luque, S. (2022). *Predictive Technology in Social Media*. CRC Press.
- Fuchs, C. (2020). *Communication and Capitalism: A Critical Theory*. University of Westminster Press.
- Griffin, E., Ledbetter, A. and Sparks, G. (2014). *A first look at Communication Theory*. McGrawHill.
- Mattelart, A. and Mattelart, M. (1998). *Theories of communication. A short introduction*. Sage.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Historia del Arte

Tipología: Formación Básica (FB)

Créditos: 6,0

Semestre: 2.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Santos Miguel Mateos Rusillo

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 4. Educación de calidad
- 5. Igualdad de género

OBJETIVOS

Esta asignatura facilita a los estudiantes una visión general e histórica de la producción artística contemporánea y aporta el marco conceptual para valorarla estéticamente.

Durante todo este paseo por dos siglos de historia artística, se analizan fundamentalmente:

1. La producción artística contemporánea desde la llegada de la modernidad al arte actual.
2. La relación entre el mundo del arte, las revoluciones tecnológicas y la cultura de masas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Distinguir y reconocer las teorías de la comunicación, los lenguajes comunicativos, así como los paradigmas y los modelos de análisis e interpretación.
- Comprender los procesos de la investigación en comunicación a nivel profesional y académico, así como sus métodos y procedimientos, tanto en sus contextos histórico y social como en relación con las tendencias de vanguardia.
- Gestionar el propio proceso formativo para adquirir una formación integral que permita desarrollarse a nivel profesional y personal en un contexto de respeto a la diversidad.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Interpretar datos para fundamentar correctamente argumentos o ideas, derivados de una reflexión sobre asuntos de carácter social, económico, cultural o científico, atendiendo a la diversidad de públicos.

CONTENIDOS

1. **Cuestiones fundamentales en torno al arte, el artista y la estética**
 - 1.1. Objetivos
 - 1.2. Orígenes de los conceptos
 - 1.3. Evolución del arte, de la figura del artista y de la experiencia estética
2. **El nacimiento del arte moderno**
 - 2.1. La llegada de la modernidad: del realismo al *Art Nouveau*
 - 2.2. William Morris y las "Arts & Crafts": la tensión epocal arte- artesanía-industria
 - 2.3. El cartelismo: punto de encuentro entre el lenguaje artístico, el diseño gráfico y la publicidad
 - 2.4. El camino hacia el funcionalismo racionalista: *menos es más*
3. **El arte moderno y el nacimiento del arte de masas**
 - 3.1. Arte y fotografía
 - 3.2. Paul Valéry y Walter Benjamin: la obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica
 - 3.3. Las primeras vanguardias del siglo XX
 - 3.4. Introducción del arte aurático en la cultura de masas: el caso de la Mona Lisa
 - 3.5. Arte y cultura de masas: el caso de Dalí
 - 3.6. De las segundas vanguardias al arte actual
4. **El arte en la época de los robots**
 - 4.1. La obra de arte aurática en la época de su reproductibilidad digital
 - 4.2. La relación actual entre arte aurático y cultura de masas: apocalípticos o integrados
 - 4.3. Arte y realidad virtual (RV) y realidad aumentada (RA)
 - 4.4. Arte e inteligencia artificial (IA)

EVALUACIÓN

El sistema de evaluación continua está formado por:

- Conjunto de prácticas: 40 % de la nota final
- Trabajo en grupo: 30 % de la nota final
- Examen: 30 % de la nota final

La calificación final es la suma de estos tres ítems, cuya superación demuestra la suficiencia del alumnado en los diferentes resultados de aprendizaje vinculados a la asignatura.

El sistema de evaluación de la asignatura solo contempla la repesca del examen.

METODOLOGÍA

Clases magistrales, seminarios de preparación de las lecturas obligatorias y sesiones prácticas de preparación del trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- BENJAMIN, Walter (1983). *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*. Edicions 62.
- COLORADO CASTELLARY, Arturo (1997). *Hipercultura visual: El reto hipermedia en el arte y la educación*. Editorial Complutense.
- GOMPERTZ, Will (2013). *¿Qué estás mirando?: 150 años de arte moderno en un abrir y cerrar de ojos*. Taurus.
- ROSS, Alex (2012). *Máquinas infernales. De cómo las grabaciones cambiaron la música : a Escucha esto*. Seix Barral.
- VALÉRY, Paul (1999). *La conquista de la ubicuidad: a Piezas sobre arte*. Visor.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Inglés Escrito para la Comunicación Audiovisual

Tipología: Formación Básica (FB)

Créditos: 6,0

Semestre: 2.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G21, presencial, mañana	inglés	Judith Sanchez Gordaliza

OBJETIVOS

El objetivo principal de esta asignatura es desarrollar las competencias necesarias para moverse con soltura y fluidez en un medio profesional. Participarás en una variedad de tareas típicas de medios para practicar habilidades orales, escritas y de lectura en inglés.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Identificar y discutir situaciones y casos del ámbito de estudio a partir de la interpretación del marco social, y de su evolución temporal, así como del ordenamiento jurídico, la ética y la deontología de la comunicación audiovisual.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Interpretar datos para fundamentar correctamente argumentos o ideas, derivados de una reflexión sobre asuntos de carácter social, económico, cultural o científico, atendiendo a la diversidad de públicos.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.

CONTENIDOS

La asignatura consta de las siguientes unidades:

- Redacción (creación de contenidos, guión de cortometrajes, análisis de cortometrajes y técnicas de filmación, redacción de diferentes tipos de textos académicos)
- Gramática
 - Conectores
 - Verbos modales
 - Voz pasiva
 - Infinitivo y gerundio
 - Preguntas
- Vocabulario

EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura es continua. Hay que entregar todas las actividades en la fecha fijada, tal y como se muestra en el plan de trabajo. En caso contrario, reciben una calificación de 0 puntos.

No se puede repetir ninguna tarea de evaluación continua que no esté entregada en la fecha acordada. Estas tareas no se incluyen en la calificación final.

La nota final es la suma de todas las actividades evaluadas realizadas en el transcurso de la asignatura.

Los porcentajes de las actividades evaluadas son los siguientes:

- Uso del inglés: 30 %
- Vocabulario: 20 %
- Actividades de expresión escrita: 50 %

Para aprobar la asignatura, el alumnado debe obtener un mínimo de 50 puntos de las actividades evaluables. El resultado global de uso del inglés DEBE SER de 5 sobre 10 o superior.

METODOLOGÍA

La metodología de esta asignatura está diseñada para mejorar las habilidades comunicativas y los conocimientos especializados en temas relacionados con los medios. Para ello, hay que trabajar con regularidad y preparar actividades fuera de clase cuando sea necesario. El plan de trabajo proporciona detalles específicos sobre los temas y el calendario de todas las actividades del curso.

En el aula Moodle de Inglés Escrito para la Comunicación Audiovisual hay documentos de tipologías diversas:

- Descripciones e instrucciones de las actividades
- Materiales de lectura
- Información para la evaluación de la actividad

BIBLIOGRAFÍA

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Introducción a la Comunicación de las Organizaciones

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 6,0

Semestre: 2.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Irene Colom Valls

OBJETIVOS

Esta asignatura es una introducción a la comunicación empresarial e institucional en relación al marketing. En concreto, se profundiza en los mecanismos de creación de marcas en el contexto digital, la comunicación publicitaria y las relaciones públicas.

Se introducen los conceptos teóricos que enmarcan las diferentes disciplinas comunicativas y se estudian los procesos estratégicos de planificación, ejecución de las acciones y control de los resultados para la práctica comunicativa, haciendo especial énfasis en la utilidad del plan de comunicación.

En el estudio de la planificación estratégica de la comunicación, se profundiza en los conceptos de público y público objetivo y en el desarrollo de la estrategia creativa y de medios. En este sentido, y para que el estudiante tenga una visión completa de las diferentes formas de comunicación empresarial existentes, se estudian los diferentes medios publicitarios, convencionales y no convencionales, y las actividades y técnicas de relaciones públicas más destacadas.

Después de ofrecer una visión de los sujetos que intervienen en la gestión de la comunicación y en la estructura del sector, y de la figura del director de comunicación, también se trabaja la comunicación, sobre todo publicitaria, desde el punto de vista de los efectos que tiene sobre el consumidor.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Identificar los elementos estructurales, de gestión y organización de las empresas de comunicación, así como las estrategias y técnicas comunicativas de las organizaciones.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Utilizar métodos de análisis e investigación para identificar nuevas necesidades de comunicación, con flexibilidad y determinación para afrontarlas en diferentes contextos.

CONTENIDOS

1. El marketing y la comunicación
 - Relación entre el marketing y la comunicación organizacionales
 - La comunicación hoy: medios propios, medios pagados y medios ganados
 - Publicidad, relaciones públicas y mix de comunicación
2. La marca
 - Concepto de marca. Identidad de marca e imagen de marca
 - La construcción de marcas en el contexto digital: creación de contenidos y *engagement*
3. Planificación y ejecución de la comunicación
 - Gestión de la comunicación empresarial. La agencia y el briefing
 - Planificación estratégica de la campaña de publicidad: objetivos, público objetivo, estrategia de medios, etc.
 - Instrumentos de la comunicación organizacional
4. Estrategia creativa publicitaria
 - Componentes de la estrategia creativa: eje de comunicación, concepto creativo y codificación
 - Estrategias posibles: *branded content*, *storytelling*, gamificación, *crowdsourcing*, etc.
 - El proceso creativo
5. **Tema transversal.** Críticas y debates sobre el papel de la comunicación comercial en la sociedad actual

EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura pretende medir la adquisición de los conocimientos, pero sobre todo su profundización y la capacidad de llevarlos a la práctica. La nota final viene configurada por las siguientes partes:

- Prueba final: 30 %. Para superar la asignatura es necesario tener al menos un 4 de esta parte.
- Presentaciones, ejercicios y participación en la actividad de los martes: 20 %
- Prácticas de los jueves: 20 %
- Trabajo: 30 %. Es necesario entregarlo en dos partes y presentarlo en tutorías y en clase.

Aunque la evaluación de la asignatura es continua y está pensada para poder superarse si se lleva a cabo el seguimiento adecuado

del curso, hay posibilidad de recuperación de la prueba final.

Importante: además del contenido, en todas las entregas también se evalúan los aspectos formales, tanto de presentación como de redacción, ortografía y gramática, citación bibliográfica, etc.

METODOLOGÍA

La asignatura tiene cuatro horas de clase semanales, además de las horas de trabajo personal y en grupo en las que el estudiante debe realizar las tareas y trabajos encomendados. Las sesiones de clase tienen un carácter diferente los martes que los jueves, y también hay clases destinadas a hacer tutorías grupales.

Las sesiones de los martes consisten en hacer la exposición y ejercicio del contenido teórico de la asignatura. La profesora hace una presentación y hay un espacio para el debate o para hacer ejercicios breves en pequeños grupos. Además, uno o más de un grupo lleva a cabo una exposición que amplía esta parte, que previamente ha preparado con la profesora a partir de bibliografía. La preparación de la exposición de los grupos se hace durante una parte de la clase inicial de cada tema. La asistencia a las clases de los martes es importante para conocer el temario de la asignatura, que se evalúa en la prueba final, y también para preparar la exposición, que cuenta una parte de la nota.

Los jueves las sesiones se destinan a hacer diferentes prácticas para trabajar aspectos concretos del temario de la asignatura y que consolidan, refuerzan y amplían el contenido impartido los martes. Las clases se imparten en un aula más polivalente y se proponen diferentes prácticas para realizar en grupo, con una explicación previa de la profesora y, si hace falta, aportación de marco teórico.

Importante: para poder tener nota de estas prácticas es necesario asistir a clase.

Finalmente, se realiza un trabajo en el que hay que relacionar los aspectos teóricos trabajados en la asignatura (a partir de bibliografía pertinentemente referenciada) y un trabajo de campo propio para cada grupo. Hay que llevar a cabo esta tarea en horas de trabajo fuera del aula.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Colom, I (2013). *Màrqueting i aplicació de la comunicació en la música popular*. UOC.
- Kothler, P (2006). *La dirección de marketing* (12 ed.). Prentice Hall.
- Solana, D (2017). *Postppublicidad: Reflexiones sobre una nueva cultura publicitaria*. Recuperado de <https://postpublicidad.es/>

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Lenguajes de la Comunicación

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 6,0

Semestre: 2.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Nahuel Faedo

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 4. Educación de calidad
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas

OBJETIVOS

La asignatura Lenguajes de Comunicación introduce los principales modelos teóricos de la semiótica interpretativa, discursiva y narrativa, así como las diferentes perspectivas que han analizado los lenguajes comunicativos. Aplica estos modelos a diferentes conjuntos textuales, audiovisuales y mediáticos para conseguir una comprensión más profunda y abordar los debates de fondo que subyacen a estos contenidos. De esta manera, la asignatura dota a los estudiantes de equipamiento teórico con el objetivo de que puedan aplicarlo al análisis de los productos comunicativos y sean capaces de relacionar los conceptos estudiados con su realidad y el entorno.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Identificar el rol del comunicador audiovisual en relación con la sociedad, los derechos humanos y la diversidad social en sus distintas dimensiones, en un contexto local, nacional y global.
- Distinguir y reconocer las teorías de la comunicación, los lenguajes comunicativos, así como los paradigmas y los modelos de análisis e interpretación.
- Identificar y discutir situaciones y casos del ámbito de estudio a partir de la interpretación del marco social, y de su evolución temporal, así como del ordenamiento jurídico, la ética y la deontología de la comunicación audiovisual.
- Utilizar métodos de análisis e investigación para identificar nuevas necesidades de comunicación, con flexibilidad y determinación para afrontarlas en diferentes contextos.
- Aplicar los conceptos teóricos, narrativos, técnicos y tecnológicos de los medios audiovisuales para poder desarrollar con eficacia los distintos procesos que integran las rutinas productivas del mundo de la comunicación audiovisual.
- Utilizar de forma adecuada los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación digital para comunicar de manera eficiente mediante proyectos comunicativos en las diversas plataformas digitales, con un alto grado de corrección en el uso, la forma y el contenido.

CONTENIDOS

- 1. Los lenguajes y la mirada semiótica**
 - 1.1. Roland Barthes
- 2. Del signo al texto**
 - 2.1. Vladimir Propp y Algirdas Greimas
 - 2.2. Umberto Eco
- 3. Del texto a los textos**
 - 3.1. Hipertexto, intertextualidad y narrativas transmediáticas
- 4. De los textos a la ideología**
 - 4.1. Michel Foucault
 - 4.2. Construcciónismo y análisis del discurso
 - 4.3. Prejuicios, estigma, discriminación e interseccionalidad

EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura se distribuye de la siguiente manera:

- Proyecto final: 50 %
- Actividades: 35 %. Se llevan a cabo a lo largo del curso. (No todas tienen nota, pero sí que todas son obligatorias.)
- Participación en clase (actividades + interacción en clase): 15 %

Solo el proyecto final es recuperable mediante otro tipo de evaluación, de la cual se informa oportunamente cuando llega el momento.

METODOLOGÍA

La asignatura trabaja el contenido del temario tanto desde la perspectiva conceptual como desde el aspecto práctico o aplicado:

1. Conceptual/teórico: se compone de clases teóricas y del análisis de ejemplos para entender y aplicar los conceptos propios de la materia.
2. Práctico/aplicado: se compone de dos partes y se realiza en un grupo de trabajo. La primera son las actividades en las que se aplican los contenidos de cada unidad conceptual a casos prácticos o al análisis de contenidos comunicativos. La segunda es un trabajo de creación en el que hay que transformar los contenidos de la asignatura en un producto audiovisual. Este trabajo se prepara de forma continua a lo largo del curso.

El contenido de cada clase se puede consultar en la guía didáctica disponible en el Campus Virtual.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Cabruja, T.; Iníguez, L.; Vázquez, F. (2000). *Cómo construimos el mundo: relativismo, espacios de relación y narratividad*: Núm. 25. Pp. 61--94. Análisis. Quaderns de comunicació i cultura.
- Copley, P. i Jansz, L. (2004). *Semiótica para principiantes*. Era Naciente.
- Eco, U. (1997). *Seis paseos por los bosques narrativos*. Lumen.
- Foucault, M. (2013). *El orden del discurso*. Tusquets.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Taller de Comunicación Gráfica I

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 6,0

Semestre: 2.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Hector Ivan Navarro Guere

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 4. Educación de calidad
- 5. Igualdad de género
- 12. Producción y consumo responsables
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas

OBJETIVOS

Se busca un conocimiento teórico-práctico y una reflexión crítica del diseño gráfico como componente de la comunicación visual. Se hace especial énfasis en el hecho de que el alumnado conozca los principales conceptos y herramientas que giran en torno al diseño de la información gráfica.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Mostrar motivación y capacidad para el desempeño de proyectos profesionales y académicos, así como compromiso con el rigor, la ética y la calidad.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Trabajar con responsabilidad individual y compromiso con los valores democráticos, de sostenibilidad y de diseño universal, a partir de prácticas basadas en el aprendizaje, el servicio público y la inclusión social.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.

CONTENIDOS

1. Introducción al diseño
 - El diseño gráfico y el proceso de comunicación
 - Fundamentos de la comunicación gráfica
2. La forma y el espacio
 - Lenguaje visual
 - La composición y la representación
 - El color. Aspectos perceptivos y funcionales
 - La retícula y la modulación del espacio
3. Organización y significado
 - La tipografía aplicada
 - Publicaciones periódicas
 - Relación texto-imagen
 - Principios del diseño de información

EVALUACIÓN

Elementos de evaluación

- Realización de trabajos prácticos individuales y en grupo: 85 %
- Observación de la participación: 5 %
- Seguimiento de la participación: 10 %

Los criterios globales de evaluación para alcanzar las competencias marcadas para la asignatura son:

- **Concepto:** planteamiento y desarrollo coherente y argumentado de la idea
- **Proceso:** desarrollo sistemático y progresivo de las prácticas; método y síntesis (Implica la asistencia y participación activa en clase.)
- **Innovación:** respuesta creativa que aporte valor diferencial
- **Presentación:** perfección y calidad técnica; cuidado en los detalles

No se reciben trabajos fuera de la fecha de entrega.

No hay evaluaciones extraordinarias ni recuperaciones.

METODOLOGÍA

Consiste en realizar sesiones de clase y actividades dirigidas por el profesor (ambas presenciales).

Durante las sesiones semanales hay clases magistrales, ejercicios prácticos (aula de ordenadores), tutorías, correcciones de trabajos, etc.

Además del trabajo de taller, el alumnado debe dedicar unas horas al trabajo personal cada semana a la asignatura para consolidar los conocimientos adquiridos en las diferentes sesiones.

El profesor hace una valoración pública de los trabajos para fomentar la participación de los alumnos y el análisis crítico y serio de los proyectos.

Es necesario consultar las actividades del curso en el plan de trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

— Navarro- Güere, H. (Ed.) (2010). *Disseny gràfic i disseny web: Breus lliçons sobre història, teoria i pràctica*. Eumo.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

ASIGNATURAS DE TERCER CURSO

Comunicación Digital Interactiva

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 3,0

Semestre: 1.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Eulàlia Massana Molera

OBJETIVOS

Comunicación Digital Interactiva tiene como objetivo principal que el estudiante se apropie de las reflexiones teóricas de la comunicación digital como herramienta de trabajo profesional. Para conseguir este objetivo se introduce al estudiante en los principales conocimientos teóricos del sector digital: interfaces, hipertextos, ciberculturas, etc.

Una parte del curso está dedicada al diseño de un espacio de comunicación digital con el uso de herramientas web 2.0.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Trabajar con responsabilidad individual y compromiso con los valores democráticos, de sostenibilidad y de diseño universal, a partir de prácticas basadas en el aprendizaje, el servicio público y la inclusión social.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.
- Utilizar de forma adecuada los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación digital para comunicar de manera eficiente mediante proyectos comunicativos en las diversas plataformas digitales, con un alto grado de corrección en el uso, la forma y el contenido.

CONTENIDOS

1. La historia del hipertexto y la www
 - Vannevar Bush y la utopía hipertextual
 - Douglas Engelbart entre interfaces e interacciones
 - Ted Nelson y el sistema Xanadu
 - Tim Berners-Lee y la creación de la red
2. Interfaces e interacciones
 - Del papel a la pantalla
 - Evolución de las interfaces digitales
 - Introducción a la usabilidad y la accesibilidad
 - Visualización de la información
 - Arquitectura de la información
 - Modelos de interacción
3. La web colaborativa
 - Tecnologías colaborativas
 - Blogs, wikis y otros sistemas de la web 2.0
 - Herramientas de publicación de contenidos
4. Comunicación digital y comunicación audiovisual
5. Proyecto práctico de comunicación digital

EVALUACIÓN

La evaluación consta de cuatro partes distintas:

– Trabajo práctico individual (35 %)

- **Documento del tema (individual):** 20 %
 - Cada estudiante es responsable de **elaborar** un contenido para compartir con sus compañeros sobre un tema relacionado con la asignatura.
 - Es necesario que el documento contenga información básica (descripción, historia y evolución) y su relación con la comunicación audiovisual.
 - Este documento lo coevalúan, a partir de una rúbrica, tres miembros del grupo a través de la actividad del taller.
- **Explicación del tema (individual)** 10 %
 - Cada estudiante tiene un espacio para realizar una explicación del tema al resto de los compañeros.
 - El 80 % de esta valoración la hace el profesorado y el 20 %, el resto del grupo el mismo día de la explicación.
- **Participación en el foro de reflexión:** 5 %
 - Cada estudiante **propone** una pregunta de reflexión que debe responder individualmente al resto de los estudiantes en el foro de la asignatura.
 - El plazo para **responder** a cada pregunta es de **una semana** después del día en que se ha expuesto el contenido.
 - El estudiante responsable del contenido expuesto también es responsable de **evaluar** las aportaciones de sus compañeros en el foro correspondientes a su tema, a partir de una rúbrica publicada en el aula.
 - El plazo para **evaluar** cada pregunta es de **dos semanas** después del día en que se ha expuesto el contenido.
 - Se realiza la media ponderada de todas las participaciones.

– Participación individual (10 %)

- – La asistencia no es obligatoria. Se valora la participación en las actividades de clase (incluidas las valoraciones de las explicaciones del tema individual) y la asistencia a tutorías.

– Evaluación teórica individual (20 %)

- – A partir de una serie de enunciados/ejercicios en diferentes formatos, los estudiantes deben responder a preguntas sobre la parte teórica de la asignatura.
 - Se distribuyen a lo largo del semestre y el estudiante dispone de tiempo suficiente (no son actividades síncronas).
 - Incluyen todos los contenidos expuestos en clase.

– Trabajo en grupo (35 %)

- **Design document:** 25 %
 - Por grupos se **elabora** un *design document* (documento de diseño) de un espacio de comunicación digital interactiva que tendrá continuidad en la asignatura de segundo semestre Taller de Comunicación Interactiva.
 - Se realizan **entregas parciales** que revisa y valora la profesora. Esta nota no cuenta para el cálculo de la nota final, sino que ayuda a los estudiantes a mejorar el trabajo.
 - Se utiliza una herramienta de **documentos colaborativos**.
 - Para guiar el proceso se realizan **tutorías** fijadas en el plan de trabajo.
 - La fecha de entrega es la en el calendario del centro viene determinada como **última prueba** (enero).
 - La rúbrica de evaluación queda accesible en el aula.
- **Planificación y seguimiento:** 10 %
 - Cada grupo debe documentar en un wiki las reuniones hechas y los acuerdos de cada una de ellas.
 - Por cada tutoría de grupo, es necesario presentar la parte del trabajo propuesta.
 - La rúbrica de evaluación queda accesible en el aula.

Cuestiones a tener en cuenta

- No hay ninguna parte que sea necesario aprobar por separado.
- En período de repesca solo se puede volver a entregar **una** de las siguientes actividades:
 - el documento del **trabajo práctico**
 - la **evaluación teórica individual**
 - el **design document**

METODOLOGÍA

La enseñanza privilegia el aprendizaje de procesos como definir, justificar, comparar y reconocer contenidos. Los instrumentos didácticos incluyen guías de lectura, dinámicas de grupo, ejercicios de contacto con la realidad propuestos para reconocer marcas de racionalidad en una determinada situación y otros trabajos personales y en grupo pensados para ejercitar los distintos procesos de aprendizaje. Se trata siempre de ejemplificar cada unidad con análisis de productos comunicativos cercanos al argumento de la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Berners-Lee, T. (2000). *Tejiendo la red. El inventor del World Wide Web nos descubre su origen*. Siglo XXI.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Cobo Romani, C., Pardo Kuklinski, H. (2007). *Planeta Web 2.0: Inteligencia colectiva o medios fast food*. Recuperado de www.planetaweb2.net
- Contreras, R.S. (2010). *Disseny per a web: Disseny gràfic i disseny web*. Eumo Editorial.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Gedisa Editorial.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Derecho de la Comunicación

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 3,0

Semestre: 1.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Maria Dolores Palomo Chinarro

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 5. Igualdad de género
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas

OBJETIVOS

El objetivo de esta asignatura es iniciar al alumno del grado en Comunicación Audiovisual en el estudio del ordenamiento jurídico, en general, y del derecho que afecta a la comunicación audiovisual, en particular, para que llegue a conocer de forma crítica su régimen jurídico, la terminología propia, la regulación de los contenidos audiovisuales (en especial las limitaciones legales del derecho a comunicar libremente y las que afectan al ámbito publicitario en los medios de comunicación), sin dejar de lado el estudio de las diferentes instancias normativas (incluidas las supranacionales) y el de los organismos con competencia en materia audiovisual.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Identificar el rol del comunicador audiovisual en relación con la sociedad, los derechos humanos y la diversidad social en sus distintas dimensiones, en un contexto local, nacional y global.
- Identificar y discutir situaciones y casos del ámbito de estudio a partir de la interpretación del marco social, y de su evolución temporal, así como del ordenamiento jurídico, la ética y la deontología de la comunicación audiovisual.
- Interpretar datos para fundamentar correctamente argumentos o ideas, derivados de una reflexión sobre asuntos de carácter social, económico, cultural o científico, atendiendo a la diversidad de públicos.
- Trabajar con responsabilidad individual y compromiso con los valores democráticos, de sostenibilidad y de diseño universal, a partir de prácticas basadas en el aprendizaje, el servicio público y la inclusión social.

CONTENIDOS

1. Introducción al mundo del derecho
 - 1.1. Concepto, características, finalidad y aplicación del derecho por parte de los tribunales de justicia
 - 1.2. La importancia de la constitución española de 1978 y el principio de jerarquía normativa
 - 1.3. La pluralidad de las instancias normativas en materia de comunicación audiovisual: las normas estatales, las autonómicas y la incidencia del derecho comunitario
2. Marco normativo de la comunicación audiovisual
 - 2.1. El anacrónico marco legislativo anterior a la normativa vigente sobre la comunicación audiovisual en Cataluña y en el Estado español
 - 2.2. Su traducción en la Ley 22/2005, de 29 de diciembre, de la comunicación audiovisual de Cataluña (LCAC) y en la Ley 7/2010, de 31 de marzo, general de la comunicación audiovisual (LGCA)
 - 2.3. Las normas supranacionales: directivas del Parlamento Europeo y del Consejo en materia audiovisual
3. Principios generales de la comunicación en la Ley de comunicación audiovisual
 - 3.1. La veracidad informativa desde el punto de vista legal y jurisprudencial
 - 3.2. La protección de los derechos fundamentales por parte de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual
 - Protección de los derechos al honor, intimidad y propia imagen (ley orgánica de 1982)
 - Protección de los derechos de los niños y jóvenes: los menores
 - Protección de la propiedad intelectual
 - 3.3. El derecho de rectificación según la ley orgánica de 1984
4. Regulación de los contenidos audiovisuales
 - 4.1. Los principios básicos de la programación audiovisual al amparo de la LCAC
 - 4.2. Las obligaciones de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual
 - 4.3. Los derechos de los usuarios de servicios de comunicación audiovisual
 - 4.4. Las obligaciones de los prestadores de servicios de comunicación audiovisual
 - El derecho al secreto profesional
 - El derecho a la cláusula de conciencia (ley orgánica de 1997)
5. La publicidad, la televenta y el patrocinio en los medios audiovisuales
 - 5.1. La incidencia de los contenidos de publicidad, televenta y patrocinio en la financiación y en los productos de la comunicación audiovisual en base a la LCAC y la LGCA
 - 5.2. La publicidad y televenta ilícitas, prohibidas o encubiertas. Formas de presentación
 - 5.3. El patrocinio televisivo
 - 5.4. La normativa sobre publicidad institucional
6. El Consejo del Audiovisual de Cataluña y la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales

- 6.1. El Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC): naturaleza, composición, funciones y potestades
- 6.2. La potestad reglamentaria del Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC)
- 6.3. El régimen sancionador: infracciones y sanciones
- 6.4. Organización y funcionamiento de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales
- 6.5. El contrato programa

EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura consta de tres partes:

- Observación y participación del estudiante en el aula: 10 %
- Resultados del seguimiento de prácticas: 50 %. Este porcentaje incluye el seguimiento, por parte de la profesora, del trabajo realizado.
- Prueba específica de evaluación / examen: 40 %. Existe una segunda prueba (repesca) para recuperar la parte teórica de la asignatura.

METODOLOGÍA

Aunque la asignatura se plantea como presencial y, por tanto, se imparte en clases magistrales, también se utiliza el Campus Virtual de la Universidad, espacio donde se depositan puntualmente documentos (artículos doctrinales, sentencias de tribunales nacionales e internacionales...) de gran interés para la formación integral de los alumnos. También se estudian casos prácticos reales.

Los estudiantes deben completar su formación con comentarios y análisis de documentos que se proponen en el aula presencial y virtual y con trabajos sobre aspectos tratados en clase.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Azumendi Adarraga, A. (2011). *Derecho de la comunicación*. Bosch.
- Balaguer Callejón, M.L. (2016). *Derecho de la información y de la comunicación*. Tecnos.
- Guichot, E. (2018). *Derecho de la comunicación*. Portal Derecho.
- Pérez Díaz, R. (2018). *Los derechos al honor, a la intimidad personal y familiar y a la propia imagen del menor en el siglo XXI*. Aranzadi.
- Varios Autores (2018). *La nueva perspectiva de la tutela procesal de los derechos fundamentales*. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Narrativa Audiovisual y Multimedia

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 6,0

Semestre: 1.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Joan Frigola Reig

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 4. Educación de calidad

OBJETIVOS

- Comprender y valorar los elementos que configuran la narración audiovisual.
- Distinguir los recursos narrativos audiovisuales característicos de los géneros y de los formatos audiovisuales.
- Comprender y valorar los temas y los conocimientos necesarios para el análisis, la comprensión y la construcción de narraciones digitales y multimedia.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Distinguir y reconocer las teorías de la comunicación, los lenguajes comunicativos, así como los paradigmas y los modelos de análisis e interpretación.
- Comprender los procesos de la investigación en comunicación a nivel profesional y académico, así como sus métodos y procedimientos, tanto en sus contextos histórico y social como en relación con las tendencias de vanguardia.
- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Utilizar métodos de análisis e investigación para identificar nuevas necesidades de comunicación, con flexibilidad y determinación para afrontarlas en diferentes contextos.
- Utilizar de forma adecuada los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación digital para comunicar de manera eficiente mediante proyectos comunicativos en las diversas plataformas digitales, con un alto grado de corrección en el uso, la forma y el contenido.

CONTENIDOS

- 1. Introducción a la narrativa audiovisual**
 - 1.1. La narrativa audiovisual como disciplina
 - 1.2. Qué entendemos por una narración audiovisual
 - 1.3. Estrategias de la narración
- 2. Teorías de la estructura narrativa**
 - 2.1. Los modelos narrativos
 - 2.2. La estructura en tres actos
 - 2.3. Diferentes tipos de estructura
 - 2.4. La dificultad de definir la narrativa
- 3. Los géneros audiovisuales**
 - 3.1. Teoría de los géneros
 - 3.2. Género cinematográfico
 - 3.3. Historia de los géneros: musical, western, biopic...
- 4. Los códigos sonoros**
 - 4.1. Códigos sonoros diegéticos y no diegéticos
 - 4.1.1. Sonido
 - 4.1.2. Ruido
 - 4.1.3. Música
 - 4.1.4. Voz
 - 4.2. Monólogos y diálogos
- 5. La temporalidad en el relato audiovisual**
 - 5.1. Duración, orden y frecuencia
 - 5.2. Del plano al plano-secuencia
 - 5.3. El montaje
- 6. El discurso o las técnicas de la narración**
 - 6.1. Autor, narrador y narratario
 - 6.2. Punto de vista y voz narrativa
 - 6.3. Narrativa audiovisual y multimedia
 - 6.4. Focalización y punto de vista del relato cinematográfico

- 7. **El personaje**
 - 7.1. El personaje como concepto
 - 7.2. Funciones del personaje
 - 7.3. Tipologías
 - 7.4. La marca del actor. El *star system*
- 8. **El espacio audiovisual**
 - 8.1. Características del espacio audiovisual
 - 8.2. Tipologías de espacios
 - 8.3. Espacio narrativo como discurso
- 9. **Más allá de la narrativa audiovisual**
 - 9.1. Nuevas pantallas y nuevos relatos
 - 9.2. Nuevas formas audiovisuales
 - 9.3. Plataformas digitales

EVALUACIÓN

- **Participación activa en clase** (individual): 10 %
 - Participación de la clase
 - Ejercicios en clase
 - Análisis de fragmentos y materiales audiovisuales y multimedia en clase
- **Post en el blog de la asignatura** (individual): 15 %
- **Clip audiovisual** (individual o en pequeño grupo): 25 %
- **Trabajo de análisis de un film/serie** (individual o en pequeño grupo): 15 %
- **Prueba escrita 1** (noviembre; individual): 15 %
- **Prueba escrita 2** (diciembre; individual): 20 %

METODOLOGÍA

La asignatura se basa en procedimientos que fomentan procesos de participación activa del alumnado en forma de prácticas individuales o debates presenciales y proyectos. Las clases se fundamentan en explicaciones teóricas del programa, lecturas obligatorias y visionado de ejemplos que facilitan la comprensión de los apartados teóricos. Por ello esta parte de la asignatura es presencial con una participación activa de los alumnos en las clases y en los trabajos en grupo.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Balló, J, Pérez, X. (2006). *La semilla inmortal*. Anagrama.
- Canet, F., Prosper, J. (2009). *Narrativa audiovisual: estrategias y recursos*. Síntesis.
- Casetti, F, Di Chio, F. (1991). *Cómo analizar un film*. Paidós Comunicación.
- Truffaut, F. (1974). *El cine según Hitchcock*. Alianza.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Taller de Comunicación Gráfica II

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 3,0

Semestre: 1.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Henry Naranjo Perez

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 4. Educación de calidad
- 5. Igualdad de género
- 12. Producción y consumo responsables
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas

OBJETIVOS

- Conocer y crear proyectos gráficos para la comunicación mediante el uso de las herramientas de diseño.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Mostrar motivación y capacidad para el desempeño de proyectos profesionales y académicos, así como compromiso con el rigor, la ética y la calidad.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Trabajar con responsabilidad individual y compromiso con los valores democráticos, de sostenibilidad y de diseño universal, a partir de prácticas basadas en el aprendizaje, el servicio público y la inclusión social.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.

CONTENIDOS

1. El proyecto gráfico
 - Planificación y metodología de proyectos gráficos
 - El *briefing*
 - El concepto como eje vertebrador
 - Criterios para la selección tipográfica
 - Bases para el planteamiento cromático
 - La propuesta de imagen
2. Comunicación gráfica, piezas y medios
 - Estudio y aplicaciones en diferentes piezas
3. Aspectos de producción
 - Preimpresión. Procesos
 - Técnicas, procesos, herramientas y recursos
 - Prácticas con el software de diseño y sus aplicaciones en el desarrollo de todos los proyectos

EVALUACIÓN

- Realización de trabajos prácticos individuales y en grupo: 85 %
- Observación de la participación: 5 %
- Seguimiento de la participación: 10 %

Los trabajos se evalúan según los siguientes criterios:

- Contexto, documentación y antecedentes
- Aplicación de la técnica y creatividad (esbozos)
- Tratamiento del tema encargado
- Formato, calidad en acabados, desarrollo técnico y entrega final

No se acepta ninguna práctica que no tenga el visto bueno en todas las fases.

METODOLOGÍA

La asignatura tiene un fuerte componente práctico de trabajo presencial con el ordenador en el aula, en el que el profesor hace

tutoría y seguimiento de las prácticas.

Además de llevar a cabo las tareas del taller, el estudiante debe dedicar unas horas de trabajo personal cada semana a esta asignatura para consolidar los conocimientos adquiridos en los distintos temas.

En las sesiones teóricas —con todo el grupo— se transmiten los fundamentos conceptuales para el desarrollo del proyecto gráfico.

El día de entrega el alumnado debe exponer y defender los proyectos.

El profesor hace una breve valoración pública de los trabajos en la que fomenta, además, la participación de los alumnos y el análisis crítico de los proyectos entregados.

Es necesario consultar el plan de trabajo de la asignatura y los enunciados de cada práctica.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

— Navarro Güere, H. (ed.) (2010). *Disseny gràfic i disseny web: Breus lliçons sobre història, teoria i pràctica*. Eumo.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Taller de Fotografía I

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 3,0

Semestre: 1.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Jordi Ribot Puntí

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 4. Educación de calidad
- 5. Igualdad de género
- 12. Producción y consumo responsables

OBJETIVOS

Esta asignatura pretende que los estudiantes puedan expresar y comunicar ideas, sensaciones y argumentos narrativos a través de una cámara fotográfica convencional. Que tengan una base sólida para poder adaptarse a las nuevas tecnologías y fotografiar el mundo que les rodea con las nuevas cámaras de fotografía que ofrece el mercado, teléfono móvil, ordenadores, y otros dispositivos informáticos.

Los principales objetivos son:

- Aprender el funcionamiento de la cámara fotográfica desde el punto de vista técnico.
- Aprender composición visual.
- Saber utilizar la cámara fotográfica para contar una historia.
- Saber editar una fotografía con el programa informático genérico.
- Dominar el instrumental de iluminación del plató de fotografía.
- Tener capacidad para aplicar el conocimiento en la práctica.
- Tener capacidad para generar nuevas ideas.
- Aprender a elaborar un reportaje fotográfico propio.
- Reflexionar críticamente sobre el proceso de obtención de una fotografía para su publicación y conocer las consecuencias que puede tener.
- Adquirir conciencia crítica del papel del fotógrafo en la sociedad.
- Descubrir las funciones y prestaciones audiovisuales del teléfono móvil.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Mostrar motivación y capacidad para el desempeño de proyectos profesionales y académicos, así como compromiso con el rigor, la ética y la calidad.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Trabajar con responsabilidad individual y compromiso con los valores democráticos, de sostenibilidad y de diseño universal, a partir de prácticas basadas en el aprendizaje, el servicio público y la inclusión social.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.

CONTENIDOS

1. Historia de la fotografía
 - 1.1. Introducción: historia del arte (artistas) e historia de la ciencia (científicos)
 - 1.2. El principio fotográfico: el invento y el inventor
 - 1.3. Los primeros fotógrafos: Cameron, Stieglisch, Mybridge, Nadar
 - 1.4. Las primeras cámaras: la cámara oscura, la cámara de placas, la cámara de banco óptico, la cámara Leica, la cámara reflejo, la cámara compacta y la cámara digital
2. Técnica fotográfica
 - 2.1. La formación de la imagen
 - 2.2. La cámara fotográfica: el cuerpo y el objetivo, conmutadores y funcionamiento
 - 2.3. Tipos de cámaras que ofrece el mercado: analógico i digital
 - 2.4. El diafragma: núm. *f*, apertura y luminosidad
 - 2.5. El obturador: escala de velocidades
 - 2.6. La profundidad de campo: diafragma, distancia focal, distancia cámara-sujeto...

- 2.7. El movimiento: el disparo, lento o rápido, y el movimiento de cámara
- 2.8. La óptica: centro óptico, distancia focal, tipos de lentes...
- 2.9. Los objetivos: angular, normal y teleobjetivo. Zoom y ópticas especiales
- 2.10. El enfoque: selección del punto enfocado, tipos de enfoque: AF y M
- 2.11. El fotógrafo y su equipo: situación, instinto, posición y actitud
- 3. La luz
 - 3.1. Características y propiedades
 - 3.2. Tipos de luz, dirección, intensidad, temperatura de color, calidad...
 - 3.3. Fuentes de luz: día, contraluz, efectos meteorológicos, tungsteno, fluorescente, fuego, artificial i flash
- 4. Fotometría
 - 4.1. La medición de la exposición: relación entre apertura, número f y sensibilidad
 - 4.2. El fotómetro: el fotómetro de la cámara y el fotómetro independiente
 - 4.3. Tipo de medidas de exposición: incidente y reflejada
 - 4.4. Lecturas de la luz: puntual, matricial i preponderada en el centro
 - 4.5. Cálculo del gris medio de la imagen: tarjeta/carta gris del 18 %
- 5. Soportes fotográficos
 - 5.1. Soporte analógico: la película fotosensible, ISO, grano, contraste, poder resolutivo y latitud
 - 5.2. Tipos de soportes analógicos: negativo de color, negativo en b/n, diapositiva, infrarrojo y papel
 - 5.3. Soporte digital: el sensor fotosensible, sensibilidad, pixel, pantalla y tarjetas de memoria
 - 5.4. Soporte físico: papel, plotter, plástico, translúcido y álbum digital Diferencias entre analógico y digital: tamaño de la imagen captada, métodos de almacenamiento de la imagen digital, defectos y problemas
- 6. Tratamiento de la imagen
 - 6.1. El laboratorio fotográfico convencional: revelado negativo / revelado positivo
 - 6.2. El laboratorio fotográfico digital: programas de edición de imágenes. Photoshop
 - 6.3. Preparación de la imagen digital para uso profesional
 - 6.4. Cambio de soportes: digitalización de las imágenes (escáneres)
- 7. El flash
 - 7.1. Funcionamiento del flash
 - 7.2. Diferentes sistemas de utilización: manual, automático i TTL
 - 7.3. Tipos de flash: de cámara y de estudio
 - 7.4. Utilización del flash para reportaje: dirigitible, rebotado y externo a la cámara
- 8. La fotografía digital
 - 8.1. El sensor fotosensible: tipos de sensores
 - 8.2. La pantalla o *display*: fotografiar comprobando el resultado
 - 8.3. Formatos digitales: resolución, calidad y tamaño de la imagen
 - 8.4. Archivos digitales
 - 8.5. Problemas y soluciones del mundo digital: la suciedad en el sensor
- 9. Imagen
 - 9.1. Composición visual: principios de composición (encuadre, escala de planos, armonía, claridad, luz, etc.)
 - 9.2. El recorrido visual, el centro de interés y el punto de vista
 - 9.3. La ley de los tercios
 - 9.4. Anatomía del mensaje visual: representacional, abstracto y simbólico
- 10. La fotografía y la ley
 - 10.1. La Ley de la Propiedad Intelectual
 - 10.2. Derechos de autor y *copyright*
 - 10.3. Derechos de explotación de las imágenes
 - 10.4. La propiedad de las fotografías
 - 10.5. Permisos y autorizaciones
 - 10.6. Derecho a la propia imagen
 - 10.7. La ética del fotógrafo
- 11. La fotografía en los multimedia
 - 11.1. La fotografía en Internet. La web
 - 11.2. Proyección de imágenes: conciertos, espectáculos y teatro
 - 11.3. La fotografía impresa: prensa escrita
 - 11.4. CD, trípticos, catálogos, vallas publicitarias, libros...
 - 11.5. Las cámaras objeto: teléfono móvil
 - 11.6. Revistas especializadas: motor, moda y entretenimiento
 - 11.7. Publicaciones de prestigio
- 12. Disciplinas de la fotografía
 - 12.1. El fotoperiodismo
 - 12.2. La fotografía social
 - 12.3. La fotografía de moda
 - 12.4. La fotografía publicitaria
 - 12.5. La fotografía de arquitectura
 - 12.6. La fotografía de viaje
 - 12.7. La fotografía de autor
 - 12.8. La fotografía submarina
 - 12.9. La fotografía del espacio
 - 12.10. El paparazzi: la fotografía del corazón

- 12.11. La fotografía de guerra
- 12.12. La fotografía erótica
- 12.13. La fotografía médica
- 12.14. La fotografía científica
- 12.15. La macrofotografía
- 13. El fotógrafo profesional
 - 13.1. Trabajar de autónomo: ventajas e inconvenientes
 - 13.2. Trabajar como asalariado: ventajas e inconvenientes
 - 13.3. Formación: académica y autodidacta
 - 13.4. Credenciales: carné de prensa y autorizaciones
 - 13.5. Herramientas de trabajo: equipo fotográfico, vehículos, teléfono móvil, ordenador, etc.
 - 13.6. Disponibilidad: horario, festivos y vacaciones
- 14. El retrato
 - 14.1. Origen e historia
 - 14.2. El personaje y el fotógrafo
 - 14.3. Tipologías de retratos
 - 14.4. El retrato preparado
 - 14.5. Los grandes retratos de la historia
- 15. La fotografía con teléfono móvil
 - 15.1. Las cámaras de los dispositivos móviles
 - 15.2. La fotografía del instante
 - 15.3. Edición y compartición de la fotografía en la red

EVALUACIÓN

- La evaluación está formada por una parte de teoría y una de práctica: La parte de teoría cuenta un 15 % de la nota. Está repartida entre la asistencia a clase y un comentario personal de una visita a una exposición de fotografía.
- La parte práctica cuenta el 85 % restante de la nota, y está formada por el seguimiento del trabajo realizado (30 %), que debe realizarse de manera dirigida en horario lectivo, proyectos individuales (15 %), y un trabajo final individual (40 %) que los alumnos deben desarrollar en el transcurso de toda la asignatura.

METODOLOGÍA

La metodología que sigue es la combinación entre clases teóricas y prácticas. Sin embargo, la asignatura tiene un enfoque práctico.

- En las sesiones con todo el grupo entero de clase el profesor explica los conocimientos teóricos de cada uno de los distintos temas.
- Estas clases de teoría combinan la clase magistral con las sesiones de proyección de documentales y debates en el aula.
- Por el contrario, en las sesiones con subgrupos se lleva a cabo la parte práctica de la asignatura.
- En las clases prácticas el profesor hace una pequeña explicación teórica y pone un ejercicio a desarrollar en horario lectivo. Cada grupo coge una cámara fotográfica del servicio de audiovisuales y el material que necesite, y lleva a cabo el ejercicio en la calle o bien en el plató de fotografía.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Freeman, Michael (2010). *El Ojo del Fotógrafo: Composición y Diseño para crear mejores fotografías digitales* (2 ed.). Blume.
- Langford, Michael (1990). *La fotografía paso a paso: curso completo* (8 ed.). Hermann Blume Ediciones.
- Mellado, José María (2010). *Fotografía de alta calidad: Técnica y método*. Artual SL.
- Newhall, Beaumont (2002). *Historia de la fotografía* (2 ed.). Editorial Gustavo Gili S. A.
- Sontag, Susan (1992). *Sobre la Fotografía* (3 ed.). Edhasa.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Taller de Producción Radiofónica

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 6,0

Semestre: 1.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	español	Raúl Martínez Corcuera

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 5. Igualdad de género
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas

OBJETIVOS

La asignatura Taller de Producción Radiofónica se enmarca en la materia Producción Audiovisual. Ambas abordan los conocimientos tecnológicos, artísticos y de contenido para la realización de un producto audiovisual. El alumnado ha de comprender el proceso de producción radiofónica, que va desde la idea, a la producción, la realización y hasta la emisión, y debe participar en este proceso. El Taller de Producción Radiofónica integra los conocimientos y resultados adquiridos por los estudiantes en asignaturas previas del grado, como el [Taller de Redacción y Locución en Medios Audiovisuales](#), y el [Taller de Radio](#), y a partir de ahí profundiza en el proceso de la producción para el medio radiofónico y para nuevas ventanas de la industria del audio.

Entre otros, los objetivos centrales son:

- Trabajar la cooperación en equipo en la producción y realización de piezas radiofónicas.
- Fomentar la autonomía en la producción y realización audiovisual.
- Evolucionar en la comunicación oral y escrita audiovisual.
- Promover la creatividad.
- Capacitar en la creación y realización de programas radiofónicos complejos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.
- Utilizar de forma adecuada los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación digital para comunicar de manera eficiente mediante proyectos comunicativos en las diversas plataformas digitales, con un alto grado de corrección en el uso, la forma y el contenido.

CONTENIDOS

1. **Los géneros radiofónicos I.** Concepto y antecedentes. Ámbitos de clasificación y descripción. Tipologías de los géneros radiofónicos de no ficción
2. **Los géneros radiofónicos II.** Géneros dialógicos: entrevista, debate, mesa redonda, tertulia y tren de voces
3. **Los géneros radiofónicos III.** Géneros de monólogo: crónica, comentario y reportaje
4. **El programa radiofónico.** Parámetros programáticos. Conceptualización y diseño. El programa como unidad. El programa magazín. El proceso de producción. Modelos de programación
5. **Productos sonoros asíncronos.** Parámetros para la ideación y diseño de un pódcast. Los pódcast de no ficción
6. **El sector radiofónico y la industria del audio.** Estructura del sector. Nuevos y viejos actores en la industria del audio. Tendencias actuales: contenidos, audiencias y consumos
7. **El rol de la comunicación** en una sociedad inclusiva

EVALUACIÓN

El Taller de Producción Radiofónica tiene distintos trabajos de evaluación, con ponderación sobre la calificación final.

La **evaluación teórica** (20 % de la nota final de la asignatura) consiste en realizar un trabajo individual de análisis de un pódcast de no ficción. Se valora especialmente el análisis crítico del caso práctico partiendo de la teoría de la asignatura, el uso de bibliografía y

artículos especializados (2-3 referencias), así como la integración del lenguaje adecuado al tipo de trabajo y a la materia objeto de estudio. Para la evaluación se presenta un pódcast de 5 minutos del OFF más la inclusión de ejemplos del programa; y la presentación del guion. Esta prueba es recuperable en la fecha establecida por la Facultad.

La **realización de trabajos prácticos o proyectos** es una tarea de grupo. Consiste en la ideación, producción y realización de tres producciones radiofónicas: una entrevista, un reportaje y dos programas magazín. Se valora especialmente que el alumnado integre y aplique en la práctica los fundamentos de la narrativa y el lenguaje radiofónicos.

- Entrevista: 15 % de la nota final
- Reportaje: 15 % de la nota final
- Programa magazín I: 20 % de la nota final
- Programa magazín II: 30 % de la nota final

Para poder aprobar la asignatura, es necesaria una nota mínima de 5 en las pruebas de evaluación y en los proyectos.

Seguimiento del trabajo en el que se evalúa una memoria de producción de los diversos proyectos realizados, en forma de carpeta de aprendizaje. Incluye: descripción de las actividades realizadas individualmente que han permitido aprender unos contenidos determinados o alcanzar objetivos y competencias concretas; reflexiones del alumnado sobre el proceso de aprendizaje a partir de respuestas a: "¿Qué he aprendido?", "¿Qué pienso sobre los contenidos aprendidos?", o "¿Cómo puedo aplicar lo aprendido?". Se valora con el 20 % de la evaluación de cada práctica.

Recuperación. Puede recuperarse un máximo de dos producciones.

En el seguimiento de las distintas actividades de evaluación, el alumnado dispone de una guía específica. **En todos los casos se tiene en cuenta el cuidado de los elementos formales, así como de la redacción.**

Cualquier irregularidad en una actividad evaluable (copia, plagio, suplantación de identidad...) conlleva una calificación de 0 en la actividad en cuestión. Si se producen 3 irregularidades, la calificación final de la asignatura es 0.

METODOLOGÍA

La asignatura se desarrolla mediante distintos procedimientos metodológicos.

Los contenidos teóricos se trabajan en las sesiones con grupo completo. Esta parte permite abordar los fundamentos conceptuales que se aplican en las sesiones prácticas con subgrupos, que trabajan con la metodología del aprendizaje basado en proyectos.

Las sesiones de prácticas se desarrollan en la sala de redacción, en el estudio de radio Carles Capdevila y las cabinas de radio de la UVic.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Abel, J. (2015). *Out on the wire: The storytelling secrets of the new masters of radio*. Broadway Books.
- Bee, A. (2021). *Station and programme formats*. En J. Collins & A. Bee (Eds.), *The Radio Handbook* (pp. 67-92). London & New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429276637-4-4>.
- Pedrero-Esteban, L. M., García Lastra-Núñez, J. M. (2019). *La transformación digital de la radio: Diez claves para su comprensión profesional y académica*. Tirant Humanidades.
- Rodero, E. (2011). *Creación de programas de radio*. Síntesis.
- Stewart, P., I Alexander, R. (2022). *Setting Up the Interview*. En *Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News* (8.a ed., pp. 103-151). New York: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003026655-7>.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Bandas Sonoras

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 3,0

Semestre: 2.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	español	Conrado Xalabarder Aulet

OBJETIVOS

El objetivo de esta asignatura es comprender el uso de la música en los medios audiovisuales, pero no solo como elemento estético y emocional, sino singularmente narrativo. Así, el propósito es que el alumnado comprenda sus funciones principales, entienda los recursos disponibles y sepa elaborar un guion musical que complemente el guion literario, y que, en definitiva, sea capaz de trasladar sus intenciones y decisiones al compositor para que las plasme en forma de música.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Identificar el rol del comunicador audiovisual en relación con la sociedad, los derechos humanos y la diversidad social en sus distintas dimensiones, en un contexto local, nacional y global.
- Distinguir y reconocer las teorías de la comunicación, los lenguajes comunicativos, así como los paradigmas y los modelos de análisis e interpretación.
- Comprender los procesos de la investigación en comunicación a nivel profesional y académico, así como sus métodos y procedimientos, tanto en sus contextos histórico y social como en relación con las tendencias de vanguardia.
- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Utilizar métodos de análisis e investigación para identificar nuevas necesidades de comunicación, con flexibilidad y determinación para afrontarlas en diferentes contextos.
- Utilizar de forma adecuada los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación digital para comunicar de manera eficiente mediante proyectos comunicativos en las diversas plataformas digitales, con un alto grado de corrección en el uso, la forma y el contenido.

CONTENIDOS

La asignatura tiene una vertiente teórica y otra práctica. En la teórica se exponen las singularidades de la música aplicada al medio audiovisual (que son diferentes a las de la música no aplicada); en la práctica se estudian numerosos ejemplos de guiones musicales.

En la parte teórica se desarrollan las siguientes materias:

1. Introducción
 - 1.1. La música en el medio audiovisual. Elementos identificativos
2. La música en el contexto audiovisual
 - 2.1. Música necesaria y música creativa
 - 2.2. Música original, preexistente y adaptada
 - 2.3. Música diegética y música incidental
 - 2.4. Música empática y música anempática
 - 2.5. Música integrada
3. Distribución musical
 - 3.1. Estructura musical
 - 3.2. Tema inicial y tema final
 - 3.3. Tema principal, tema central y tema secundario
 - 3.4. Subtema
 - 3.5. Contratema
 - 3.6. Motivos y fragmentos: el *leitmotiv*
 - 3.7. La música repetida, variada y repercutida
 - 3.8. El silencio musical
4. Niveles de música
 - 4.1. Nivel sonoro
 - 4.2. Nivel argumental
 - 4.3. Nivel espacial
 - 4.4. Nivel dramático
5. Procesos de dinamización
 - 5.1. La música y los diálogos
 - 5.2. La conexión secuencial
 - 5.3. Alargamiento e intensificación de la secuencia

6. Creación del guion musical

EVALUACIÓN

- P1. Observación de la participación: 10 %
- P2. Seguimiento del trabajo realizado: 10 %
- P3. Pruebas específicas de evaluación: exámenes: 40 %
- P4. Realización de trabajos o proyectos requeridos: 40 %

METODOLOGÍA

A partir de los conceptos teóricos y ejemplos estudiados en clase, el alumno se enfrenta a los retos y dificultades que tiene la creación de un guion musical coherente y claro. Se llevan a cabo sesiones conjuntas, exposiciones de los alumnos, debates y evaluaciones individuales.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Xalabarder, Conrado (2015). *El Guion Musical en el Cine*. CreateSpace.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Métodos de Investigación en Comunicación

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 6,0

Semestre: 2.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G21, presencial, mañana	inglés	Marc Bellmunt Soler

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 4. Educación de calidad

OBJETIVOS

Si comienzas tu primer proyecto de investigación, la tarea puede parecer abrumadora. ¿Cómo elijo el tema? ¿Dónde puedo encontrar información sobre este tema? ¿Qué hago cuando la encuentro? ¿Para qué investigar? Esta asignatura te permitirá realizar preguntas, recopilar información y te animará a pensar en la creación e interpretación de mensajes. La investigación en comunicación es algo más que un simple trabajo de estadística. Por eso en esta asignatura se examinan tanto los aspectos cuantitativos como los cualitativos de la investigación en comunicación. La asignatura combina teoría y práctica relacionada tanto con la metodología como con los análisis que suelen utilizar los estudiosos de la comunicación. Se trata de realizar una investigación original en el ámbito de la comunicación. A lo largo del camino adquirirás habilidades específicas que te ayudarán a pensar, escribir y hablar como un investigador de la comunicación.

El objetivo es proporcionar a los estudiantes los principios y habilidades básicas necesarios para realizar una lectura crítica de la literatura de investigación y desarrollar competencias mínimas para la estructuración básica de estudios descriptivos y experimentales que incluyan las técnicas de recogida, análisis y presentación de datos en la investigación de la comunicación.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Comprender los procesos de la investigación en comunicación a nivel profesional y académico, así como sus métodos y procedimientos, tanto en sus contextos histórico y social como en relación con las tendencias de vanguardia.
- Mostrar motivación y capacidad para el desempeño de proyectos profesionales y académicos, así como compromiso con el rigor, la ética y la calidad.
- Usar estadísticas y datos de manera correcta con finalidad comunicativa, tanto en contextos profesionales como académicos.
- Utilizar estrategias y técnicas de análisis y de síntesis para tomar decisiones eficientes en procesos de investigación, documentación e interpretación de datos e informaciones.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.

CONTENIDOS

1. Iniciar un proyecto de investigación en comunicación
 - 1.1. ¿Qué es la investigación (en comunicación)?
 - 1.2. ¿Para qué escribir investigación?
 - 1.3. ¿Por qué un informe formal?
2. De los temas a las preguntas
 - 2.1. De un ámbito de interés a un tema de investigación
 - 2.2. Pregunta de investigación
 - 2.3. Problema
3. La revisión bibliográfica y documental
 - 3.1. Usos de las fuentes
 - 3.2. Evidencias
 - 3.3. Preparar un borrador
 - 3.4. Redactar un apartado de revisión de bibliografía
4. Los argumentos
 - 4.1. Objetivos generales y específicos
 - 4.2. Razones i argumentos
 - 4.3. Hipótesis
5. Metodologías de Investigación
 - 5.1. Encontrar alternativas
 - 5.2. Investigación cualitativa vs cuantitativa
 - 5.3. Diseño de una entrevista
 - 5.4. Diseño de una encuesta
6. Recogida de datos
 - 6.1. Análisis de datos
7. Preparando una revisión

- 8. Conclusiones
 - 8.1. Tres elementos de una introducción
 - 8.2. Palabras iniciales y de cierre
- 9. Presentación de investigación

EVALUACIÓN

- Trabajos en clase (15 % de la nota final): 1,5 puntos
- Proyecto de investigación (parte 1) y presentación de la investigación (25 % de la nota final): 2,5 puntos
- Presentación oral de la investigación (parte 1) (5 % de la nota final): 0,5 puntos
- Proyecto de investigación (parte 3) y presentación de la investigación (25 % de la nota final): 2,5 puntos
- Presentación oral de la investigación (partes 2 y 3) (5 % de la nota final): 0,5 puntos

Si la nota final no aparece como aprobada, para aprobar la asignatura es necesario realizar y entregar una actividad nueva. Para optar a la recuperación de la asignatura es necesario estar matriculado y haber obtenido una nota final de entre 1,9 y 4,9.

METODOLOGÍA

Esta asignatura utiliza una metodología de aprendizaje basado en proyectos (ABP). El ABP es un método de enseñanza en el que los estudiantes adquieren conocimientos y habilidades trabajando durante un período prolongado de tiempo para investigar y responder a preguntas, problemas o retos.

Nos reunimos dos veces por semana para trabajar los métodos de investigación y discutir el proyecto del curso. Se asignan lecturas de bibliografía para facilitar el trabajo, pero no se dedica tiempo de clase a repasar estos documentos. El tiempo de clase se utiliza para trabajar en grupo, responder a preguntas sobre los conceptos y utilizar estos conceptos para entender proyectos de investigación publicados y ayudar a planificar las propias consultas.

Cada alumno forma parte de un grupo que se reúne en clase para trabajar los proyectos del curso. Para cumplir los objetivos de la asignatura es necesario asistir regularmente a clase. Hay que evitar perderse clases: no es ético que solo una parte del grupo trabaje en el proyecto de investigación. Es mucho más fácil realizar investigaciones cuando todo el mundo trabaja conjuntamente en un tema determinado. Se utilizan Excel, Word y Google Drive.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Booth, W., Colomb, G., Williams, J. (2003). *The Craft of Research* (2 ed.). Recuperado de <http://course.sdu.edu.cn/G2S/eWebEditor/uploadfile/20140306165625006.pdf>
- Collins H. (2010). *Creative Research: The Theory and Practice of Research for the Creative Industries*. Bloomsbury Publishing.
- Creswell, J. W. (2008). *Chapter 1. The Selection of a Research Design*. In: *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage Publications: Los Angeles. Recuperado de http://www.sagepub.com/upm-data/22780_Chapter_1.pdf
- Denzin, Norman K., Lincoln, Yvonna S., ed. (2005). *The Sage handbook of qualitative research*. Thousand Oaks, Calif. : Sage Publications.
- Hesse-Biber Nagy S. (2010). *Mixed Methods Research: Merging Theory with Practice*. Guilford Press.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Taller de Comunicación Interactiva

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 3,0

Semestre: 2.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Xavier Docampo Sellarès

OBJETIVOS

Este taller tiene como objetivo capacitar al alumnado para conceptualizar y crear proyectos interactivos, y profundizar en todos los aspectos vinculados a su desarrollo haciendo un énfasis especial en las nuevas tendencias tecnológicas, en el impacto, la trascendencia y la evolución de las redes sociales, y en la creación de contenido. Se trabaja con diferentes herramientas en línea y se aplican los conocimientos desarrollados anteriormente en la asignatura Comunicación Digital Interactiva para la creación, con Wordpress, del proyecto que se había conceptualizado.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Trabajar con responsabilidad individual y compromiso con los valores democráticos, de sostenibilidad y de diseño universal, a partir de prácticas basadas en el aprendizaje, el servicio público y la inclusión social.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.
- Utilizar de forma adecuada los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación digital para comunicar de manera eficiente mediante proyectos comunicativos en las diversas plataformas digitales, con un alto grado de corrección en el uso, la forma y el contenido.

CONTENIDOS

1. Sistemas de gestión de contenidos (CMS) Evolución, panorama actual y software
2. Squarespace (web), Wordpress (web) y Mailchimp (newsletter)
3. Wordpress 1. Lógica, interfaz y administración versus contenido
4. Wordpress 2. Temas, páginas i menús. Entradas, etiquetas y categorías
5. Wordpress 3. Sidebars, plugins y widgets
6. Wordpress 4. Creación de un sitio web propio
7. Tratamiento visual, gráfico, textual y diseño para la web
8. Especificidades de la comunicación digital interactiva y transmedia
9. Las redes sociales: gestión, planificación, contenidos y figura del *community manager*

EVALUACIÓN

Hay dos tipos de actividades de evaluación: individuales y en grupo.

Actividades individuales (50 puntos)

1. **Diseño y navegación (web):** maquetar (diseño y contenido) una web de temática libre utilizando herramientas en línea. **(10 puntos)**
2. **Investigación y análisis (artículo):** elaboración de un artículo en formato de post en el blog de la asignatura en el que se presente y analice un ejemplo de caso viral en las redes sociales. **(15 puntos)**
3. **Creatividad y conceptualización (app):** idear, esbozar y presentar una propuesta de aplicación futurista y original para dispositivos móviles. **(25 puntos)**

Actividades en grupo (50 puntos)

Desarrollo del proyecto web final a partir del trabajo previo de la asignatura Comunicación Digital Interactiva, que se trabaja en grupo (elaborado en CMS, con Wordpress).

1. **Tutorías y seguimiento** del proyecto de grupo. **(10 puntos)**
2. **Proyecto en línea.** **30 puntos**
3. **Redes sociales:** planificación y desarrollo de la estrategia en las redes sociales con propuesta de contenidos y planificación temporal. **(10 puntos)**

Total de la asignatura (100 puntos) = Actividades individuales (50 puntos) + actividades en grupo (50 puntos)

Criterios para la evaluación

- Es necesario presentarse a todas las partes de la evaluación.
- Para superar la asignatura hay que superar todas las actividades a excepción de la resolución de problemas.
- Las tutorías y presentaciones no son recuperables.
- El ejercicio de creatividad y conceptualización se puede recuperar en la repesca siempre que se haya presentado puntualmente.

METODOLOGÍA

- Exposición teórica de contenidos por parte del profesor y aplicación práctica por parte de los estudiantes.
- Se llevan a cabo sesiones de trabajo en clase, de tutorías y de presentaciones por parte de los estudiantes.
- En el plan de trabajo de la asignatura se especifica semanalmente la previsión de lo que se hace en cada sesión.
- El estudiante debe dedicar unas horas de trabajo personal cada semana a esta asignatura para consolidar los conocimientos adquiridos en los distintos temas.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Cobo Romani, Cristóbal, Pardo Kuklinski, Hugo (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México.
- Eccher, Clint (2011). *Diseño Web Profesional*. Anaya Multimedia.
- Pardo Kuklinski, Hugo (2010). *Geekonomía. Un radar para producir en el postdigitalismo*. Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Sánchez, Joani, Tellado Fernando (2014). *Wordpress 4 La tela de araña*. Anaya Multimedia.
- Schultz, David W. (2007). *Beginning HTML with CSS and XHTML : modern guide and reference*. Apress.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Taller de Infografía

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 3,0

Semestre: 2.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Ana Maria Jimenez Amaro

OBJETIVOS

- Acercar y dotar al estudiante de Comunicación Audiovisual de una potente herramienta de trabajo, como la infografía, que complemente la comunicación escrita, fotográfica y audiovisual.
- Capacitar al estudiante para aprender a comunicar visualmente y para entender y crear diferentes tipologías infográficas. Así, puede desarrollar su trabajo transversalmente en publicaciones periódicas, para empresas y en el ámbito del marketing o para las redes sociales.
- Proporcionar los conocimientos teóricos y prácticos inherentes al desarrollo del diseño, destacando el tratamiento de los gráficos informativos estáticos y dinámicos como nuevas formas expresivas de los medios informativos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Mostrar motivación y capacidad para el desempeño de proyectos profesionales y académicos, así como compromiso con el rigor, la ética y la calidad.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Trabajar con responsabilidad individual y compromiso con los valores democráticos, de sostenibilidad y de diseño universal, a partir de prácticas basadas en el aprendizaje, el servicio público y la inclusión social.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.

CONTENIDOS

1. Introducción a la infografía
 - Historia
 - Descripción
 - Función de la infografía en los medios audiovisuales
 - Nueva disciplina audiovisual
 - La tecnología al servicio de la infografía
 - El infografista y el infovisualizador
2. Diseño de la información y proceso infográfico
 - El análisis informativo
 - La documentación
 - El lugar de los hechos y los testigos
 - El esbozo y el *story board*
 - El equilibrio entre la función y la forma
 - El comunicador-infografista
 - Trabajo en grupo
3. Elementos infográficos
 - La figura humana
 - El infomapa
 - La representación geográfica
 - La megainfografía
 - Diagramas e iconos
 - Herramientas visuales de soporte
 - Gráficos en movimiento
4. Variables gráficas
 - Infografía de *hardnews* y *softnews*, y visualización de datos
 - Tendencias
 - La ilustración como recurso infográfico
 - La fotografía como recurso infográfico
 - Tipografía, color y coherencia
 - Introducción a la infografía *online* y sus posibilidades: infovisualización

EVALUACIÓN

Clases y prácticas presenciales:

- Observación de la participación: 10 %
- Seguimiento del trabajo realizado: 10 %
- Pruebas, exámenes y tests: 10 %
- Realización de proyectos: 70 %

Es recomendable consultar el plan de trabajo en el aula Moodle.

METODOLOGÍA

- Se sigue una estrategia continua de trabajo con temas reales y actuales a lo largo del curso, lo que implica elaborar trabajos publicables.
- Se pretende que el alumno pueda empezar, desde el principio del curso, a añadir muestras a su propio currículum vitae.
- El alumno va recibiendo información continuamente a lo largo del curso y fuera de las horas de clase sobre las últimas tendencias, novedades tecnológicas y programas para realizar infografías.
- Se lleva a cabo una práctica continua que permite conocer y analizar cualquier tipo de infografías.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Aicher, O. Kramper, M. (2003). *Sistemas de signos en la comunicación visual* (2003 ed.). GG Diseño.
- Costa, J. (2002). *La Esquemática, visualizar la información* (2002 ed.). Paidós.
- Holmes, N. (2004). *The Best in Diagrammatic Graphics* (2004 ed.). Rotovision.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Taller de Producción Televisiva

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 6,0

Semestre: 2.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	español	Meritxell Vilamala Bové

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 4. Educación de calidad
- 5. Igualdad de género

OBJETIVOS

La asignatura Taller de Producción Televisiva permite experimentar en **primera persona** cómo se elaboran **productos audiovisuales complejos**, como un concurso, incorporando las **técnicas y nuevos formatos** que van emergiendo con las redes sociales, plataformas de contenidos y el auge del consumo de programas a la carta. En todos los casos se trabaja la producción y realización de productos audiovisuales desde el inicio: planteamiento de la **idea, diseño, producción y realización en vivo** en el plató.

El objetivo es consolidar conocimientos adquiridos en asignaturas anteriores y llegar a construir un producto audiovisual complejo que integre distintos géneros en un mismo programa. También se profundiza en la **realización multicámara**, la **grabación por bloques**, el **equipo ENG**, el conocimiento del **equipamiento técnico** de un plató y de una cabina de realización, y los **roles y dinámicas de trabajo** en cualquier productora.

Asimismo, se analiza qué factores explican que la cantidad de minutos frente al televisor caiga cada año cuando, paradójicamente, **se consume más contenido audiovisual que nunca** a través de dispositivos móviles, principalmente *smartphones*.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.
- Utilizar de forma adecuada los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación digital para comunicar de manera eficiente mediante proyectos comunicativos en las diversas plataformas digitales, con un alto grado de corrección en el uso, la forma y el contenido.

CONTENIDOS

- 1. La televisión, ¿en peligro o en transformación?**
 - 1.1. Un futuro incierto a causa de los nuevos hábitos de los espectadores
 - 1.2. Contenido a la carta, retransmisiones en directo y *streaming*
 - 1.3. Presentación de los géneros televisivos. Hibridación de formatos
- 2. La realización multicámara y los roles en una producción audiovisual**
 - 2.1. La norma del eje
 - 2.2. El plató de televisión y los medios técnicos
 - 2.3. La cabina de realización
 - 2.4. Roles y jerarquías en una producción audiovisual
 - 2.5. Errores más comunes, rol a rol
 - 2.6. El papel del público
 - 2.7. Espacio, decorado e intención. El juego escénico
- 3. La entrevista televisiva**
 - 3.1. Concepto y antecedentes
 - 3.2. Clasificación
 - 3.3. Pautas para la preproducción, producción y realización
- 4. El reportaje y el documental televisivo**
 - 4.1. Definición y clasificación

- 4.2. La exigencia del guion
- 4.3. Rodaje y montaje visual y sonoro
- 4.4. Pautas para la preproducción, producción y realización
- 5. **El concurso y el magacín televisivo**
 - 5.1. Necesidades de producción
 - 5.2. Cambios de set
 - 5.3. Pautas para la preproducción, producción y realización
- 6. **Rodajes en exteriores**
- 7. **Audiencia e indicadores después de graduarse**
 - 7.1. Análisis del fenómeno streamer
 - 7.2. Análisis de formatos televisivos de éxito
- 8. **La «bola de cristal»**
 - 8.1. Fusión de formatos
 - 8.2. La tele que viene
 - 8.3. Responsabilidad y compromiso ético

EVALUACIÓN

- Producción de una entrevista, con seguimiento del trabajo realizado (ejercicio colectivo, evaluación individual): 20%
- Producción de un reportaje, con seguimiento del trabajo realizado (ejercicio colectivo, evaluación individual): 20%
- Producción de un concurso, con seguimiento del trabajo realizado (ejercicio colectivo, evaluación individual): 20%
- Una actividad en exteriores + evaluación final (ejercicio individual): 35%
- Asistencia y participación (5%)

La evaluación es continuada. Para superar la asignatura hay que asistir a un 80% de las sesiones prácticas y teóricas.

En caso de que sea necesario, el alumnado podrá optar a **recuperar dos de las prácticas** dentro del periodo establecido en el calendario académico.

METODOLOGÍA

Con el objetivo de lograr los conocimientos del temario se combinan:

- **Talleres prácticos:** simulaciones en el plató o en exteriores para aprender a dominar las herramientas y grabar en vivo, dedicando siempre un rato final a valorar cómo trabaja el equipo. En este caso, se opta por la división del alumnado en subgrupos.
- **Clases teóricas con el grupo entero:** visionado de programas en antena o que han supuesto un antes y un después en las parrillas. Análisis del fenómeno *streamer*. Todo ello mediante debate y aprendizaje cooperativo.
- Tutorías individuales y en grupo
- Trabajo autónomo
- Autoevaluación
- Lecturas puntuales

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Barroso García, Jaime (2018). *Realización televisiva: De la TDT a la IPTV*. Fragua.
- Castillo, José María (2016). *Televisión, realización y lenguaje audiovisual* (3 ed.). Instituto Oficial de Radio y Televisión.
- Neira, Elena (2020). *Streaming Wars: La nueva televisión*. Planeta.
- Palacio, Manuel (2024). *La televisión en España (1990-2022)*. Cátedra.
- Terán, Borja (2019). *Tele: Los 99 ingredientes de la televisión que deja huella*. Somos Libros.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Teoría de la Imagen

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 3,0

Semestre: 2.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	español	Hector Ivan Navarro Guere

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 3. Salud y bienestar
- 4. Educación de calidad
- 5. Igualdad de género
- 7. Energía asequible y no contaminante
- 8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 12. Producción y consumo responsables
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas
- 17. Alianzas para lograr los objetivos

OBJETIVOS

- Mostrar habilidades para la reflexión crítica en los procesos vinculados al ejercicio de la profesión.
- Conocer el procesamiento de la información de la imagen.
- Estudiar las implicaciones teóricas y conceptuales de la imagen.
- Conocer las posturas, las complejidades y la filosofía de la imagen.
- Analizar las distintas formas de representación, reproducción y expresión de la imagen.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Identificar el rol del comunicador audiovisual en relación con la sociedad, los derechos humanos y la diversidad social en sus distintas dimensiones, en un contexto local, nacional y global.
- Distinguir y reconocer las teorías de la comunicación, los lenguajes comunicativos, así como los paradigmas y los modelos de análisis e interpretación.
- Identificar y discutir situaciones y casos del ámbito de estudio a partir de la interpretación del marco social, y de su evolución temporal, así como del ordenamiento jurídico, la ética y la deontología de la comunicación audiovisual.
- Utilizar métodos de análisis e investigación para identificar nuevas necesidades de comunicación, con flexibilidad y determinación para afrontarlas en diferentes contextos.
- Aplicar los conceptos teóricos, narrativos, técnicos y tecnológicos de los medios audiovisuales para poder desarrollar con eficacia los distintos procesos que integran las rutinas productivas del mundo de la comunicación audiovisual.
- Utilizar de forma adecuada los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación digital para comunicar de manera eficiente mediante proyectos comunicativos en las diversas plataformas digitales, con un alto grado de corrección en el uso, la forma y el contenido.

CONTENIDOS

1. Proceso de percepción de la imagen
 - Sensación y percepción. Percepción y cognición
 - La percepción como procesamiento de información. La visión. Psicofísica visual
2. Introducción al estudio de la imagen
 - Teorías de la imagen
 - Qué es una imagen. Conceptos y fundamentos de las teorías de la imagen
 - La perspectiva artificial en la imagen bidimensional
 - El encuadre y el marco
3. Formas y técnicas de representación de la imagen
 - Evolución de la técnica de representación
 - Paradigmas de la imagen: prefotografía, fotografía, posfotografía
 - Imagen fija: pintura, cómic y fotografía
 - Imágenes sintéticas

EVALUACIÓN

Para alcanzar las competencias marcadas por la asignatura, el profesor utiliza los siguientes elementos:

- Realización de trabajos o proyectos requeridos (2 prácticas en grupo): 50 %

- Pruebas específicas de evaluación (ensayo individual): 30 %. Lectura y comprensión de textos y elaboración de informes o resúmenes
- Seguimiento de la participación: 20 %

La calificación final es el resultado de la sumatoria.

Nota: no hay repesca ni evaluaciones extraordinarias.

METODOLOGÍA

Las clases comprenden:

- Sesiones de trabajo con todo el grupo clase con el profesor
- Sesiones de tutoría individual con el profesor
- Sesiones de trabajo autónomo individual y/o en grupo

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Navarro- Güere, H. (2016). *Mirar nunca fue gratis: Apuntes sobre teoría de la imagen* . Recuperado de <http://hdl.handle.net/10854/5201>

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

ASIGNATURAS DE CUARTO CURSO

Dirección y Producción Audiovisual y Multimedia

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 6,0

Semestre: 1.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	español	Daniel Feixas Roca Oriol Rojas Vizcaino

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 5. Igualdad de género

OBJETIVOS

Esta asignatura prepara al estudiante para ser capaz de llevar a cabo una producción audiovisual interactiva de ficción. Con este fin, se profundiza la práctica de la producción y dirección audiovisual desde la teoría aplicada a la práctica. Se analizan los diferentes aspectos de la dirección y la producción audiovisuales para adquirir los diferentes conocimientos y habilidades que necesita un director-productor. Se experimentan procedimientos, técnicas y métodos para la adquisición de competencias de ideación y de organización del trabajo de dirección y producción, tanto audiovisual como multimedia.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.
- Utilizar de forma adecuada los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación digital para comunicar de manera eficiente mediante proyectos comunicativos en las diversas plataformas digitales, con un alto grado de corrección en el uso, la forma y el contenido.

CONTENIDOS

La asignatura trabaja los conocimientos tecnológicos, artísticos y de contenido para la realización de un producto audiovisual, así como la comprensión y participación en el proceso que va desde la idea hasta la emisión.

Los contenidos se distribuyen en los siguientes bloques temáticos:

1. De la idea al guion de ficción
2. La dirección audiovisual y la puesta en escena
3. La producción audiovisual
4. Dirección de arte y dirección de fotografía
5. Elección del *casting* y dirección de actores
6. Gestión de equipos de trabajo y confección de los documentos de producción y de rodaje
7. Introducción a la interacción audiovisual y al multimedia
8. Difusión y promoción audiovisual

EVALUACIÓN

La evaluación está diseñada para alcanzar los objetivos de la asignatura, que están vinculados a las competencias que debe adquirir el estudiante.

Individual (50 %)

Desglose de la nota:

- Observación de la participación: 10 %

- Valoración de los cortos de los compañeros: 5 %
- Guion individual del cortometraje: 15 %
- Dossier de venta del cortometraje: 20 %

Grupal (50 %)

- Análisis grupal del estilo de dirección: 15 %
- Escena rodada imitando un estilo de dirección: 15 %
 - Guion: 5 %
 - Escena rodada: 10 %
- Cortometraje individual seleccionado (rodado en grupo): 20 %

Para optar a evaluación deben presentarse todos los ejercicios programados. No hacerlo supone un suspenso directo sin opción a recuperación.

Prueba única de competencias: el alumno que crea que antes de empezar el curso ya cuenta con los conocimientos y las competencias que ofrece la asignatura puede presentarse a una prueba única de competencias de carácter práctico, siempre y cuando lo comunique al profesor durante los primeros 15 días desde el inicio del curso.

METODOLOGÍA

La asignatura combina una aproximación teórica y práctica a los contenidos desarrollados. Las prácticas del curso se generan en torno a dos trabajos profesionalizadores en el ámbito audiovisual de ficción, uno de los cuales es de carácter interactivo. A lo largo del curso se fomenta el trabajo autónomo con el apoyo del profesorado.

La asignatura incluye visitas (presenciales o virtuales) de diferentes invitados especializados en varias partes del proceso de producción y dirección audiovisual.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- BORDWELL, David, & THOMPSON, Kristin (1995). *El arte cinematográfico*. Paidós Comunicación.
- GÓMEZ MIRANDA, Andrés (2015). *Diseño funcional y de la interactividad de productos multimedia*. IC.
- RABIGER, Michael (2009). *Dirección cinematográfica. Técnica y estética* (4 ed.). Omega.
- REA, Peter W.; & IRVING, David K. (2010). *Cortos en cine y vídeo: producción y dirección*. Omega.
- TIRARD, Laurent (2010). *Lecciones de cine: Clases magistrales de grandes directores explicadas por ellos mismos*. Paidós Comunicación.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Innovación en Formatos Audiovisuales

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 3,0

Semestre: 1.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Jordi Cussó Amat

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 5. Igualdad de género
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas

OBJETIVOS

Esta asignatura sigue un planteamiento experimental, participativo y creativo. Se hace una introducción a los diferentes formatos audiovisuales de reciente aparición, en los que las tecnologías y las nuevas formas de participación y de creación tienen un papel relevante. El objetivo principal es que el alumnado conozca estos nuevos formatos y sea capaz de analizarlos críticamente, y que entienda su estructura y su papel en la sociedad actual y pueda hacer propuestas en este ámbito de conocimiento.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.
- Utilizar de forma adecuada los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación digital para comunicar de manera eficiente mediante proyectos comunicativos en las diversas plataformas digitales, con un alto grado de corrección en el uso, la forma y el contenido.

CONTENIDOS

1. Introducción
 - 1.1. Retrospectiva
 - 1.2. Nuevas tendencias en el audiovisual.
2. Innovación en formatos audiovisuales
 - 2.1. Géneros y cine
 - 2.2. Géneros y televisión
 - 2.3. Documental y animación
 - 2.4. Videjuegos
 - 2.5. Experiencias inmersivas
3. Tendencias en el audiovisual
4. Presentación de proyectos

EVALUACIÓN

- Participación activa: 25 %
- Presentación de la idea de formato: 15 %
- Presentación del desarrollo del proyecto (evaluable, no calificable)
- Presentación del proyecto final (*pitching*): 30 %
- Entrega de la memoria del proyecto: 30 %

METODOLOGÍA

Los estudiantes deben ir a las clases habiendo trabajado a partir de los diferentes materiales e indicaciones que el profesor les va proponiendo a lo largo del curso y que constan en el plan de trabajo disponible en el aula de Moodle.

Se realizan diversas actividades evaluables repartidas a lo largo del semestre: debates, presentaciones, análisis, lecturas y visionados. Todas estas actividades recogen aspectos trabajados en las sesiones teóricas.

El eje de la asignatura es la realización de un proyecto innovador que se desarrolla en diferentes fases, que incluyen la presentación pública del trabajo (*pitch*) y la entrega de la memoria escrita.

Se pretende que el alumnado sea una parte activa en el proceso de aprendizaje a través de la Metodología de aprendizaje *learning by doing* (aprender haciendo), que se basa en la experiencia práctica, a partir de la aplicación de conocimientos y habilidades trabajados en el aula para alcanzar nuevos retos en forma de proyecto. Esta metodología busca la asimilación de los temas de la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Carlos Alberto Scolari (2013). *Narrativas transmedia: CUANDO TODOS LOS MEDIOS CUENTAN*. Deusto.
- Fernández, E., Linares, R. (2014). *¡Echa el anzuelo! Estrategias de pitch para jornadas audiovisuales y proyectos transmedia*. UOC.
- Saló, Gloria (2003). *¿Qué es eso del formato?: Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*. Gedisa.
- Spinelli, M., Dann (2019). *Podcasting: The Audio Media Revolution*. Bloomsbury.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Investigación de Audiencias

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 3,0

Semestre: 1.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Ignacio Coll Parra

OBJETIVOS

El objetivo principal de esta asignatura es que el alumnado obtenga un conocimiento y comprensión básicos sobre el concepto de audiencia, su rol en el ecosistema de medios, las diferentes maneras de analizarla, así como el conocimiento de los diferentes proveedores de datos de audiencias y la descripción de los públicos, su relación con los medios de comunicación, el consumo de estos públicos y los procesos de recepción. Se pretende que, al terminar la asignatura, los estudiantes tengan una visión propia y crítica sobre la investigación de audiencias y que estén capacitados para llevar a cabo investigaciones aplicadas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Comprender los procesos de la investigación en comunicación a nivel profesional y académico, así como sus métodos y procedimientos, tanto en sus contextos histórico y social como en relación con las tendencias de vanguardia.
- Mostrar motivación y capacidad para el desempeño de proyectos profesionales y académicos, así como compromiso con el rigor, la ética y la calidad.
- Usar estadísticas y datos de manera correcta con finalidad comunicativa, tanto en contextos profesionales como académicos.
- Utilizar estrategias y técnicas de análisis y de síntesis para tomar decisiones eficientes en procesos de investigación, documentación e interpretación de datos e informaciones.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.

CONTENIDOS

- 1. Introducción a la investigación de audiencias**
 - 1.1. Concepto y características de la audiencia
 - 1.2. Justificación de su medida
 - 1.3. Contexto y evolución histórica
 - 1.4. Miradas actuales sobre las audiencias
- 2. Fundamentos teóricos y metodológicos de la investigación de audiencias**
 - 2.1. Etapas de la investigación de las audiencias
 - 2.1.1. Definición del problema de investigación y objetivos de la investigación
 - 2.1.2. Diseño de la investigación: decisión sobre las fuentes de información; sobre el tipo de estudio; elección de las técnicas de obtención de los datos (cuantitativas y cualitativas) aplicadas; el proceso de muestreo
 - 2.1.3. Selección de las técnicas de análisis de los datos
 - 2.1.4. Elaboración del informe y comunicación de los resultados
 - 2.2. Métodos de investigación aplicados al análisis de las audiencias
- 3. Conceptos relacionados con la investigación de audiencias**
 - 3.1. Audiencia media, audiencia acumulada, rating, *share*, etc.
- 4. Actores e indicadores en la investigación de audiencias**
 - 4.1. Principales proveedores de información en el mercado español
 - 4.2. Principales estudios de audiencia en España
- 5. La investigación de audiencias por medios**
 - 5.1. Prensa
 - 5.2. Radio
 - 5.3. Televisión
 - 5.4. Internet
 - 5.5. Cine
 - 5.6. Exterior
- 6. Nuevas tendencias y retos en la investigación de audiencias**
 - 6.1. De las audiencias de medios a las audiencias sociales

EVALUACIÓN

La evaluación de esta asignatura se fundamenta en la **evaluación continua**, es decir, en una serie de pruebas, tanto teóricas como prácticas, que el alumno debe llevar a cabo a lo largo del curso académico. Los formatos de evaluación de los que consta la asignatura son los siguientes:

Por un lado, los **créditos teóricos**, con un peso del 40 % de la nota total de la asignatura, evaluables mediante pruebas con formato de examen individual, que se distribuyen de la manera siguiente:

1. Examen parcial 1 (individual): 20 % de la nota; recuperable
2. Examen parcial 2 (individual): 20 % de la nota; recuperable

* En caso de suspender un parcial o ambos, la nota final resultante es la media de la nota suspendida con la nota conseguida con la repesca.

Por otra parte, los **créditos prácticos**, cuya valoración se fundamenta en:

1. Desarrollo y presentación (en soporte escrito y digital) de un proyecto de investigación grupal: 40 % de la nota
Del trabajo se valora la presentación, la corrección del estilo, la organización de la exposición, la adecuación de los contenidos teóricos, el planteamiento de los objetivos o hipótesis de trabajo, la profundidad de los resultados y recomendaciones, y la ejecución de la tarea sin cometer plagio, condición que, si no se cumple, supone suspender la asignatura.
2. Ejercicios de lectura, reflexión y síntesis, individuales o en grupo: 20 % de la nota

Requisitos para aprobar la asignatura

- Para poder hacer la media final, es necesario haber obtenido **una nota igual o superior a 5** en los exámenes.
- Cualquier estudiante puede recuperar los exámenes parciales en el período de repesca, siempre que se haya presentado en la convocatoria ordinaria.
- La copia completa o de parte de cualquiera de los elementos de evaluación (trabajo, ejercicio o examen) o el uso de la inteligencia artificial supone que no se valore. Según la gravedad del caso, también existe la posibilidad de suspender toda la asignatura y que se abra un expediente académico.

METODOLOGÍA

La asignatura se desarrolla mediante diversas actividades formativas y de aprendizaje:

- a. **Clases magistrales**, en las que se explican y discuten los contenidos de la asignatura y se promueve la participación del alumno con el apoyo de debates, la exposición y posterior discusión conjunta de ejercicios, determinadas lecturas seleccionadas previamente y relacionadas con los temas impartidos, etc. Los contenidos proporcionados en las sesiones teóricas se amplían mediante la lectura obligatoria de capítulos de los libros recomendados y de otras fuentes bibliográficas (artículos, investigaciones...).
- b. **Seminarios**, en los que se debate a partir de la lectura y análisis de la bibliografía, de artículos académicos o de informes del sector. Ejercicios, individuales o de grupo, para trabajar la teoría a partir de casos prácticos.
- c. Para conseguir el máximo aprovechamiento y la consecución de los objetivos docentes, el trabajo del alumno se acompaña de **sesiones tutorizadas** individuales o en grupo a horas preestablecidas dentro del horario de clase, en forma de videollamadas, de encuentros en el despacho o por correo electrónico.
- d. **Trabajo grupal y estudio individual**.

Para poder resolver todo tipo de situaciones de una investigación de comunicación, es imprescindible conocer y entender una serie de conceptos teóricos y saber aplicarlos de forma correcta en su resolución. Por tanto, es aconsejable asistir a clase e implicarse en las sesiones presenciales, en las que el profesor explica los contenidos teóricos de cada tema y acompaña la explicación con ejemplos y ejercicios.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Callejo, J. (2001). *Investigar las audiencias: Un análisis cualitativo*. Paidós.
- Cavaller, V., Vila, A., Ollé, C., Roca, M. (2017). *Análisis de audiencias y estrategias de visibilidad* (2 ed.). UOC.
- Jauset, J. (2000). *La investigación de audiencias en televisión*. Paidós.
- Nightingale, V. (1999). *El estudio de las audiencias: El impacto de lo real*. Paidós.
- Quintas-Froufe, N., Gonzalez-Neira, A. (Coords.) Barcelona (2021). *Los estudios de la audiencia: De la tradición a la innovación*. Gedisa.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Prácticas en Empresas

Tipología: Prácticas Académicas Externas (PAE)

Créditos: 12,0

Semestre: 1.º o 2.º

PROFESORADO RESPONSABLE

— Anna Maria Pérez Quintana

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 4. Educación de calidad
- 5. Igualdad de género
- 8. Trabajo decente y crecimiento económico

OBJETIVOS

Las Prácticas en Empresas son una asignatura crucial para dar carácter práctico a nuestras enseñanzas y, en este sentido, es necesario ofrecer una amplia bolsa de empresas de prácticas que a la vez sea cualitativamente interesante.

La universidad debe acercarse cada día más al mundo profesional y de la empresa y las prácticas son una herramienta clave para adquirir las competencias y habilidades que se requieren en el ejercicio profesional.

Se establecen convenios con todas estas empresas para garantizar que las prácticas se realicen en las mejores condiciones para el trabajo y el aprendizaje de los estudiantes.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Gestionar el propio proceso formativo para adquirir una formación integral que permita desarrollarse a nivel profesional y personal en un contexto de respeto a la diversidad.
- Mostrar motivación y capacidad para el desempeño de proyectos profesionales y académicos, así como compromiso con el rigor, la ética y la calidad.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Trabajar con responsabilidad individual y compromiso con los valores democráticos, de sostenibilidad y de diseño universal, a partir de prácticas basadas en el aprendizaje, el servicio público y la inclusión social.
- Desarrollar la gestión del propio proceso formativo para poder emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía y afrontar con solvencia los retos profesionales e intelectuales generados por la evolución del ámbito.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.

CONTENIDOS

Las prácticas de los estudios de comunicación se realizan en empresas periodísticas, audiovisuales o de publicidad, así como en gabinetes de comunicación y de relaciones públicas.

La Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña procura garantizar una oferta amplia, suficiente y de calidad de empresas que quieran acoger a los estudiantes en prácticas.

Las prácticas curriculares tienen lugar de forma preferente a partir del momento en el que el estudiante alcanza o está en disposición de alcanzar el 75 % de los créditos de su titulación (normalmente a partir de 3.º o 4.º cursos). Se pueden llevar a cabo durante el primer semestre, el segundo semestre o el verano de 4.º curso. Excepcionalmente, también se pueden realizar durante el verano que separa el 3.º y 4.º cursos.

EVALUACIÓN

Cada alumno de prácticas tiene un tutor asignado entre el profesorado de la Facultad de Empresa y Comunicación que realiza el seguimiento y la evaluación de los aspectos más académicos de la práctica; y también un tutor asignado por parte de la empresa donde realiza las prácticas que lleva a cabo su seguimiento y evaluación desde el punto de vista empresarial.

En general, el tutor nombrado por la Facultad de Empresa y Comunicación debe realizar un seguimiento periódico de la actividad y mantener contacto con el tutor designado por la empresa. Se recomienda que se ponga en contacto un mínimo de dos veces (una durante el desarrollo de la práctica y otra cuando acabe).

También es necesario que el tutor nombrado por la Facultad de Empresa y Comunicación mantenga contacto directo con el estudiante para realizar el seguimiento, la resolución de incidencias y la tutorización de la elaboración de la memoria y, al final, la evaluación. En concreto, y de forma obligatoria, debe contactar tres veces con el estudiante asignado (la primera vez, al inicio, la segunda, durante el desarrollo de la práctica, y la otra, cuando finalice) y, en general, debe estar en contacto con él por correo

electrónico para dar solución a las cuestiones que plantee puntualmente.

El tutor de la empresa debe evaluar con una calificación de entre 0 y 4 la actitud personal y profesional del estudiante en prácticas (puntualidad, cumplimiento de los horarios, implicación, aptitud para trabajar en equipo, disponibilidad, responsabilidad e integración en la empresa, consecución de las tareas encomendadas, etc.), y la calidad del trabajo en general llevado a cabo por el estudiante en prácticas. La media de esta evaluación tiene un valor del 40 % de la nota final.

De acuerdo con el seguimiento continuo de las prácticas y con la lectura y estudio de la memoria elaborada por el estudiante, el profesor tutor también debe evaluar con una nota de entre 0 y 4 la descripción de la entidad, la descripción de las tareas, la reflexión personal sobre el aprendizaje, la reflexión personal sobre la carrera profesional, la valoración crítica sobre el proceso de las prácticas, los aspectos formales y el seguimiento que se ha llevado a cabo durante el período de prácticas. La media de esta evaluación tiene un valor del 60 % de la nota final.

Por tanto, la calificación final de la asignatura de prácticas se calcula a partir del informe del tutor de la empresa (40 %) y del tutor de la Universidad de Vic (60 %). Este último puede considerar suspendida la práctica aunque para el tutor de la empresa la evalúe favorablemente.

La calificación o nota final resultante de estas evaluaciones la da el tutor designado por la Facultad de Empresa y Comunicación y la introduce en el boletín de calificaciones del aula Moodle.

Cualquier incidencia que pueda surgir se resuelve según lo previsto en el protocolo de prácticas. Si la situación no está prevista, el Consejo de Dirección de la Facultad de Empresa y Comunicación la analiza y emite una resolución.

METODOLOGÍA

Las prácticas curriculares equivalen a 12 créditos ECTS o 300 horas. Se distribuyen en un mínimo de 285 horas de prácticas y un máximo de 15 horas dedicadas a tareas de tutorización y confección de la memoria.

Al final del prácticum los estudiantes en prácticas deben redactar una memoria que deben presentar en formato digital al tutor de la Facultad durante los 15 días posteriores a la finalización de la práctica. En caso de que la fecha de firma de actas no permita disponer del plazo de 15 días, es necesario iniciar la redacción del prácticum antes de terminar la estancia en la empresa para poder cumplir los plazos administrativos.

La memoria debe tener una extensión máxima de 20 páginas y cumplir los demás requisitos formales previstos en el protocolo de prácticas de la Facultad de Empresa y Comunicación.

En esta memoria se debe explicar básicamente cómo es y cómo funciona la empresa en la que se ha hecho la práctica, y en qué ha consistido el trabajo realizado durante las prácticas, valorando críticamente la experiencia y relacionándola con el aprendizaje recibido durante los años de estudio.

BIBLIOGRAFÍA

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Arte Digital y Nuevos Medios

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 3,0

Semestre: 2.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	español	Francisco Javier Hurtado Mompeó

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 5. Igualdad de género
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas

OBJETIVOS

- Capacitar al estudiante en el conocimiento del arte digital y de los nuevos medios de creación en relación a los territorios del arte y a la comunicación audiovisual.
- Revisar las principales líneas teóricas, influencias y la obra de los creadores contemporáneos, con énfasis especial en la realización de proyectos mediante la utilización de las nuevas posibilidades tecnológicas como soporte.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Identificar el rol del comunicador audiovisual en relación con la sociedad, los derechos humanos y la diversidad social en sus distintas dimensiones, en un contexto local, nacional y global.
- Distinguir y reconocer las teorías de la comunicación, los lenguajes comunicativos, así como los paradigmas y los modelos de análisis e interpretación.
- Comprender los procesos de la investigación en comunicación a nivel profesional y académico, así como sus métodos y procedimientos, tanto en sus contextos histórico y social como en relación con las tendencias de vanguardia.
- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Utilizar métodos de análisis e investigación para identificar nuevas necesidades de comunicación, con flexibilidad y determinación para afrontarlas en diferentes contextos.
- Utilizar de forma adecuada los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación digital para comunicar de manera eficiente mediante proyectos comunicativos en las diversas plataformas digitales, con un alto grado de corrección en el uso, la forma y el contenido.

CONTENIDOS

1. La tecnología digital como dispositivo (perceptivo, representacional y discursivo)
 - 1.1. Introducción al contexto histórico (del *mainframe* al *microcomputer*). Desarrollo de los GUI. Interacción e interfaces. Del *desktop* a los *tangible user interfaces*
 - 1.2. Nuevas posibilidades narrativas y conceptuales en el arte aportadas por la interacción y las interfaces
2. Principios. Terminología. Influencias
3. Pioneros, precursores. Revisión de formas históricas
 - 3.1. Obra monocal canal
 - Video interactivo. *Net art*, hacktivismo, *game modifiers*, *webdoc* o transmedia
 - 3.2. Obra expandida
 - Instalación interactiva (VR, RA), *performance*, robótica, *life cinema* / *vjing*, arte público (*mapping*), teatro y danza experimental
4. Tendencias teóricas (cuestiones estéticas, narrativas y políticas en una sociedad mediada por la tecnología)
 - 4.1. Internarrativas (en torno a la interacción/navegación)
 - 4.2. Control/vigilancia/desinformación
 - 4.3. Posreferencialidad (posfotografía)
 - 4.4. Cuestiones de identidad. Virtual vs real
 - 4.5. Público/privado
 - 4.6. Cultura posdigital
 - 4.7. Obra/autor/archivo (Internet como archivo infinito)
 - 4.8. Internet, nueva cultura de remezcla. Apropiacionismos / cultura compartir, cultura libre (redes sociales) y *culture jamming*

Proyectos

1. Creación de una «conversación virtual» con programas presentados en clase. Un autorretrato interactivo. Desarrollo de una interfaz y creación de la interacción.
2. Trabajo con material de archivo. Buscamos vídeos en Youtube, Vimeo o sitios de referencia y llevamos a cabo un *collage* (las posibilidades de desarrollo del trabajo van surgiendo a medida que se van planteando los contenidos en clase y también cuando

se van llevando a cabo los visionados).

EVALUACIÓN

- Asistencia: 10 %
- Observación de la participación: 5 %
- Seguimiento del trabajo realizado: 5 %
- Realización del primer ejercicio: 40 %
- Realización del segundo ejercicio: 40 %

Desarrollo de proyectos

1. Creación de una «conversación virtual» con programas presentados en clase. Un autorretrato interactivo. Desarrollo de una interfaz y creación de la interacción.
2. Trabajo con material de archivo. Buscamos vídeos en Youtube, Vimeo o sitios de referencia y llevamos a cabo un *collage* (las posibilidades de desarrollo del trabajo van surgiendo a medida que se van planteando los contenidos en clase y también cuando se van llevando a cabo los visionados).

METODOLOGÍA

Se realizan presentaciones teóricas de los contenidos expuestos en el programa de la asignatura. Se imparten conocimientos técnicos concretos. Se realizan visionados de trabajos artísticos. Todo esto se combina de diferentes formas en cada sesión de cara a potenciar que el alumno genere su propio discurso teórico y su propio trabajo creativo.

El alumno debe desarrollar los dos ejercicios fuera del horario de clase.

Dos sesiones son para la presentación colectiva de dos ejercicios a realizar.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Guardiola, I. (2019). *El ojo y la Navaja. Un ensayo del mundo como interfaz*. Arcadia.
- Landow, G. P. (2005). *Hipertexto 3.0: teoría crítica y nuevos medios en la era de la globalización*. Paidós.
- Laurel, B. (1990). *Computer as Theatre*. Addison-Wesley.
- Manovich, L. (2005). *El Lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Paidós.
- Riesser, M., Zapp, A. (2004). *New Screen Media. Cinema Art / Narrative*. BFI Publishing.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Taller de Posproducción Audiovisual

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 3,0

Semestre: 2.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Ricardo Parra González

OBJETIVOS

El objetivo de la asignatura es enseñar al estudiante las herramientas de posproducción que se incluyen dentro de la disciplina de la composición.

Se da una visión general e introductoria del software Adobe After Effects.

El estudiante puede conocer las herramientas básicas para crear gráficos en movimiento (*motion graphics*) y para el retoque visual (*visual effects*).

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.
- Utilizar de forma adecuada los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación digital para comunicar de manera eficiente mediante proyectos comunicativos en las diversas plataformas digitales, con un alto grado de corrección en el uso, la forma y el contenido.

CONTENIDOS

1. Gráficos en movimiento (*motion graphics*)
 - Introducción, interfaz y *workflow*
 - Capas y máscaras (creación, transformaciones, estilos, alfa y luminancia)
 - Animación (fotogramas clave, vinculación de animación, gráfica de animación, pins de animación, desenfocado de movimiento [*motion blur*]...)
2. Efectos visuales (*visual effects* [VFX])
 - Efectos (capa de ajuste, color, croma, mapa de desplazamiento...)
 - Seguimiento [*tracking*] (estabilización, *null object*, *match move*, *camera tracker*...)
 - 3D (capas en 3d, cámaras, luces, profundidad y proyección de cámara)

EVALUACIÓN

- Participación activa: 5 %
- Ejercicios de clase: 15 %
- Práctica 1 (*motion graphics*): 40 %
- Práctica 2 (VFX): 40 %

METODOLOGÍA

Las clases consisten en llevar a cabo:

- La presentación teórico-práctica de una de las herramientas de composición
- Ejercicios para el grupo clase
- Ejercicios individuales y tutorías individuales

BIBLIOGRAFÍA

Básica

— Andrew Kramer (2001). *Videocopilot.net*. Recuperado de <https://www.videocopilot.net>

— Thomas, Frank (1981). *The Illusion of Life: 12 basic principles of animation*. Abbeville Press.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Tipología: Obligatoria (OB)

Créditos: 3,0

Semestre: 2.º

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	María Francisca Forga Martel

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 5. Igualdad de género
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas
- 17. Alianzas para lograr los objetivos

OBJETIVOS

Ética Profesional es una asignatura de reflexión y de análisis crítico de la función que desempeñan los medios de comunicación y sus profesionales desde la perspectiva de la deontología profesional.

Partiendo de la premisa de que el periodismo y la comunicación tienen una misión de responsabilidad hacia la sociedad, esta materia permite descubrir qué es la deontología, qué diferencias se establecen entre ética y moral, cuáles son los límites y puntos de encuentro entre deontología y régimen jurídico de la comunicación y cuáles son los principios éticos por los que se autorregula la profesión.

La asignatura trata de reflexionar sobre las diferentes formas de fundamentar las conductas de los profesionales de la comunicación. Además, se trata de la comunicación desde diferentes perspectivas: el periodismo, la publicidad y el entretenimiento.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Identificar y discutir situaciones y casos del ámbito de estudio a partir de la interpretación del marco social, y de su evolución temporal, así como del ordenamiento jurídico, la ética y la deontología de la comunicación audiovisual.
- Desarrollar la gestión del propio proceso formativo para poder emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía y afrontar con solvencia los retos profesionales e intelectuales generados por la evolución del ámbito.
- Aplicar la teoría y la técnica de comunicación audiovisual para hacer llegar el mensaje con el máximo nivel de eficacia creado bajo los parámetros de la innovación y la creatividad en un contexto respetuoso con la diversidad social, cultural, de género, económica y lingüística.

CONTENIDOS

Introducción

- ¿Qué es la deontología? Concepto de autorregulación. Delimitación de deontología, derecho y moral
- Memoria ética de los derechos humanos
- Códigos deontológicos, estatutos de redacción, libros de estilo y estatutos del defensor

Deontología y comunicación

- El principio de veracidad
 - Opiniones libres y hechos sagrados: el rigor informativo
 - La neutralidad informativa
- El principio de libertad
 - Límites a la libertad de expresión
 - Condicionantes externos: el control político y otras formas de control
 - Las relaciones con las fuentes: secreto profesional y *off the record*
- El principio de responsabilidad
 - Privacidad y protección de la infancia
 - Uso de la cámara oculta
 - Medidas de autocontrol: defensor del lector/oyente/espectador
 - Otras medidas de control: el CAC
 - Comunicación, ética y uso de la IA
- El principio de justicia
 - Juicios paralelos a los medios de comunicación
 - La atención a los grupos socialmente desfavorecidos: sexismo, tratamiento del colectivo LGTBI, periodismo y salud mental
 - Tratamiento de conflictos bélicos e informaciones de cariz humanitario

Praxis

- Conflictos éticos de la praxis profesional

— Ética del lenguaje: escritura e imágenes

EVALUACIÓN

La nota general es sobre 100 puntos (50 puntos = aprobado*):

- Primer parcial: 30 puntos
- Segundo parcial: 30 puntos
- Presentación de un trabajo en el que se analice un dilema ético de la profesión: 20 puntos
- Tareas prácticas de seguimiento del curso: 20 puntos

Para poderse evaluar de la asignatura es imprescindible haber asistido a un 80 % de las clases.

Para superar la asignatura es condición *sine qua non* aprobar los exámenes y solo se hace media de las notas si se han aprobado.

Ambos exámenes (parcial 1 y parcial 2) pueden repetirse en la fase de recuperación. De la misma manera, solo se hace media si están aprobados.

Valoración

Se valoran especialmente la participación en clase y las aportaciones personales a los debates que periódicamente se van planteando.

Sin embargo, en los exámenes y en las prácticas se valoran la expresión, la ortografía y la sintaxis, así como su presentación, que puede constituir un elemento que disminuya o aumente la calificación. De esta presentación que se hace en clase sobre el dilema ético se valora tanto la forma como el fondo.

METODOLOGÍA

La asignatura se organiza en base a dos tipos de sesiones: teórica y de discusión de casos de actualidad.

También se prevén tutorías virtuales por grupos de discusión de los temas.

En las sesiones de discusión se pone a prueba la capacidad de reflexión y de aplicación de la teoría a casos reales. Los alumnos también realizan presentaciones de temas concretos trabajados relacionados con la actualidad informativa.

Cada semana el estudiante debe resolver en casa una práctica que se corrige en grupo en la sesión de discusión.

Como final de curso, el alumnado elige libremente un dilema ético de la profesión y lo presenta al resto de la clase.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Alsius, Salvador (1998). *Ètica i periodisme. Pòrtic*.
- Aznar, Hugo (1999). *Comunicación responsable: Deontología y autorregulación de los medios*. Ariel.
- Col·legi de Periodistes de Catalunya (2016). *Codi Deontològic dels Periodistes de Catalunya*. Recuperado de <https://www.periodistes.cat/codi-deontologic>
- López Talavera, María del Mar (2006). *Ètica en los medios de comunicación: Prensa, radio, TV y cine. Con recopilación de casos prácticos*. UOC.
- UNESCO (1983). *Codi Internacional d'Ètica Periodística de la UNESCO*. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/images/wmn/code%20of%20Ethics%20Collegio%20de%20periodist>

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Trabajo de Fin de Grado

Tipología: Trabajo de Fin de Grado (TFG)

Créditos: 9,0

Semestre: Anual

PROFESORADO RESPONSABLE

— María Francisca Forga Martel

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 4. Educación de calidad
- 5. Igualdad de género
- 12. Producción y consumo responsables
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas

OBJETIVOS

El Trabajo de Fin de Grado permite poner en práctica los procedimientos y métodos de trabajo de los profesionales del audiovisual a través de un caso práctico. A partir de este trabajo, el alumno debe adquirir competencias profesionales, artísticas y de gestión en el mercado audiovisual europeo.

Los perfiles profesionales para hacer el TFG son los de todas las personas que intervienen en el diseño de una producción audiovisual: el guionista, el productor, el director-realizador, el director de arte, el director de fotografía, el director musical y el montador.

Los trabajos se llevan a cabo en grupo. Cada una de las personas integrantes del grupo asume unas responsabilidades vinculadas a las competencias de ese perfil en el ámbito profesional.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Trabajar con responsabilidad individual y compromiso con los valores democráticos, de sostenibilidad y de diseño universal, a partir de prácticas basadas en el aprendizaje, el servicio público y la inclusión social.
- Desarrollar la gestión del propio proceso formativo para poder emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía y afrontar con solvencia los retos profesionales e intelectuales generados por la evolución del ámbito.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.

CONTENIDOS

- Aplicaciones profesionales teórico-prácticas y de investigación de las disciplinas académicas, en el campo profesional
- Redacción de objetivos y contextualización del proyecto a desarrollar, plan de trabajo, resolución de problemas y toma de decisiones, recogida de información y análisis de datos, redacción de informes y memoria y también estrategias para la comunicación del proceso y presentación de resultados

EVALUACIÓN

La tutorización del TFG es individual. Es decir, cada estudiante obtiene una nota que puede ser o no igual a la del resto de miembros del grupo.

Se evalúan el proceso de elaboración, la presentación formal del trabajo y la defensa pública ante el tribunal.

El tribunal está formado por un mínimo de 2 profesores o profesionales reconocidos del sector, uno de los cuales puede ser tutor del trabajo.

En caso de que el TFG obtenga una valoración de un 9,0 o más, el tribunal puede proponer que se le otorgue la mención «matrícula de honor».

Para la calificación de cada una de las partes que componen la evaluación el tribunal emplea la Rúbrica para la defensa del TFG. Este documento genérico también está al alcance del estudiante.

El tribunal completa una hoja de calificación, que informa sobre la calificación otorgada a cada elemento de la evaluación y sobre la calificación final, y recoge, en su caso, la propuesta de matrícula de honor justificada. La misma hoja debe prever un apartado para que los miembros del tribunal, de forma individual, puedan realizar las consideraciones que crean oportunas. Todos los miembros del tribunal deben firmar la hoja de calificación.

La detección de plagio o de cualquier intento de fraude conlleva la calificación de suspenso.

Calificación

El TFG se califica de la siguiente forma:

Trabajo profesionalizador

- Memoria: 30 %
- Obra audiovisual presentada: 30 %
- Proceso de elaboración y seguimiento del trabajo llevado a cabo: 15 % (del que un 5 % corresponde a la formación de la Biblioteca)
- Defensa pública: 25 %

Trabajo académico

- Memoria: 60 %
- Proceso de elaboración y seguimiento del trabajo llevado a cabo: 15 % (del que un 5 % corresponde a la formación de la Biblioteca)
- Defensa pública: 25 %

METODOLOGÍA

El TFG se desarrolla a partir de sesiones comunes con todos los estudiantes que hacen su proyecto audiovisual y sesiones de tutoría con los diferentes grupos de cada proyecto. En las sesiones con el grupo entero se analizan obras audiovisuales que pueden servir de referencia para los trabajos. Se explican procesos de trabajo y se estudian casos reales. Se proponen métodos de preparación de todas las partes del proyecto.

Los equipos de trabajo los decide el estudiante: se recomienda un mínimo de cuatro estudiantes por proyecto y un máximo de ocho.

En la primera fase del curso, muy intensa, se pone toda la atención en idear un buen proyecto con un tiempo limitado. Esta fase termina una vez todo el equipo y el profesor, que hace la función del analista/editor de guión, aprueban la idea.

En la segunda etapa, se desarrolla el guión y se comienza a preparar la producción. Paralelamente a la escritura, el contenido de las sesiones va avanzando para dar recursos útiles para el despliegue de los proyectos, desde un diseño de producción adecuado, a unas propuestas artísticas que "pongan en forma" el guión de manera creativa.

Al final de la segunda fase se cierran el diseño de producción y todas las partidas artísticas, de acuerdo con los propósitos del trabajo, para dejar el proyecto a punto para la producción.

La tercera fase incluye la grabación, el montaje y la posproducción de los proyectos. En las tutorías se revisa el trabajo de equipo y los procedimientos que se siguen.

Las sesiones de tutoría son una herramienta para que el alumno pueda tener un retorno, en cada momento del proceso, del estado, la coherencia y la calidad del trabajo. Las tutorías no son clases para grupos reducidos, sino sesiones de valoración e implementación continua del trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Coromina, E.; Casacuberta, X.; Quintana, D. (2000). *El treball de recerca. Procés d'elaboració, memòria escrita, exposició oral i recursos*. Eumo Editorial.
- Ferrer, V.; Carmona, M.; Soria, V. (2012). *El trabajo de Fin de Grado. Guía para estudiantes, docentes y agentes colaboradores*. Barcelona. McGraw Hill.
- Rigo, A.; Genescà, G. (2000). *Tesis i Treballs. Aspectes formals*. Eumo Editorial.
- Sancho, Jordi (2014). *Com escriure i presentar el millor treball acadèmic: Guia pràctica per a estudiants i professors*. Eumo Editorial.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

ASIGNATURAS OPTATIVAS

Emprendimiento

Tipología: Optativa (OP)

Créditos: 6,0

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 9. Industria, innovación e infraestructura
- 10. Reducción de las desigualdades
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas

OBJETIVOS

El emprendimiento es el mecanismo fundamental de la economía global actual, es un motor de innovación que afecta de forma constructiva el crecimiento económico del país, la competitividad de las empresas y también la calidad de vida de la comunidad. La base de esta asignatura, que proporciona al estudiante desarrollo y aprendizaje prácticos, son la creatividad y las habilidades emprendedoras. Se trabajan los cimientos para convertirse en emprendedor e iniciar una empresa. El estudiante conoce el proceso de ideación que permite generar un proyecto de negocio innovador y el plan de negocio como herramienta útil para repensar el negocio, definir el modelo de negocio y valorar la idea de negocio.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Identificar los elementos estructurales, de gestión y organización de las empresas de comunicación, así como las estrategias y técnicas comunicativas de las organizaciones.
- Identificar y discutir situaciones y casos del ámbito de estudio a partir de la interpretación del marco social, y de su evolución temporal, así como del ordenamiento jurídico, la ética y la deontología de la comunicación audiovisual.
- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Mostrar motivación y capacidad para el desempeño de proyectos profesionales y académicos, así como compromiso con el rigor, la ética y la calidad.
- Interpretar datos para fundamentar correctamente argumentos o ideas, derivados de una reflexión sobre asuntos de carácter social, económico, cultural o científico, atendiendo a la diversidad de públicos.
- Aplicar los conceptos teóricos, narrativos, técnicos y tecnológicos de los medios audiovisuales para poder desarrollar con eficacia los distintos procesos que integran las rutinas productivas del mundo de la comunicación audiovisual.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.

CONTENIDOS

1. Innovación y creatividad
2. Práctica del emprendimiento
3. Reconocer la oportunidad
4. Emprendimiento social
5. Definición del problema
6. Pensamiento de diseño
7. Probar y experimentar los mercados
8. Segmento de clientes
9. Propuesta de valor
10. Canales y relaciones con los clientes
11. Flujos de ingresos
12. Recursos clave, actividades clave y socios clave
13. Costes financieros
14. Cofundadores, trabajadores clave, juntas y financiación
15. Planes de negocio y oportunidades de *pitching*

EVALUACIÓN

- Actitud y participación en clase: 10 %
Esta asignatura pretende explorar el emprendimiento de forma conjunta, interactiva y atractiva. La participación y asistencia de cada uno afecta directamente a la nota final obtenida. Es necesario firmar la hoja de asistencia al entrar a cada sesión de clase. Si no se asiste, se pierden los detalles referentes a las tareas de clase o pruebas sorpresa, lo que implica tener menos preparación para los exámenes. Hay que tener en cuenta que hay un mínimo de asistencia del 80 %.
- Examen: 30 %
Exámenes a los que no se ha asistido. Si no se puede asistir a los exámenes, pueden discutirse alternativas antes de la fecha de examen programada habitualmente, a criterio del profesor o profesora.
- Reflexiones: 10 %
Se entregan las tareas relacionadas con la clase.

— Idea emprendedora: 50 %

Es necesario desarrollar y presentar la propia idea emprendedora nueva. Los recursos y una descripción más detallada del ejercicio se dan en clase. Hay un componente de calificación individual que depende del liderazgo mostrado en el proyecto.

Política de fechas de entrega y penalización por retraso

Todos los ejercicios y trabajos deben entregarse el día marcado, antes del inicio de clase. Los ejercicios/deberes entregados después de la fecha marcada obtienen un cero.

METODOLOGÍA

Para estudiar el emprendimiento, en esta asignatura se utiliza un enfoque basado en la práctica. Los puntos metodológicos clave son los siguientes:

- La asignatura tiene una orientación práctica; se requiere un alto grado de asistencia por parte de todos los estudiantes.
- Las sesiones incluyen una gran variedad de teorías conceptuales, temas y casos prácticos.
- Se espera que el estudiante participe y contribuya dentro del grupo y en el marco de la clase y se requiere una asistencia mínima del 80 % por parte de todos los estudiantes.
- El profesor ofrece una combinación de tutoría individual y grupal en función de las necesidades individuales de cada alumno.
- En el horario se indica la estructura del curso: las horas de clase, los horarios de trabajo de los subgrupos y los principales plazos.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Neck, H., Neck, C., Murray, E. (2018). *Entrepreneurship: The Practice and Mindset*. SAGE.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Historia del Cine

Tipología: Optativa (OP)

Créditos: 6,0

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	español	Ana Maria Palomo Chinarro

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

— 5. Igualdad de género

OBJETIVOS

Esta asignatura es teórica y práctica y propone una aproximación a la historia del cine que pone énfasis en la evolución cronológica, en la evolución estética y en el vocabulario básico del lenguaje cinematográfico.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Comprender los procesos de la investigación en comunicación a nivel profesional y académico, así como sus métodos y procedimientos, tanto en sus contextos histórico y social como en relación con las tendencias de vanguardia.
- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Comunicar ideas con orden y claridad a un público tanto especializado como no especializado, considerando la diversidad social, lingüística, cultural y de género.
- Aplicar la teoría y la técnica de comunicación audiovisual para hacer llegar el mensaje con el máximo nivel de eficacia creado bajo los parámetros de la innovación y la creatividad en un contexto respetuoso con la diversidad social, cultural, de género, económica y lingüística.

CONTENIDOS

1. Inicios del cine
 - Pioneras y pioneros
 - Industria norteamericana hasta 1930. Hollywood clásico. Star system
 - Cinematografías europeas hasta 1930
2. Edad de oro de Hollywood: del cine sonoro a la Segunda Guerra Mundial
 - Cine sonoro
 - Grandes estudios
 - Géneros
3. Cinematografías nacionales: del cine sonoro a la Segunda Guerra Mundial
 - Los casos de Gran Bretaña, Francia, Italia, Alemania y la URSS
 - Cinematografías orientales
4. Cine durante la Segunda Guerra Mundial. Cine de propaganda
 - Los países implicados en la Segunda Guerra Mundial
5. Cine de la posguerra
 - Neorealismo italiano
 - Hollywood (autores autóctonos y exiliados)
 - Otras cinematografías: Japón, India, Suecia, España, Gran Bretaña y Francia
6. La Nouvelle Vague y sus influencias
 - Francia: la Nouvelle Vague
 - Gran Bretaña: Free Cinema
 - Japón: Nuberu Bagu
 - Italia
 - Latinoamérica
 - Europa del Este
7. Hollywood y la era de la televisión: renovación para un nuevo público
 - Hollywood y la renovación
8. Cine a partir de 1970
 - Alemania: Neues Kino
 - El resto de cinematografías (excepto la norteamericana)
 - Industria norteamericana
9. Hacia el cine del siglo XXI. La revolución digital
 - Irán
 - Australia y Nueva Zelanda
 - Industria norteamericana

- La revolución digital
 - Dogma y cine europeo
 - Nuevo cine asiático
 - Consolidación del cine africano
 - Resurgimiento del cine latinoamericano
10. Reflexiones sobre el cine actual
- Continente europeo
 - Continente asiático
 - América latina
 - América del norte
 - Otras cinematografías

EVALUACIÓN

La evaluación contempla:

- La asistencia y observación de la participación en clase tiene un valor del 10 % de la nota final.
- Se evalúan los contenidos parciales a través de búsquedas bibliográficas, comentarios de textos, análisis y críticas de películas... Estos ejercicios, individuales, tienen un valor del 50 % de la nota final.
- Al final del cuatrimestre se presenta en el aula un proyecto audiovisual de investigación grupal sobre un tema que se ha pactado previamente con la profesora (se considera el seguimiento del trabajo realizado). Esta prueba específica de evaluación tiene un valor del 40 % de la nota final. Si no se supera, puede recuperarse en la evaluación complementaria.

METODOLOGÍA

Es una asignatura de modalidad única: presencial.

En las **sesiones de clase** se debaten los contenidos teóricos de cada tema.

En las **horas de trabajo dirigido** los alumnos deben visionar fragmentos de películas y llevar a cabo debates y ejercicios críticos.

El alumno también debe dedicar unas **horas semanales al trabajo personal** de la asignatura: consolidar conocimientos teóricos, realizar ejercicios individuales, etcétera.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- AGEE, J. (2001). *Escritos sobre cine*. Paidós.
- COUSINS, M. (2005). *Historia del cine*. Blume.
- ELENA, A. (1999). *Los cines periféricos*. Paidós.
- ROSALES, J. (2017). *El lápiz y la cámara*. La huerta grande.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Introducción a la Animación Audiovisual

Tipología: Optativa (OP)

Créditos: 6,0

Grupo

G21, presencial, mañana

Lengua de impartición

inglés

Profesorado

Lluís Viciana Espartero

OBJETIVOS

Esta asignatura se centra en un programa de animación en 2D (Adobe Animate) y se aprenden las herramientas básicas para asimilar los principales conceptos de animación. Al final del curso el alumnado debe ser capaz de crear y animar a sus propios personajes y situarlos en diferentes entornos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Distinguir y reconocer las teorías de la comunicación, los lenguajes comunicativos, así como los paradigmas y los modelos de análisis e interpretación.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Integrar los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación, el diseño, la infografía, la fotografía, el vídeo y el sonido, para poder elaborar mensajes y contenidos audiovisuales en estas disciplinas con un alto grado de corrección.
- Utilizar de forma adecuada los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación digital para comunicar de manera eficiente mediante proyectos comunicativos en las diversas plataformas digitales, con un alto grado de corrección en el uso, la forma y el contenido.

CONTENIDOS

1. Introducción a la preproducción de animación: sinopsis, guión y lista de desglose
 - 1.1. Prediseño (modelos, accesorios, FX y Bgs)
 - 1.2. Expresión y actuación
 - 1.3. Biblias
2. Animación con Adobe Animate (I)
 - 2.1. Introducción a la animación. Estilos de animación. ¿Qué es la animación?
 - 2.2. Introducción a Adobe Animate (área de trabajo, interfaz y herramientas)
 - 2.3. Introducción del concepto: tiempo y espacio
3. Animación con Adobe Animate (II)
 - 3.1. Maneras de aplicar la animación (fotograma por fotograma, interpolación de movimiento, interpolación clásica e interpolación guía)
4. Animación con Adobe Animate (III)
 - 4.1. Cómo generar símbolos (gráficos) y cómo intercambiarlos
5. Animación con Adobe Animate (IV)
 - 5.1. Posturas clave y dibujos de en medio
 - 5.2. Expresiones y tomas
 - 5.3. Sincronía de labios mediante el selector de fotogramas
6. Animación con Adobe Animate (V)
 - 6.1. *Walk cycle* (fotograma a fotograma)
 - 6.2. Uso de cámaras
7. Animación con recortes con Adobe Animate (I)
 - 7.1. Construcción de un personaje por capas (configuración)
 - 7.2. Manipulación de un personaje vectorizado para que pueda moverse y cambiar la expresión (configuración del personaje que se animará con huesos, jerarquía de capas y selector de fotogramas)
8. Animación con recortes con Adobe Animate (II)
 - 8.1. Cómo hacer andar un personaje recortado

En esta asignatura se ve cómo componer una escena y añadir los elementos para hacer diferentes escenas y al mismo tiempo se practican todos los conceptos aprendidos semana tras semana, como:

- Tiempo y espacio
- Entrada y salida
- Tomas
- Anticipaciones
- Superposición
- Sincronía de labios
- Posturas y actuación

En el transcurso de la asignatura se realizan 5 tareas de animación y el proyecto final.

Proyecto final (cortometraje): proyecto y animación realizados en Adobe Animate. Durante el curso se trabaja el proceso del proyecto (diseño conceptual, animación y desglose de escenas), con evaluación continua. Este cortometraje puede ser individual o grupal, con un máximo de dos alumnos o alumnas por grupo.

EVALUACIÓN

- Ejercicios y trabajos en clase: 60 %
- Cortometraje en 2D con Adobe Animate: 30 %
- Asistencia a clase y participación activa: 10 %

METODOLOGÍA

Trabajo en clase con ejercicios y explicaciones teóricas con tareas y evaluación continuas.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Donald Crafton. (1982). *Before Mickey. The Animated Film 1898 – 1928* . The University of Chicago Press.
- Frank Thomas and Ollie Johnston (1981). *The Illusion of life. Disney Animation* . Disney animation.
- Giannalberto Bendazzi (2003). *Cartoons. 110 años de Cine de Animación* . Ocho Y Medio.
- Norman McLaren. (1991). *On The Creative Process* . National Library of Canada. Compiled and edited by Donald McWilliams. National Film Board of Canada.
- Shamus Culhane (1988). *Animation. From the script to screen* . St Martins Griffin.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Medios Sociales

Tipología: Optativa (OP)

Créditos: 3,0

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G25, presencial, tarde	inglés	Jesica Ana Menendez Signorini Nahuel Faedo

OBJETIVOS

Las redes sociales han cambiado el paradigma de la comunicación, y ponen al prosumidor en el centro de las empresas. En esta asignatura se trabajan las principales redes sociales y cómo hacer un plan de marketing digital global para una marca.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Identificar los elementos estructurales, de gestión y organización de las empresas de comunicación, así como las estrategias y técnicas comunicativas de las organizaciones.
- Identificar y discutir situaciones y casos del ámbito de estudio a partir de la interpretación del marco social, y de su evolución temporal, así como del ordenamiento jurídico, la ética y la deontología de la comunicación audiovisual.
- Aplicar el pensamiento crítico, la visión estratégica y el compromiso ético en las distintas fases de las tareas profesionales de la comunicación audiovisual y la relación con los públicos.
- Mostrar motivación y capacidad para el desempeño de proyectos profesionales y académicos, así como compromiso con el rigor, la ética y la calidad.
- Interpretar datos para fundamentar correctamente argumentos o ideas, derivados de una reflexión sobre asuntos de carácter social, económico, cultural o científico, atendiendo a la diversidad de públicos.
- Aplicar los conceptos teóricos, narrativos, técnicos y tecnológicos de los medios audiovisuales para poder desarrollar con eficacia los distintos procesos que integran las rutinas productivas del mundo de la comunicación audiovisual.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.

CONTENIDOS

1. Introducción al marketing digital
2. Introducción a la web
3. SEO y SEM
4. B, análisis DAFO, SEO y SEM
5. Gestión de redes sociales
6. Planificación de redes sociales
7. Blogs
8. Relaciones públicas
9. Gestión de la reputación

EVALUACIÓN

- Ejercicios: 20 %
- Examen: 20 %
- Casos de éxito en las redes sociales: 20 %
- Proyectos: desarrollo de un plan SM: 40 %

Solo se puede repetir el examen.

METODOLOGÍA

Las clases se estructuran en sesiones de 45 min. de explicación. El resto de la clase se dedica a realizar ejercicios y a tutorizar el proyecto final.

BIBLIOGRAFÍA

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Taller Avanzado de Radio y Pódcast

Tipología: Optativa (OP)

Créditos: 6,0

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Sergi Lluís Solà Saña

OBJETIVOS

Taller Avanzado de Radio i Pódcast es la asignatura más avanzada en el ámbito radiofónico y de producción de pódcasts que se imparte en el grado en Comunicación Audiovisual de la Universidad de Vic - Universidad Central de Cataluña.

En esta asignatura anual los estudiantes ponen en práctica todos sus conocimientos relacionados con el lenguaje radiofónico y el formato de pódcast, a la vez que gestionan y crean contenidos para la emisora digital de la Universidad, UVic Pódcast, y desarrollan proyectos de podcasting innovadores.

Los contenidos se elaboran con un lenguaje respetuoso con la cuestión de género y se exploran las posibilidades narrativas específicas tanto de la radio tradicional como del podcasting para entender las diferencias y similitudes entre ambos formatos.

Para poder llevar a cabo la asignatura, los estudiantes deben trabajar en equipo y realizar todas las tareas y habilidades requeridas para el funcionamiento real de un medio de comunicación radiofónico y para la producción profesional de pódcast.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Distinguir y reconocer las teorías de la comunicación, los lenguajes comunicativos, así como los paradigmas y los modelos de análisis e interpretación.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Integrar los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación, el diseño, la infografía, la fotografía, el vídeo y el sonido, para poder elaborar mensajes y contenidos audiovisuales en estas disciplinas con un alto grado de corrección.
- Utilizar de forma adecuada los fundamentos teóricos, narrativos y tecnológicos de la comunicación digital para comunicar de manera eficiente mediante proyectos comunicativos en las diversas plataformas digitales, con un alto grado de corrección en el uso, la forma y el contenido.

CONTENIDOS

- 1. El funcionamiento de una emisora de radio y la producción de pódcast**
 - Organización y perfiles profesionales en radio y podcasting
 - Tareas necesarias en ambos formatos
 - Diferencias y similitudes entre la radio tradicional y el podcasting
 - Ecosistema actual del podcasting: plataformas, distribución y monetización
- 2. Programas y espacios radiofónicos y de podcasting**
 - Tipos de productos ofrecidos en radio y podcasting
 - Formatos y géneros específicos del podcasting
 - Narrativa sonora y *storytelling* en pódcast
 - Proceso de producción y elaboración de los programas y pódcast
 - Proceso de emisión y distribución de los contenidos
- 3. Técnicas avanzadas de producción de pódcast**
 - Guionización específica para pódcast
 - Técnicas de entrevista y locución para el podcasting
 - Edición y posproducción de pódcast
 - Estrategias de promoción y distribución de pódcast

EVALUACIÓN

Ésta es una asignatura práctica, que requiere la asistencia del alumnado a todas las sesiones y actividades que se llevan a cabo. La evaluación es continua, por lo que computan todas las actividades que se realizan.

A lo largo de la asignatura se llevan a cabo actividades de diferente grado de responsabilidad que contabilizan independientemente y que promedian para determinar la nota final.

La ponderación de las diferentes actividades evaluables es la siguiente:

- **Programas en directo llevados a cabo durante el curso: 40 % de la nota final**
 - Sistema de evaluación: defensa pública de proyectos.
 - En este apartado hay que obtener una nota mínima de 5 sobre 10 para poder hacer media.
 - Esta parte NO es recuperable debido a su naturaleza práctica y temporal.

— **Pòdcast realizados durante el curso: 35 % de la nota final**

- Sistema de evaluación: realización de trabajos o proyectos.
- En este apartado hay que obtener una nota mínima de 5 sobre 10 para poder hacer media.
- Esta parte NO es recuperable durante el período de recuperación establecido.

— **Portafolio/memoria a final de curso: 20 % de la nota final**

- Sistema de evaluación: informes del alumnado.
- Hay que entregarlo en la fecha indicada por la Facultad durante el período de evaluación del segundo semestre del curso.
- En este apartado hay que obtener una nota mínima de 5 sobre 10 para poder hacer media.
- Esta parte NO es recuperable durante el período de recuperación establecido.

— **Seguimiento de la participación en la asignatura: 5 % de la nota final**

- Sistema de evaluación: observación de la participación.
- Esta parte NO es recuperable.

Para aprobar la asignatura es necesario obtener una nota final igual o superior a 5 y haber aprobado (con un mínimo de 5) los apartados de pòdcast, programas en directo y portafolio/memoria.

METODOLOGÍA

La asignatura aporta la base de los contenidos de UVic Pòdcast, la emisora digital de la Universidad de Vic, con la realización de pòdcast de periodicidad quincenal y programas en directo los viernes, por lo que los estudiantes asumen todas las tareas necesarias para la creación de contenidos y su realización técnica.

Los estudiantes aprenden las técnicas específicas de producción de pòdcast, desde la conceptualización y guionización hasta la edición, posproducción y distribución en plataformas digitales. Se exploran las diferencias en las narrativas y técnicas entre la radio tradicional y el podcasting, y se desarrollan proyectos específicos en formato de pòdcast.

La asignatura se distribuye en sesiones semanales en las que se gestionan las diferentes funciones repartidas y se crean contenidos radiofónicos y pòdcast para colgarlos en UVic Pòdcast y emitirlos en directo o distribuirlos a través de plataformas de podcasting.

El profesor responsable de la asignatura asume las funciones de director del programa, mientras que los estudiantes se reparten en grupos para trabajar las distintas tareas preestablecidas. De forma rotatoria, los alumnos asumen las diferentes funciones necesarias para crear los contenidos convenidos y son responsables de ellos.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Cuní, J. (1999). *La ràdio que triomfa. L'abecedari d'això que en diem magazín*. Pòrtic.
- López, N; Gómez, L. (2015). *El magazine radiofónico: La evolución de un formato híbrido de éxito en las cadenas generalistas*. Universidad de Valladolid.
- McDaniel, G. (2021). *NPR's Podcast Start Up Guide: Create, launch, and grow a podcast on any budget*. Ten Speed Press.
- Tiziano, B. (2015). *La 'segona era' del podcàsting: el podcàsting com a nou mitjà de comunicació de masses digital*. Quaderns del CAC. 2015 (.41), pp. 23-32.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Tipología: Optativa (OP)

Créditos: 3,0

OBJETIVOS

El objetivo de la asignatura es dotar a los alumnos de las herramientas necesarias para editar, manipular, construir y experimentar con el sonido, ya sea para crear un producto profesional desde el punto de vista de la creación técnica y estética, como para potenciar el sonido y la música experimentales.

Dentro del corpus de la asignatura es fundamental que los alumnos aprendan los fundamentos del sonido como parte de los productos audiovisuales, especialmente el audio digital, centrándose en la multimedia interactiva web *online* y/o *offline*. Y también que sepan qué formatos son más adecuados para cada canal de distribución.

Asimismo, se pretende que el alumnado adquiera la capacidad de crear una banda de sonido para cualquier tipo de producción audiovisual y/o digital, combinando adecuadamente entornos, efectos, música y voz en off.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.
- Aplicar los conceptos teóricos, narrativos, técnicos y tecnológicos de los medios audiovisuales para poder desarrollar con eficacia los distintos procesos que integran las rutinas productivas del mundo de la comunicación audiovisual.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.

CONTENIDOS

1. Introducción
 - Introducción a la asignatura. Programa
 - Fundamentos del sonido. El audio digital
 - El mundo analógico-digital. Visualización del sonido en el dominio temporal. Unidades y reglas, tiempo, medidor de amplitud de dB y niveles de %
2. Edición de sonido
 - Procesamiento digital de la señal
 - Proceso de amplitud. Operaciones básicas
 - Proceso de rango dinámico. Compresores, limitadores y expansores
 - Efectos sobre la frecuencia. Ecuilibradores, transposición y *pitch bend*
 - Efectos basados en el retraso. Reverberación, *flanger*, *phaser*, *wah-wah*, *chorus*
 - Técnicas avanzadas de procesado. Cambio de tono y cambio de tiempo. Reducción de ruido
3. Formatos de audio digital
 - Codificación. Compresión. Formatos. Tipos de archivos
 - Audio MPEG (MP3)
 - Formatos de cine y televisión
 - Formatos de alta resolución
4. Narrativa sonora y musical
 - Códigos y géneros
 - Música y sonido como elementos narrativos. Música útil
 - La banda sonora: diálogos, ambientes, música y efectos sonoros. Sonidos Foley

EVALUACIÓN

Para aprobar la asignatura es necesario completar con éxito el proyecto y las tareas individuales. También se valoran la asistencia y la participación activa.

- **Asistencia y participación activa (5 %)**
- **Tareas individuales (4) (45 %)**
 1. Tarea de audición: 10 %
 2. Tarea de tráiler: 10 %
 3. Tarea posterior: 20 %
 4. Tarea posterior a la presentación: 5 %

— **Proyecto final (50 %)**

1. Informe: 5 %
2. Entregas (2): 20 %
3. Sesiones guiadas: 10 %
4. *Pitch* en clase: 5 %
5. Entrega final: 10 %

METODOLOGÍA

Las clases combinan sesiones teóricas con sesiones prácticas.

Esta asignatura se divide en dos partes:

1. Presentación de las bases teóricas y prácticas
2. Sesiones tutorizadas para el trabajo final de grupo

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Fries, B., Fries, M. (2005). *Audio digital práctico: Claves fundamentales para el tratamiento integral del audio y la música digital*. Anaya Multimedia. Digitales y Creatividad.
- Katz, Bob (2002). *Mastering Audio: The Art and the Science*. Focal Press.
- Phillips, Winifred (2017). *A Composer's Guide to Game Music*. MIT Press.
- Rumsey, F., McCormick, T. (2009). *Sound and Recording: An Introduction: 6a edició*. Recuperado de <http://biblioremot.uvic.cat/login?url=https://www.sciencedirect-com.biblioremot.uvic.cat/science/book/9780240521633>
- Sinclair, Jean-Luc (2020). *Principles of Game Audio and Sound Design : Sound Design and Audio Implementation for Interactive and Immersive Media*. Focal Press.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Tipología: Optativa (OP)

Créditos: 6,0

OBJETIVOS

Esta asignatura tiene un enfoque teórico, que se complementa con sesiones técnicas prácticas con el objetivo de cultivar eficazmente las competencias de los estudiantes en el ámbito del documental de no ficción. El componente teórico se centra en establecer una base sólida de conocimiento sobre los distintos periodos históricos y movimientos influyentes que han configurado el cine documental. En la parte práctica, los estudiantes se dedican a desarrollar un proyecto relacionado con uno de los géneros asociados al cine documental, como el ensayo, el reportaje o la producción documental.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.
- Aplicar los conceptos teóricos, narrativos, técnicos y tecnológicos de los medios audiovisuales para poder desarrollar con eficacia los distintos procesos que integran las rutinas productivas del mundo de la comunicación audiovisual.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.

CONTENIDOS

Programa práctico del taller

Historia del género documental

1. Fundación de las películas de no ficción e inicios del género documental (1820-1933). Finales del siglo XIX y principios del siglo XX
 - El nacimiento del género en Francia y Estados Unidos. Louis Lumière y el cinematógrafo. (Profeta)
 - La época de las expediciones socioetnográficas. La finalidad antropológica en el cine documental. Robert Flaherty y el primer documental de la historia. (Explorador)
 - Las noticias documentadas durante los primeros años del siglo XX en Rusia. La finalidad ideológica en el cine documental. Dziga Vertov se adelanta a su tiempo a partir de la innovación estilística. (Reportero)
 - Las vanguardias de los años 20 y 30 plasmadas en el documental. La finalidad estética en el cine documental. Ruttman, Vigo, Ivens y las sinfonías de las grandes ciudades. (Pintor)
2. Películas documentales que cambian el mundo y el género durante la Segunda Guerra Mundial. Primera mitad del siglo XX
 - El movimiento documental británico y la figura de John Grierson. La finalidad social en el cine documental. Riefenstahl y el documental de propaganda nazi. El género en otros países. (Abogado)
 - El documental durante la Segunda Guerra Mundial. La finalidad patriótica y exaltadora en el cine documental. Humphrey Jennings, director de guerra. (Toque de clarinete)
 - La época de posguerra para el documental. La finalidad probatoria y acusatoria del cine documental. (Fiscal acusador)
 - Películas cercanas al arte y al neorrealismo. La finalidad artística y poética del lenguaje documental. Las aportaciones de Arne Sucksdorf y Bert Haanstra. (Poeta)
3. El documental después de la Segunda Guerra Mundial. Segunda mitad del siglo XX
 - El acceso a los archivos históricos y la reconstrucción de la memoria: la crónica histórica posterior a la Segunda Guerra Mundial. La finalidad histórica en el cine documental. Jean Rouch. (Cronista)
 - El patrocinio de las empresas industriales y comerciales privadas. La finalidad promotora en el cine documental. La compañía Shell y el maccartismo. (Promotor)
 - El movimiento del *free cinema* en Gran Bretaña y el cine directo norteamericano. La finalidad observadora del cine documental. Robert Drew, Richard Leacock y Fred Wiseman. (Observador)
 - El movimiento del *cinéma vérité* en Francia. La finalidad sociológica en el cine documental. Jean Rouch, Edgar Morin y Mario Ruspoli. (Agente catalizador)
4. El documental contemporáneo hasta la actualidad. Segunda mitad del siglo XX y principios del siglo XXI
 - Documentales político-militantes de resistencia. La finalidad reivindicativa en el cine documental. John Alpert y la producción videográfica. (Guerrillero)
 - Tradicionalismo y experimentación: el documental contemporáneo y las nuevas tendencias. (Movimiento)
 - El caso de España y de Cataluña: desde sus inicios hasta la actualidad

Programa práctico del taller

Procesos de producción / fases

1. La preproducción (Antes)
 - Idea
 - Guion (literario, final y *storyboard*)

- El productor: presupuesto
- El realizador: dirección artística del proyecto
- 2. La producción o rodaje (Durante)
 - Fundamentos del discurso visual: unidades narrativas (plano, escena y secuencia), las transiciones visuales (corte, encadenado, fundido...), la continuidad o el *raccord* y el eje de acción
 - Fundamentos del discurso sonoro: las funciones del sonido, la visualización del sonido, los efectos sonoros, la música, el silencio. etc.
- 3. La postproducción (Después)
 - La edición: el montaje y el ritmo de la narración
 - La interacción multimedia. Nuevas formas de presentación de los productos audiovisuales
 - La comercialización: dossiers de prensa, dossiers técnicos y festivales internacionales de cine
 - El caso del documental multimedia interactivo y las formas interactivas de no ficción para la red

EVALUACIÓN

Esta asignatura consta de 3 apartados diferentes con evaluación continua:

- Historia del cine documental
- Producción de un cortometraje documental
- Talleres de rodaje y proyecciones de cine

Está diseñada para que los estudiantes participen en actividades prácticas y proyecciones de películas, y se requiere la participación en clase.

Se evalúa mediante evaluación continua con los siguientes criterios:

- **Ejercicios de filmación (25 %):** Se pide a los estudiantes que produzcan prácticas de filmación de cortos y las entreguen cada dos o tres semanas aproximadamente.
- **Ejercicios de redacción / comentario de películas (20 %):** Una parte importante del curso es la proyección y el análisis de películas documentales. Es necesario presentar redacciones breves relacionadas con las proyecciones.
- **El proyecto final (45 %) [documental corto (30 %) + dossier (15 %)]:** Desde el primer día se pide a los alumnos que formen grupos y empiecen a trabajar en el proyecto de un documental breve que debería presentarse al final de la asignatura (finales de enero). Esto incluye la pieza audiovisual terminada, más un dossier con: idea, sinopsis, un tratamiento, personajes e influencias.
- **Participación en clase (10 %):** La asistencia a clase es obligatoria, teniendo en cuenta la actitud proactiva de los alumnos para una valoración positiva.

En caso de que el alumnado no presente el trabajo final por causas justificables (enfermedad o circunstancias imprevistas durante la producción) se realiza un examen teórico el día que marca el final del semestre que incluye los diferentes temas del programa y preguntas sobre la bibliografía básica.

METODOLOGÍA

La estructura de la asignatura tiene tres bloques claramente diferenciados:

- Sesiones dedicadas a repasar y analizar los períodos más significativos de la historia del género documental y visualizar un conjunto de casos de ejemplo que sirven para ilustrar estos tiempos y movimientos. La interacción del grupo es un factor clave, puesto que permite el debate y la reflexión entre el alumnado y el profesor.
- Se realizan sesiones dedicadas a un taller de creación y producción de documentales en las que los alumnos pueden desarrollar las diferentes partes del proyecto que han escogido y contar siempre con el apoyo del profesor, desde la concepción inicial de la idea y la sinopsis de la pieza hasta la edición y montaje final. En la práctica, cada estudiante asume una función profesional específica. Mediante la elaboración inicial de un proyecto grupal, cada alumno desarrolla su parte de forma teórica, un hecho necesario para afrontar con garantías la parte de desarrollo del proyecto teórico. Al final de la asignatura se realiza una visualización conjunta de todas las piezas.

También se llevan a cabo prácticas de filmación que tienen lugar fuera de las sesiones de clase, cuyos resultados se proyectan y revisan en clase.

La enseñanza permite al alumno aprender procesos como definir, comparar, justificar y crear para poder concebir, desde la fase más inicial que surge con la idea, el proyecto de elaborar con garantías de éxito una pieza documental. A través de un conjunto de apuntes teóricos y películas, el estudiante aprende la metodología necesaria para construir su propio proyecto original. Se utilizan una serie de herramientas didácticas que incluyen guías de lectura, ejercicios prácticos y visionado analítico para que el alumno adquiera habilidades en los ámbitos de la crítica, evaluación, etc.

Esta asignatura utiliza las siguientes metodologías:

- Sesiones de trabajo en pequeño grupo con el profesor
- Sesiones de tutoría grupal con el profesor
- Sesiones de trabajo autónomo en grupo
- Sesiones de trabajo de todo el grupo clase con el profesor

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Barnouw, Erik (1993). *Documentary: A history of non-fiction film* (2 ed.). Oxford University Press.
- Escudero, Nel (2002). *Las claves del documental*. IORTV.
- Nichols, Bill (2001). *Introduction to Documentary*. Indiana University Press.
- Rabiger, Michael (2004). *Directing the Documentary* (4 ed.). Elsevier.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Taller de Fotoperiodismo

Tipología: Optativa (OP)

Créditos: 3,0

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	Jordi Ribot Puntí

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 5. Igualdad de género
- 12. Producción y consumo responsables
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas

OBJETIVOS

El objetivo de esta asignatura es obtener los conocimientos necesarios para desarrollar un trabajo fotográfico con profundidad: preproducción, iluminación y posproducción final de la imagen.

Para conseguirlo, el alumno debe alcanzar los siguientes objetivos:

- Dominar la cámara fotográfica réflex para lograr un control absoluto del resultado final.
- Dominar las técnicas de posproducción fotográfica digital.
- Dominar el instrumental de iluminación del plató de fotografía.
- Tener dominio fotométrico de la cámara fotográfica.
- Conocer los elementos que intervienen en la iluminación.
- Ser capaz de aplicar el conocimiento en la práctica.
- Ser capaz de generar nuevas ideas.
- Adquirir conciencia crítica sobre el imaginario fotográfico contemporáneo.
- Desarrollar la capacidad de construcción de un discurso y planificarlo.
- Explorar los diversos lenguajes, enfoques y narrativas que ofrece la fotografía documental en la actualidad y los diferentes canales para tener impacto público.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.
- Aplicar los conceptos teóricos, narrativos, técnicos y tecnológicos de los medios audiovisuales para poder desarrollar con eficacia los distintos procesos que integran las rutinas productivas del mundo de la comunicación audiovisual.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.

CONTENIDOS

- Diferencias entre fotografía analógica y digital, píxel vs. película
 - Programas informáticos y cámaras del mercado: Nikon, Canon, PhaseOn...
 - Explicación práctica y manejo de la cámara en exteriores y en el estudio
- Iluminación natural y artificial, flash, tipos de foco y complementos: spots, flash electrónico, fresnel, paraguas, viseras, ventanas de luz, paneles reflectantes, paneles de abeja, *autopole*...
 - Iluminación básica
 - Funciones de las luces, iluminación en triángulo, retrato y grupos
 - Modulación de la luz y modulación de la sombra
 - Control del contraste por iluminación
 - Efectos especiales de iluminación
 - Explicación práctica y manejo de los focos en el estudio
 - Combinación de luz natural y luz artificial
- Fotometría
 - Aparatos de medición
 - Medición de los distintos tipos de luz: incidente, reflejada y de flash
 - El sistema de zonas y la evaluación de la escena, cálculo del contraste...
 - Ejercicios prácticos para resolver en clase y en el estudio
- Luminometría
 - Color y temperatura de la luz
 - Grados Kelvin, colorímetros y filtros

- Cálculo y corrección de dominantes con Photoshop y con filtros
- 5. Resolución, calidad y tamaño de la imagen. Métodos de impresión y calibración del monitor
- 6. Géneros fotográficos
 - La fotografía de retrato
 - La fotografía de reportaje
 - La fotografía de moda
 - La fotografía publicitaria: alimentación, bodegón (*packaging*), fotografía de objetos...
 - La puesta en escena
 - La fotografía de arquitectura
- 7. Retoque y montaje de la imagen digital con Photoshop: herramientas, capas, máscaras de capa, modos de fusión, efectos, correcciones tonales, optimización y reparación de fotografías
- 8. Análisis en el aula de fotógrafos relacionados con los diferentes géneros fotográficos
- 9. Construcción de un proyecto: objetivos, planificación y agenda de trabajo (metodologías de elaboración de un reportaje)

EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura consta de:

- Seguimiento del trabajo llevado a cabo: 30 %
- Proyectos individuales: 20 %
- Observación de la participación: 10 %
- Un trabajo final: 40 %

METODOLOGÍA

La metodología que sigue es la combinación entre clases teóricas y prácticas. Sin embargo, es una asignatura con un enfoque práctico.

En las clases prácticas el profesor hace una pequeña explicación teórica y pone un ejercicio a desarrollar en horario lectivo. Cada grupo coge una cámara fotográfica del servicio de préstamo audiovisual de la Universidad de Vic y el material que necesite, y lleva a cabo el ejercicio en la calle o bien en el plató de fotografía.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- Christian Frei (2001). *War Photographer* [DVD]. Christian Frei Filmproductions.
- Frank, Robert. (2014). *The americans* (8 ed.). Steidl.
- Helen Whitney (1996). *Darkness & Light* [DVD]. Eagle Rock Entertainment.
- Renzo Martens (2009). *Enjoy Poverty* [DVD]. Renzo Martens Menselijke Activiteiten.
- William, S.Johnson., Rice, Mark., Williams, Carla. (2010). *Historia de la fotografía de 1839 a la actualidad*. Taschen.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.

Taller de Guion Cinematográfico

Tipología: Optativa (OP)

Créditos: 6,0

Grupo	Lengua de impartición	Profesorado
G11, presencial, mañana	catalán	María Francisca Forga Martel

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)

- 5. Igualdad de género
- 16. Paz, justicia e instituciones sólidas

OBJETIVOS

Este taller ha sido diseñado para preparar al estudiante con la práctica constante del análisis y la escritura de guiones. A partir de la tradición literaria narrativa y de herramientas de la técnica de escritura de guiones, se trabajan las habilidades profesionales en la ideación y preparación de guiones de ficción a un nivel avanzado.

Los objetivos son:

- Saber generar ideas y tratarlas para mantener el interés de una audiencia.
- Conocer la importancia de los referentes y de la tradición en la creación de personajes e historias.
- Desarrollar las habilidades de escritura en la creación de historias y tramas, la preparación de escaletas y la escritura de diálogos.
- Saber analizar el guion y la estructura de una película.
- Saber preparar un guion en una situación profesional siguiendo los estándares formales internacionales.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Reconocer los valores de la comunicación audiovisual, los procedimientos de trabajo, los géneros, el lenguaje y los diferentes formatos del sector profundizando en los elementos teóricos, metodológicos y prácticos.
- Utilizar conocimientos y métodos adecuados para la planificación, producción y realización de proyectos audiovisuales mediante una correcta gestión del tiempo, toma de decisiones y la resolución de problemas.
- Dominar los diversos lenguajes utilizados para la comunicación (oral, escrito, visual, sonoro, gráfico, hipertextual y multimedial) para crear contenidos audiovisuales de forma efectiva y que se adapten al medio y a la audiencia.
- Aplicar los conceptos teóricos, narrativos, técnicos y tecnológicos de los medios audiovisuales para poder desarrollar con eficacia los distintos procesos que integran las rutinas productivas del mundo de la comunicación audiovisual.
- Desarrollar tareas y proyectos profesionales o académicos en entornos complejos y bajo presión, mediante la cooperación con equipos plurales en entornos presenciales y virtuales, y un uso eficiente de los recursos y herramientas digitales.

CONTENIDOS

1. Características formales de un guión de ficción avaladas por la industria cinematográfica. Plantillas y programas para la escritura guionizada
2. Sinopsis: la tarjeta de presentación de una historia
3. Cómo crear personajes interesantes y verosímiles
4. Líneas argumentales: trama y subtramas, equilibrios internos...
5. La estructura interna de una historia: la ayuda de la teoría de los tres actos y los puntos de giro
6. Tratamiento: desarrollo de la historia. La unidad del guión: secuencia
7. Lenguaje icónico: el espacio y otros elementos como recursos narrativos
8. Guión: los diálogos. Tratamiento de la lengua oral
9. Cómo presentar un proyecto en el mundo profesional: biblia, *pitching* audiovisual
10. Reflexión sobre géneros e hibridaciones

EVALUACIÓN

La evaluación es continua, presencial y progresiva. La nota se obtiene con el trabajo presencial y con la realización de las actividades evaluables previstas. El plagio, el uso de la IA generativa o cualquier intento de fraude en los trabajos de la asignatura se penalizan con un cero.

1. Actividad parcial A1. Conceptos básicos formales: *logline*, *storyline*, *tagline*, sinopsis/tratamiento/guion: 15 %
2. Actividad parcial A2. Guion de encargo (adaptación): 25 %
3. Actividad parcial A3. *Pitching* o presentación de proyecto: 15 %
4. Actividad parcial A4. Guion libre (biblia o proyecto): 25 %
5. Seguimiento del plan de trabajo y asistencia: 20 %

En caso de que la asignatura quede suspendida, se puede reevaluar solo un 25 % de la nota correspondiente a la actividad A4 durante el período de repesca marcado por la Facultad.

Al tratarse de un taller, no se prevé evaluación no presencial y, para poder evaluarse, es indispensable participar en un 80 % de las sesiones.

METODOLOGÍA

El Taller de Guion Cinematográfico se desarrolla de manera presencial a partir de cuatro actividades en las que se despliegan los contenidos de la asignatura.

Cada actividad consta de una parte de lectura, análisis y logro de conceptos que permite poner en práctica, de manera progresiva, las técnicas de escritura.

La progresión de las actividades debe permitir la adquisición de las habilidades indispensables para la escritura de guiones de ficción.

Todos los ejercicios de escritura se preparan y se escriben en el aula por parejas, y están en revisión constante por parte de la profesora / editora de guion.

Los ejercicios se leen y se valoran en grupo grande siguiendo las rutinas de trabajo profesionales.

Se revisa todo lo que se escribe, lo cual propicia la flexibilidad de ideas y la reescritura constante.

La actividad lectiva siempre va acompañada de el visionado, análisis y crítica de películas y capítulos de series propuestos por la profesora y por el alumnado.

BIBLIOGRAFÍA

Básica

- FIELD, Syd (1995). *El manual del guionista: ejercicios e instrucciones para escribir un buen guión paso a paso*. Ediciones Plot.
- Grau Rafel, Marta (2017). *La mente narradora: La neurociencia aplicada al arte de escribir guiones*. Laertes.
- McKEE, ROBERT (2002). *El Guion*. Alba Editorial.
- SEGER, Linda (1991). *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente*. Rialp.

Complementaria

El profesorado facilita las referencias de la bibliografía complementaria y de lectura obligatoria en el transcurso de la asignatura a través del Campus Virtual.