

Datos identificativos de la asignatura:

Titulación	Bachillerato Artístico LOMCE
Asignatura	Cultura Audiovisual II
Materia	Cultura Audiovisual
Departamento	Artes Plásticas y Diseño
Curso	2º
Año académico	2017-18

Profesores responsables de la asignatura:

Cristina del Castillo Rincón
Cuerpo: Profesores de Artes Plásticas y Diseño
Email: cristinadelcastillorincon@gmail.com

Horario de tutorías. Atención a alumnos, sesiones de tutoría y seguimiento:

Tutoría colectiva: Lunes 20:15 a 21:05. Lugar: Aula 305
Tutorías individuales: Martes 19:10 a 20:00, Miércoles 12:55 a 12:30.

Libro:

Castillo Pomedá, José María., *Cultura Audiovisual II*, 2017. Ediciones Paraninfo S.A.
ISBN: 9788428339711
Cultura Audiovisual: <http://culturaaudiovisual.es/>
La del autor: <http://www.josemariacastillo.es/index.html>

Descripción de la signatura:

La sociedad actual tiene como una de sus señas de identidad la presencia de imágenes digitales en prácticamente cualquier actividad que desarrolle y es en este punto donde nos encontramos ante un inmenso reto. Resulta pertinente, por tanto, que los alumnos y alumnas entiendan la importancia del proceso creativo y su relación inexcusable con la industria audiovisual que se encarga de gestionarlo, debido a la ausencia de filtros de calidad y a la facilidad de publicación en la red. Esta materia se desarrolla durante dos cursos académicos del Bachillerato de Artes. Los contenidos de estas enseñanzas están ordenados de un modo muy concreto: la imagen, su significado y posibilidades expresivas; los medios de comunicación y la producción audiovisual. En el primer curso el alumnado analiza la evolución de los medios y lenguajes audiovisuales y las funciones y características de la imagen fija y en movimiento, a fin de crear narraciones audiovisuales sencillas. En el segundo curso el alumnado estudia la importancia de la función expresiva de la imagen, el sonido y la música en el proceso de creación de audiovisuales. Se hace necesario comprender la organización de la producción de audiovisuales, las características de los “nuevos media” y de los mensajes publicitarios,

a fin de valorar y realizar productos audiovisuales sencillos. Esta materia tiene un carácter propedéutico necesario y básico para su desarrollo en etapas posteriores, ya sea en estudios universitarios de comunicación audiovisual, publicidad y bellas artes, entre otros, como para los de formación profesional de imagen y sonido y enseñanzas artísticas.

Contenidos y programación temporal:

1ª EVALUACIÓN

UNIDAD 1.-INTEGRACIÓN DE SONIDO E IMAGEN EN EL LENGUAJE AUDIOVISUAL

- 1.1- La función expresiva del sonido
- 1.2- Conceptos técnicos básicos
 - 1.2.1- Concepto y variables que definen el sonido
 - 1.2.2- Conceptos fundamentales del movimiento ondulatorio
- 1.3- ¿Cómo escuchamos?
 - 1.3.1- El mecanismo de la audición
 - 1.3.2- Localización espacial o percepción direccional
 - 1.3.3- Perspectiva y planos sonoros
- 1.4- La grabación del sonido
 - 1.4.1- El micrófono
- 1.5- El registro del sonido
 - 1.5.1- Parámetros de medición del sonido
 - 1.5.2- Nivel de línea y nivel de micro
 - 1.5.3- La cadena de grabación
 - 1.5.4- la mesa de mezclas
- 1.6- El sonido digital
- 1.7- La adecuación de la música y los sonidos a las intenciones expresivas y comunicativas
 - 1.7.1- Efectos narrativos del sonido
 - 1.7.2- El sonido y la continuidad narrativa
 - 1.7.3- La música
 - 1.7.4- Funciones narrativas de la música en el cine
 - 1.7.5- La banda sonora
 - 1.7.6- La banda sonora en la historia del cine. Los grandes creadores
 - 1.7.7- Autores españoles

UNIDAD 2.-LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA Y TELEVISIVA. LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

- 2.1- El audiovisual del siglo XXI
- 2.2- El cine como industria
- 2.3- Evolución de la industria cinematográfica
- 2.4- Evolución de la industria televisiva
- 2.5- La producción cinematográfica
- 2.6- La producción televisiva

- 2.6.1- Estructura y financiación de un canal de televisión
- 2.7- La programación
 - 2.7.1- Tipos de programación
- 2.8- Sistemas de estudios de audiencia. La audimetría
 - 2.8.1- Perfil de audiencia
 - 2.8.2- Desarrollo y evolución de la audimetría
- 2.9- Edición de programas multimedia
 - 2.9.1- La edición de vídeo
 - 2.9.2- Edición de presentaciones audiovisuales
- 2.10- Los efectos en la historia del cine y la televisión
 - 2.10.1- Características expresivas de la velocidad de reproducción de las imágenes
 - 2.10.2- Acelerar y ralentizar
 - 2.10.3- Cámaras de alta velocidad. El tiempo bala
 - 2.10.4- Efectos visuales clásicos
 - 2.10.5- Efectos digitales

UNIDAD 3.-LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 3.1-El lenguaje de la televisión. Su importancia en la sociedad actual
 - 3.1.1- El poder de la televisión
 - 3.1.2- La información como espectáculo

Ejercicios: Entrega en la plataforma de Moodle o a través del correo electrónico. Fecha límite de entrega 20 de noviembre 2017.

2ª EVALUACIÓN

- 3.2- Los géneros televisivos
- 3.3- Cómo se hace un programa de televisión
 - 3.3.1- La realización multicámara
 - 3.3.2.-Los medios técnicos. Con qué se hace la televisión
 - 3.3.3- El equipo humano. Quién hace la televisión
 - 3.3.4- El programa de televisión. De la creación a la emisión
 - 3.3.5- Los grandes realizadores de televisión
- 3.4- Presente y futuro de la televisión
 - 3.4.1-Evolución de la alta definición. hd, full hd, 4k, 8k, 360º
 - 3.4.2- La UHDTV ya está aquí
 - 3.4.3-Vías de acceso a la nueva televisión
- 3.5- La radio del siglo XXI
- 3.6- Evolución histórica de la radio como medio de comunicación
- 3.7- Tecnología de la radiodifusión digital
- 3.8- Las emisoras de radio. Tipos
 - 3.8.1- Según su financiación
 - 3.8.2- Según su programación
- 3.9- Creación del mensaje radiofónico
- 3.10- Elementos del lenguaje radiofónico
 - 3.10.1- La palabra

- 3.10.2- La música
- 3.10.3- Los efectos sonoros
- 3.10.4- El silencio
- 3.10.5- Los planos sonoros
- 3.11- El guion en la radio
 - 3.11.1- Estructura del guion de radio
- 3.12- Los formatos en la radio
 - 3.12.1- Informativos
 - 3.12.2- De opinión
 - 3.12.3- Deportivos
 - 3.12.4- Musicales
 - 3.12.5- De entretenimiento
 - 3.12.6- Ficción
- 3.13- Radio y televisión. Servicios públicos necesarios
- 3.14- Internet. La nueva autopista de la comunicación
- 3.15- YouTube. El espectador decide
- 3.16- Hiperinformación y desinformación

UNIDAD 4. LA PUBLICIDAD

- 4.1- Concepto y evolución
- 4.2- Características y objetivos de la publicidad
- 4.3- Tipos de publicidad
- 4.4- Información y propaganda
- 4.5- Publicidad. Nuevos límites y formatos
 - 4.5.1- Publicidad subliminal
 - 4.5.2- Mensajes subliminales en cine y televisión
 - 4.5.3- ¿Subliminal o simbólico?
 - 4.5.4- Neuromarketing
- 4.6- La publicidad como campo de investigación en el lenguaje audiovisual
 - 4.6.1- La composición en la imagen publicitaria
 - 4.6.2- Tipos de composición

Ejercicios: Entrega en la plataforma de Moodle o a través del correo electrónico. Fecha límite de entrega 12 de febrero del 2018.

3ª EVALUACIÓN

- 4.7- Estrategia de emplazamiento
 - 4.7.1- Tipos de publicidad por emplazamiento
- 4.8- La publicidad radiofónica
- 4.9- Nuevas tecnologías, nuevas formas de publicidad
 - 4.9.1- Publicidad en internet
 - 4.9.2- YouTube y la publicidad
 - 4.9.3- Los youtubers
- 4.10- Deportes y espectáculos. El soporte publicitario ideal
- 4.11- Publicidad dinámica
- 4.12- Dimensión social de la publicidad. Campañas humanitarias

UNIDAD 5.-ANÁLISIS DE IMÁGENES Y MENSAJES MULTIMEDIA

- 5.1-Análisis técnico de la imagen
 - 5.1.1- Leyes de la relación figura-fondo en las imágenes
 - 5.1.2- Elementos que influyen en la percepción según el entorno que muestran
 - 5.1.3- La imagen como representación de la realidad
 - 5.1.4- Análisis de las características técnicas de la imagen
 - 5.1.5- Análisis de los efectos fotográficos perceptibles en la imagen
- 5.2- Análisis de imágenes fijas y en movimiento
- 5.3- Análisis de la imagen en movimiento
 - 5.3.1- Tipos de plano
 - 5.3.2- Análisis de la imagen en movimiento según la posición de la cámara
 - 5.3.3- Análisis de la imagen en movimiento a través de los movimientos de cámara
 - 5.3.4- Toma, escena, secuencia y plano-secuencia
- 5.4- Incidencia de los mensajes según el emisor. Los medios como poder y la masa como público
 - 5.4.1- El derecho de la información y los medios como poder
 - 5.4.2- Las masas como público
 - 5.4.3- Pero, ¿podemos fiarnos de los medios de comunicación?
 - 5.4.4- Las diez estrategias de manipulación mediática
 - 5.4.5- El tratamiento de la información
- 5.5- Internet como fuente de información fiable

Ejercicios: Entrega en la plataforma de Moodle o a través del correo electrónico. Fecha límite de entrega 27 de abril del 2018.

Criterios de evaluación y calificación:

- a. Pruebas de evaluación final presenciales: **65%**.
- b. Actividades: **25%**
- c. Participación e involucración en las tutorías y herramientas de comunicación: **10%**

La evaluación extraordinaria constará de la prueba de evaluación presencial (apartado a) y una prueba específica relativa a los contenidos evaluados a través del apartado b.