

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Asignatura:	Comunicación Audiovisual
Año Académico:	2015-2016
Titulación:	Grado en Gestión Cultural
• Código:	101312306
• Tipo:	Optativa
• Curso:	Cuarto
• Materia:	Promoción y Comunicación
• Módulo:	Optatividad
Cuatrimestre:	Primer Cuatrimestre
Horario de clase: ¹	Miércoles y jueves: 19:30-21:00
Créditos:	6 créditos
Idioma de instrucción:	Castellano
Apoyo Virtual:	Plataforma Moodle

DATOS BÁSICOS DEL PROFESORADO

Nombre:	María José Chaves García
Área:	Filología Francesa
Departamento:	Filologías Integradas
Centro:	Facultad de Humanidades
Despacho:	Pabellón 12 alto, nº 31
E-Mail:	chaves@uhu.es
Teléfono:	959219069
Tutorías:	
Cuatrimestre 1:	Miércoles y Jueves: 12:00-15:00
Cuatrimestre 2:	Lunes y Martes: 12:00-15:00
Periodo de Docencia:	28 septiembre-22 enero

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

1. DESCRIPTOR

La asignatura tiene como objetivo formar al alumnado en las bases del origen, la organización y estructura de la comunicación audiovisual en los distintos medios e industrias culturales. Se presta especial atención a la naturaleza de cada medio (prensa, radio, TV, cine, Internet), tanto en su ámbito nacional como internacional, y al tipo de impacto que cada uno tiene sobre el sector de la cultura, ofreciendo un conocimiento detallado de la estructura del panorama audiovisual actual y sus singularidades.

2. REQUISITOS Y RECOMENDACIONES

No existe ningún prerrequisito legal ni se requiere ningún conocimiento previo para cursar esta asignatura.

3. TEMARIO DESARROLLADO

PRIMERA PARTE: FUNDAMENTOS Y PRINCIPIOS TEÓRICOS DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

1. Hacia una cultura audiovisual
2. Los orígenes de la comunicación audiovisual

1

El horario de tutorías y el horario de clase pueden sufrir modificaciones con fecha posterior a la publicación de esta guía docente. Los cambios permanentes a dichos horarios aparecerán debidamente anunciados en la página web de la Facultad (en el caso de horarios de clase) y en los tableros de anuncios de los departamentos respectivamente (en el caso de los horarios de tutoría)

3. Tipología de los medios audiovisuales
4. La Comunicación Audiovisual. Factores involucrados
5. Elementos que integran el lenguaje audiovisual. Canales y códigos
6. Definición y naturaleza de la imagen. Semiología de la imagen
 - 6.1. Imagen y espacio audiovisual: marco, campo, encuadre y composición
 - 6.2. Imagen, tiempo y continuidad audiovisual. Articulación espacio-tiempo
7. La dimensión sonora
8. Relaciones entre sonido e imagen
9. Recepción de texto audiovisual
10. Corrientes estéticas en los medios audiovisuales
11. Géneros y estilos audiovisuales
12. El audiovisual en la era digital

SEGUNDA PARTE: MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL. PATRIMONIO AUDIOVISUAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1.-EL CINE

- 1.1. Aproximación a la historia y a la teoría del cine
- 1.2. Lenguaje cinematográfico básico y narrativa audiovisual
- 1.3. Géneros y estilos
- 1.4. Patrimonio cinematográfico
 - 1.4.1. Definición de patrimonio cinematográfico
 - 1.4.2. Conservación y difusión del patrimonio cinematográfico
 - 1.4.3. Filmotecas y archivos cinematográficos y audiovisuales
 - 1.4.4. Patrimonio audiovisual e internet
- 1.5. Legislación española en materia de cine y audiovisual

2.-LA TELEVISIÓN

- 2.1. Breve introducción a la historia de la TV mundial y en España
- 2.2. La comunicación televisiva
- 2.3. Géneros y formatos televisivos
- 2.4. Patrimonio audiovisual en TV
 - 2.4.1. Televisión y cultura. Televisión y sociedad
 - 2.4.2. Marco Legal
 - 2.4.3. Preservación y difusión del patrimonio audiovisual en TV. Proyectos y programas
 - 2.4.4. Unidades de documentación y fondos audiovisuales en TV
 - 2.4.5. La era de la digitalización

3.-LA RADIO

- 3.1. Historia y evolución
- 3.2. La comunicación radiofónica. El lenguaje radiofónico. Narrativa radiofónica
- 3.3. Géneros y formatos radiofónicos
- 3.4. Tecnología y técnicas
- 3.5. Patrimonio radiofónico
 - 3.5.1 Composición y legislación
 - 3.5.2. Documentación y archivos sonoros
 - 3.5.3. Patrimonio radiofónico en internet
- 3.6. Información audiovisual, verdad y representación

4.-LA PUBLICIDAD

- 4.1. Publicidad y cultura
- 4.2. Breve historia de la publicidad
- 4.3. La comunicación publicitaria. El mensaje publicitario
- 4.4. Las formas publicitarias. Géneros, formatos, soportes y técnicas
- 4.5. Patrimonio publicitario
- 4.6. La publicidad audiovisual. La comunicación persuasiva

5.-LA PRENSA

- 5.1. Presentación y conceptos básicos
- 5.2. Patrimonio en prensa. Documentación
 - 5.2.1. Patrimonio hemerográfico
 - 5.2.2. Bibliotecas
 - 5.2.3. Hemerotecas digitales de la prensa
- 5.3. Derechos y gestión

6.-LA FOTOGRAFÍA

- 6.1. La fotografía como patrimonio cultural
- 6.2. Instituciones, fondos y archivos
- 6.3. Gestión del patrimonio fotográfico. Preservación, conservación, difusión

4. BIBLIOGRAFÍA

4.1 GENERAL

- AA.VV. (1990): *Videoculturas de fin de siglo*. Madrid: Cátedra.
- AA.VV. (2005): *Libro blanco de las Ciencias de la Comunicación*. Madrid: ANECA.
- ALBERICH, J. & R., Antoni (Eds.) (2005): *Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*. Editorial UOC. Barcelona.
- ALONSO, L. (2010): *Lenguaje del Cine, Praxis del Filme: una introducción al cinematógrafo*. Madrid, Plaza y Valdés.
- ALTMAN, R. (2000): *Los géneros cinematográficos*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- ALVAREZ, J. (1989): *Historia de los medios de comunicación en España*. Barcelona: Editorial Ariel.
- ARDÉVOL, E. y MUNTAÑOLA, N. (coord.) (2004): *Representación y cultura audiovisual en la sociedad contemporánea*. Barcelona: Editorial Uoc.
- ARIJON, D. (1976): *Gramática del Lenguaje Audiovisual*. Andoain: Escuela de Cine y Vídeo.
- ARNHEIM, R. (2002): *Arte y percepción visual*. Madrid: Alianza Editorial.
- AUMONT, J (1986): *Análisis del film*. Barcelona: Paidós.
- AUMONT, J. (1990): *La Imagen*. Barcelona: Paidós.
- AUMONT, J. (1997): *El ojo interminable. Cine y pintura*. Barcelona: Paidós.
- AUMONT, J. (2001): *La estética hoy*. Madrid: Cátedra Signo e Imagen.
- AUMONT, J. y MARIE, M. (1990): *Análisis del film*. Barcelona: Paidós.
- BAGET, J. M. (1993): *Historia de la televisión en España (1956-1975)*. Barcelona: Feed-Back Ediciones.
- BALSEBRE A. (2001-2002): *Historia de la radio en España*. Volumen I (1874-1939). Barcelona: Editorial Paidós.
- BAZIN, A. (1996): *¿Qué es el cine?*. Madrid: Editorial Rialp.
- BELTING, H. (2007): *Antropología de la imagen*. Madrid: Katz.
- BREA, J. L. (2010): *Las tres eras de la imagen*. Madrid: Akal.
- BRIGGS, A. y BURKE, P. (2005): *De Guttenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Taurus.
- BUCK-MORSS, S. (1995): *Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los Pasajes*. Madrid: Visor / La balsa de la medusa.
- BURCH, N. (1991): *El tragaluz del infinito*. Madrid: Cátedra.
- BURKE, P. (2001): *El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Crítica.
- BUSTAMANTE, E. (1999): *La televisión económica*. Barcelona: Gedisa.
- BUSTAMANTE, E. (2013): *Historia de la radio y la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.
- CASSETTI, F. (1994): *Teorías del cine*. Madrid: Cátedra Signo e imagen.
- CASSETTI, F. y DI CHIO, F. (1999): *Análisis de la televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós.
- CASTELLS, M. (2001): *La galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona: Editorial Areté.
- CHION, M. (1993): *La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- CHOMSKY, N. y RAMONET, I. (2005): *Cómo nos venden la moto. Información, poder y concentración de medios*. Barcelona: Icaria Editorial.
- COLEMAN, A. D. (1998): *The Digital Evolution. Visual Communication in the Electronic Age*. Munich: Nazraeli Press.
- CRARY, J. (2008): *Suspensiones de la percepción. Atención, espectáculo y cultura moderna*. Madrid: Akal.
- CRARY, J. (2008): *Técnicas del observador. Visión y modernidad en el siglo XIX*. Murcia: Editorial Cendeac.
- CRUZ, M. y MARTÍN, M. I. (coord.) (2006): *Publicidad y cultura*. Sevilla-Zamora: Comunicación social.
- CURRAN, J., MORLEY, D. y WALKERDINE, V. [comp.] (1998): *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y posmodernismo*. Barcelona: Paidós Comunicación.

DARLEY, A. (2002): *Cultura Visual Digital*. Barcelona: Editorial Paidós.

DEBORD, G. (2002): *La sociedad del espectáculo*. Valencia: Editorial Pre-Textos.

FANG, I. (1997): *A History of Mass Communication*. Boston: Focal Press.

FAUS, Á. (2007): *La radio en España (1896-1977)*. Madrid: Taurus.

FERRAZ, A. (1996): *El lenguaje de la publicidad*. Madrid: Arco libros.

Fontcuberta, J. (ed.) (2003): *Estética fotográfica*. Barcelona: Gustavo Gili.

GARCÍA, L. (2007): *Las Teorías de la Comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Madrid: Tecnos.

GOMBRICH, E. H. (1987): *La imagen y el ojo*. Madrid: Alianza Forma.

GÓMEZ, R. (2001): *Análisis de la imagen. Estética audiovisual*. Madrid: Ediciones del Laberinto.

GÓMEZ, R. (2007): *Cultura audiovisual. Itinerarios y rupturas*. Madrid: Ediciones del Laberinto.

GONZÁLEZ, B. (2006): *Análisis de la obra audiovisual*. Segovia. Universidad Sek.

GUBERN, R. (1987): *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

GUBERN, R. (1996): *Del bisonte a la realidad virtual. (La escena y el laberinto)*. Barcelona: Editorial Anagrama.

GUBERN, R. (1997): *Medios icónicos de masas*. Madrid: Historia 16.

GUBERN, R. (2004): *Patologías de la imagen*. Barcelona: Anagrama.

GUBERN, R. et alii (2010): *Historia del cine español*. Madrid: Cátedra.

GUTIÉRREZ, L. (1979): *Historia de los Medios Audiovisuales (1838-1926)*. Madrid: Pirámide.

GUTIÉRREZ, L. (1982): *Elementos para la historia del cine*. Madrid. Ed. Forja.

JENKINS, H. (2010): *Piratas de textos. Fans, cultura participativa y televisión*. Barcelona: Paidós

LEON, J. L. (2001): *Mitoanálisis de la publicidad*. Barcelona: Ariel Comunicación.

MANOVICH, L. (2001): *El Lenguaje de los Nuevos Medios de Comunicación: la imagen en la era digital*. Barcelona, Paidós.

MANOVICH, L. (2005): *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

MARCOS, J. C. (coord.): *Gestión del patrimonio audiovisual en medios de comunicación*. Madrid: Síntesis.

MARTÍNEZ-COSTA, M. P. Y Díez, J. R. (2005): *Lenguaje, géneros y programas de radio*. Pamplona. Ediciones de la Universidad de Navarra.

MATTELART, A. (1997): *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica.

MCQUAIL, D. (1994): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

MEDINA, M. (2011): *Estructura y gestión de empresas audiovisuales*. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra.

MIRZOEFF, N. (2003): *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Paidós.

MONTIEL, A. (1999): *Teorías del cine*. Barcelona: Editorial Montesinos.

MORLEY, D. (2009): *Medios, modernidad y tecnología*. Barcelona: Gedisa.

PALACIO, M. (2005): *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.

PUYAL, A. (2006): *Teoría de la Comunicación Audiovisual*. Madrid: Fragua,

QUINTANA, A. (2003): *Fábulas de lo visible. El cine como creador de realidades*. Barcelona: El Acantilado.

REQUENA, J. (1988): *El Discurso Televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Cátedra.

REY, J. (1999): *Palabras para vender, palabras para soñar. Introducción a la redacción publicitaria*. Barcelona: Paidós.

RODERO, E. (2005): *Producción radiofónica*. Madrid: Cátedra.

ROMAGUERA, J. y ALSINA, H. (Eds.) (1998): *Textos y manifiestos del cine*. Madrid: Cátedra.

SÁNCHEZ, J. L. (2012): *Historia del cine. Teoría y géneros literarios, fotografía y televisión*. Madrid: Alianza Editorial.

STAM, R. (2001): *Teorías del cine*. Barcelona: Paidós Comunicación.

WALKER, J. A. y CHAPLÍN, S. (2002): *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona: Octaedro.

WALLIS, B. (Ed.) (2001): *Arte después de la modernidad. Nuevos planteamientos en torno a la representación*. Madrid: Akal.

WOLF, M. (2005): *La investigación de la comunicación de masas: críticas y perspectivas*. Barcelona: Paidós.

WYVER, J. L. (1991): *La imagen en movimiento: aproximación a una historia de los medios audiovisuales*. Valencia: Filmoteca Generalitat Valenciana.

4.2 LECTURAS OBLIGATORIAS

Se detallarán a lo largo del cuatrimestre.

5. RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

5.1 COMPETENCIAS GENÉRICAS

- CG1. Capacidad de análisis y síntesis.
- CG2. Capacidad de aplicar los conocimientos en la práctica.
- CG3. Comunicación oral y escrita en la lengua materna y/o en una lengua extranjera.
- CG4. Habilidades básicas del manejo de las nuevas tecnologías.
- CG5. Habilidades de investigación y gestión de la información.
- CG6. Capacidad crítica y autocrítica.
- CG7. Capacidad de adaptarse a nuevas situaciones y resolución de problemas.
- CG8. Capacidad para generar nuevas ideas.
- CG9. Capacidad de toma de decisiones, de iniciativa y espíritu emprendedor.
- CG10. Habilidad para trabajar de forma autónoma y en equipo.
- CG11. Capacidad de liderazgo. Habilidad para el diseño y gestión de proyectos.
- CG12. Capacidad de comunicar y transmitir los conocimientos adquiridos.
- CG13. Habilidad para trabajar en un contexto internacional.
- CG14. Respeto de la diversidad cultural y compromiso con la igualdad de género.
- CG15. Compromiso ético y preocupación por la calidad y motivación de logro.

5.2 COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- CE7 - Conocimiento del sector profesional y empresarial de la cultura, así como de las redes profesionales de la gestión cultural.
- CE8 - Conocimiento básico de la administración pública y privada.
- CE13 - Conocimiento de la gestión de equipamientos culturales. Diseño, producción y comercialización de productos, proyectos y actividades culturales.
- CE14 - Evaluar la viabilidad de proyectos culturales en el sector público, sector privado y tercer sector.
- CE17 - Innovar en la presentación y difusión de la cultura.
- CE23 - Promover el interés por el valor social, económico y empresarial de la cultura.

5.3. OTROS RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

- Conocer los orígenes y significado de la comunicación audiovisual y los diferentes conceptos que se utilizan en este ámbito.
- Diferenciar y definir los conceptos aplicables a este campo de trabajo y las utilidades prácticas de los mismos para el sector de la cultura.
- Comprender las funciones de los profesionales en el proceso de la comunicación audiovisual y el funcionamiento e importancia de los recursos humanos en este sistema.
- Analizar el proceso de la comunicación para llegar a conocer las diferentes etapas de las que consta.
- Estudiar productos audiovisuales, las técnicas empleadas, y los objetivos de cada estrategia para llegar a una comprensión relevante de los mismos dentro del ejercicio profesional en la gestión de la cultura.
- Emitir juicios razonados, críticos y constructivos sobre los productos de comunicación e información audiovisual.

6. METODOLOGÍA DOCENTE

A una asignatura de 6 créditos le corresponden 150 horas de trabajo del alumno que se distribuyen de la siguiente manera:

- Clases Teóricas/Teórico-Prácticas (Grupo Grande): 36 h.
- Clases Prácticas (Grupo Reducido): 9 h.
- Prueba final de evaluación escrita: 3 h (en caso de asignaturas con examen final)
- Trabajo Personal Autónomo: 102 h /105 h en caso de asignaturas sin examen final

DESARROLLO Y JUSTIFICACIÓN:

A. SESIONES DE GRUPO GRANDE:

En las diferentes sesiones de grupo grande se abordarán todos los contenidos de la asignatura desde una perspectiva teórico-práctica. Debido a la naturaleza de este ámbito de estudio, se alternará la presentación teórica de los contenidos con el visionado y análisis de los diferentes textos. Ello no sólo permitirá la adquisición de conocimientos teórico-prácticos sino que propiciará el debate y el desarrollo de la capacidad crítica y de análisis en el alumno.

En todas las clases, se hará uso de herramientas tradicionales (pizarra, fotocopias, etc.) así como de la mesa tecnológica. En cualquier caso, será absolutamente necesario disponer de un proyector, una pantalla y un ordenador con las actualizaciones oportunas del software destinado a la reproducción de imagen y sonido. Será imprescindible contar con un aula que reúna todas las características necesarias -en materia de imagen y sonido- que permitan un correcto desarrollo de la docencia.

B. SESIONES DE GRUPO REDUCIDO (PRÁCTICAS)

En las sesiones de grupo reducido, se llevarán a cabo, por un lado, análisis, comentarios de textos audiovisuales y debate de lecturas y, por otro, se harán prácticas en laboratorio con objeto de que los estudiantes lleven a cabo determinados proyectos y tareas -individuales y en grupo- que se les propondrá en relación con la materia.

C. OTRAS ACTIVIDADES DOCENTES

Plataforma Moodle.

7. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

Para evaluar la adquisición de competencias en esta materia se usará una combinación de algunas de las siguientes técnicas de evaluación:

A. PRIMERA CONVOCATORIA:

INSTRUMENTOS Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN:

- Examen escrito. 70%
- Controles periódicos, lecturas, trabajos prácticos -individuales o en grupo-:30%

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Para superar la asignatura el alumno debe demostrar una adquisición suficiente de los resultados del aprendizaje.

Examen final:

- Grado de capacidad de resolución de problemas y aplicación de los contenidos teóricos a la práctica
- Grado de desarrollo de la capacidad de síntesis
- Grado de conocimiento, comprensión e información
- Ausencia de errores
- Utilización adecuada de los conceptos y terminología
- Coherencia interna del ejercicio, y de éste con la totalidad de los conocimientos
- Corrección en la utilización de la ortografía, gramática y sintaxis
- Capacidad de interrelacionar teorías, modelos, conceptos
- Concreción y exactitud de las respuestas
- Nivel de estudio

Controles periódicos:

- Grado de conocimiento, comprensión e información
- Corrección en la utilización de la lengua de forma oral y escrita
- Claridad de análisis y exposición de resultados
- Participación en las clases.

Trabajos, tareas:

- Grado de capacidad de resolución de problemas y aplicación de los contenidos teóricos a la práctica.
- Grado de conocimiento, comprensión e información
- Claridad de análisis y exposición de resultados
- Grado de utilización de bibliografía y fuentes auxiliares
- Corrección en la utilización de la lengua de forma oral y escrita
- Claridad de análisis y exposición de resultados
- Grado de capacidad en la resolución de problemas

B. SEGUNDA CONVOCATORIA:

INSTRUMENTOS Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN:

Los mismos que en la primera convocatoria.

- Examen escrito. 70%
- Controles periódicos, lecturas, trabajos prácticos -individuales o en grupo-: 30%

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

Se mantienen los mismos criterios que en la primera convocatoria.

