



Guía Docente

Lenguaje escrito, audiovisual y publicitario

Grado en Comunicación
MODALIDAD PRESENCIAL

Curso Académico 2026-2027

Índice

RESUMEN

DATOS DEL PROFESORADO

REQUISITOS PREVIOS

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

EVALUACIÓN

INFORMACIÓN ADICIONAL

BIBLIOGRAFÍA

RESUMEN

Centro	Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas
Titulación	Comunicación
Asignatura	Lenguaje escrito, audiovisual y publicitario
Materia	Comunicación
Carácter	Formación Básica
Curso	1º
Semestre	2
Créditos ECTS	6
Lengua de impartición	Castellano
Curso académico	2026-2027

DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Rosalí León Ciliotta
Correo Electrónico	rosali.leon@pdi.atlanticomedio.es
Tutorías	De lunes a viernes bajo cita previa. El alumnado deberá solicitar la tutoría previamente a través del Campus Virtual o a través del correo electrónico.

REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

Conocimientos:

CON01

Conocer los contextos, culturales, sociales, económicos y políticos necesarios que permitan relacionarse con la sociedad.

CON02

Comprender la evolución histórica del mundo moderno con especial hincapié en los hechos culturales, políticos y económicos que lo definen

CON03

Comprender la realidad política y los hechos informativos que definen la actualidad.

CON04

Entender los elementos de la comunicación en los ámbitos periodístico, publicitario y audiovisual a partir de las competencias propias según cada disciplina

Habilidades:

HAB01

Transmitir información, ideas, problemas y soluciones, tanto a audiencias expertas como no expertas en el ámbito de la comunicación.

HAB02

Manejar las lenguas española e inglesa (con un nivel B1 según los criterios establecidos por el MCER) de forma oral y escrita, en general

HAB04

Demostrar el uso profesional de las tecnologías y técnicas comunicativas para procesar, elaborar y transmitir información, con especial hincapié en los nuevos soportes.

Competencia:

COM02

Idear, planificar y ejecutar proyectos comunicativos.

COM03

Dirigir la oficina de comunicación de una institución pública o privada.

COM07

Crear y dirigir técnica y artísticamente la puesta en escena de un evento.

COM13

Reflexionar sobre el panorama del universo comunicativo actual, considerando los mensajes como fruto de una sociedad determinada, producto de las condiciones sociopolíticas y culturales de un momento histórico determinado.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

- La información de actualidad
- Criterios y formas de la noticia
- El lenguaje audiovisual: códigos y elementos
- La comunicación publicitaria: principios para la elaboración de mensajes publicitarios

Estos contenidos se desarrollarán por medio del siguiente programa:

BLOQUE I. LENGUAJE ESCRITO

Tema 1. La redacción en diferentes contextos

- 2.1. Contexto formal
- 2.2. Contexto no formal
- 2.3. La redacción literaria (narrativa, poesía y ensayo)

Tema 2. El lenguaje informativo

- 1.1. Características del lenguaje informativo
- 1.2. Manuales de estilo y guías de uso
- 1.3. Las fuentes de información y desinformación
- 1.4. Narrativas mediáticas
- 1.5. Géneros periodísticos

Tema 3. Comunicación institucional

- 3.1. La nota de prensa
- 3.2. Correos electrónicos en el ámbito laboral
- 3.3. Escritura para la web

BLOQUE II. LENGUAJE AUDIOVISUAL

Tema 1. Introducción al lenguaje audiovisual

- 1.1. Cultura audiovisual
- 1.2. Fotografía
- 1.3. Infografías interactivas
- 1.4. Podcast

Tema 2. Los géneros y formatos audiovisuales

- 2.1. Radio
- 2.2. Cine

- 2.3. Televisión
- 2.4. Internet
- 2.5. Redes sociales

Tema 3. Narrativas transmedia

- 3.1. Nuevos formatos
- 3.2. Videojuegos
- 3.3. Animación

BLOQUE III. LENGUAJE PUBLICITARIO

Tema 1. Introducción a la publicidad

- 1.1. Definición de publicidad
- 1.2. Enfoques de la estrategia publicitaria
- 1.3. Retórica, el arte de la persuasión
- 1.4. Legislación y ética publicitaria

Tema 2. El mensaje publicitario

- 2.1. El público objetivo
- 2.2. Componentes textuales de un anuncio publicitario
- 2.3. El mensaje publicitario
- 2.4. La creación publicitaria: texto y gráfico

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

SEMANA	TEMA
1	La redacción en diferentes contextos
2	El lenguaje informativo
3	Las fuentes de información
4	Narrativas mediáticas
5	Géneros periodísticos
6	Comunicación institucional
7	Presentaciones primer trabajo de evaluación continua
8	Introducción al lenguaje audiovisual
9	Los géneros y formatos audiovisuales
10	Narrativas transmedia
11	Introducción a la publicidad
12	Estrategias y mensajes publicitarios
13	Características del lenguaje publicitario
14	Componentes textuales de un anuncio publicitario
15	Creación publicitaria
16	Presentaciones finales y repaso

Nota: La distribución expuesta tiene un carácter general y orientativo, ajustándose a las características y circunstancias de cada curso académico y grupo clase.

METODOLOGÍA

- Método expositivo. Lección magistral.
- Estudio individual.
- Resolución de problemas.
- Metodología por proyectos.
- Tutoría presencial (individual y/o grupal).

ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
Clases expositivas	430
Prácticas	84
Talleres	35
Estudio de casos	12
Visitas a centros de interés	2
Proyectos y trabajos	35
Tutoría y seguimiento	56
Evaluación	106
Trabajo autónomo del alumno	890

"Las actividades formativas tienen un porcentaje de presencialidad del 100% a excepción del Trabajo Autónomo del estudiante."

EVALUACIÓN

SISTEMAS DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE CALIFICACIÓN FINAL
Asistencia y participación activa	10%
Realización de trabajos y prácticas	25%
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	65%

1. La prueba de evaluación teórico-práctica, que supondrá el 65 % de la nota final de la asignatura. Constará de dos partes:
 - a. Preguntas objetivas (50 % de la nota total de la prueba)
 - b. Preguntas de desarrollo, aplicación o análisis de casos (50 % de la nota final de la prueba).
2. La realización de trabajos prácticos, que supondrán el 25 % de la nota final de la asignatura. A lo largo de las semanas de clase, el alumnado deberá realizar dos proyectos:
 - a. Redacción de ficción o no ficción sobre un tema previamente acordado con la docente (trabajo individual, 10% de la calificación final de la asignatura).
 - b. Creación (grupal) de una revista digital o página web que incluya contenidos informativos multimedia y se sostenga en la publicidad. La entrega final incluirá una presentación oral para potenciales inversionistas (15% de la calificación final).
3. Asistencia y participación activa, que supone el 10 % de la nota final de la asignatura.

Sistemas de evaluación

- Primera matrícula

Se aplicará el sistema de evaluación continua, donde se valorarán de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante, mediante los criterios de evaluación indicados, siempre que, el estudiante haya asistido, como mínimo, **al 80% de las clases**.

En el caso de que los estudiantes asistan a clase en un porcentaje inferior al 80%, el estudiante no podrá presentarse a la convocatoria ordinaria.

En primera matrícula los estudiantes deberán superar cada una de las partes evaluativas de la asignatura para que se haga media en el cálculo de la nota final de la asignatura.

- **Convocatoria ordinaria:**

La convocatoria ordinaria estará conformada por los elementos de evaluación reflejados en los sistemas de evaluación; cada uno de los cuales debe ser superado para proceder al cálculo de la nota de la asignatura.

- **Convocatoria extraordinaria:**

Los estudiantes podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria. Se podrá acudir con aquellas partes de la evaluación que no superase en convocatoria ordinaria.

Si ha suspendido la parte de realización de trabajos deberá presentar nuevamente dichos trabajos que podrán ser o no los mismos según indique el docente.

Si la parte no superada es el examen deberá presentarse a un nuevo examen en su totalidad (teoría y/o práctica) según la estructura que posea el mismo y del que habrá sido informado el estudiante a inicios de la asignatura.

Dispensa académica:

Para aquellos estudiantes que hayan obtenido dispensa académica por causa justificada, se establecerá un sistema alternativo de evaluación siguiendo lo recogido en Normativa de Evaluación de la Universidad.

El sistema alternativo de evaluación estará conformado por los elementos del sistema de evaluación reflejado en esta guía docente. En el caso de dispensa, se sustituirá asistencia y/o participación por otra actividad formativa adecuada que permita alcanzar los resultados de aprendizaje previstos y obtener la calificación máxima de la asignatura siguiendo las indicaciones que establezca el docente al comienzo de la asignatura.

Segunda y siguientes matrículas

Las segundas y siguientes matrículas poseerán una evaluación idéntica a la expuesta en primera matrícula en la que no tendrán en consideración las entregas de cursos anteriores ni notas de pruebas de evaluación de la matrícula anterior. A todos los efectos el estudiante debe volver a realizar y superar todas las partes reflejadas el sistema de evaluación reflejado en esta guía.

- **Convocatoria de finalización de estudios y convocatoria de gracia:**

En el caso de convocatoria de finalización de estudios y convocatoria de gracia se aplicará el sistema de evaluación de dispensa académica.

Si el estudiante no supera el examen de la asignatura, en actas aparecerá la calificación obtenida en la prueba.

Si el estudiante no se presenta al examen final en convocatoria oficial, figurará como “No presentado” en actas.

INFORMACIÓN ADICIONAL

Entrega de actividades

Según está establecido institucionalmente, todos los ejercicios y trabajos se deben entregar por el Campus Virtual de la Universidad. No se aceptarán entregas en el correo electrónico del docente.

El trabajo se entregará en la fecha indicada por el docente.

Es el estudiante el responsable de garantizar dichas entregas y plazos en el Campus Virtual. Todos aquellos trabajos presentados fuera de fecha o por otras vías diferentes al Campus Virtual o a las indicadas por el docente contarán como no presentados.

El formato de entrega será el que indique el docente para cada una de las actividades en particular.

Si por capacidad o formato, no se puede realizar una entrega por el Campus Virtual, el docente informará de la vía alternativa de almacenamiento que suministra la universidad y su mantenimiento será responsabilidad del estudiante.

En cualquier caso, el trabajo deberá permanecer accesible hasta que finalice el curso académico.

El docente deberá realizar una copia de todos aquellos trabajos que por su naturaleza no puedan estar almacenados en el Campus Virtual.

Normativa:

Todas las pruebas susceptibles de evaluación, así como la revisión de las calificaciones, estarán supeditadas a lo establecido en la Normativa de Evaluación, la Normativa de Permanencia y la Normativa de Convivencia de la Universidad del Atlántico Medio públicas en la web de la Universidad:

[Normativa | Universidad Atlántico Medio](#)

Las conductas de plagio, así como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a lo establecido en estas normativas. El personal docente tiene a su disposición una herramienta informática antiplagio que puede utilizar según lo estime necesario. El estudiante estará obligado a aceptar los permisos de uso de la herramienta para que esa actividad sea calificada.

Sistema de calificaciones:

El sistema de calificaciones (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) será:

0-4,9 Suspenso (SS)

5,0-6,9 Aprobado (AP)

7,0-8,9 Notable (NT)

9,0-10 Sobresaliente (SB)

La mención de “Matrícula de honor” podrá ser otorgada a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula por cada 20 estudiantes o fracción.

Exámenes:

Al examen solo se podrá acudir con la dotación que indique el docente responsable de la asignatura y el estudiante deberá acudir correctamente identificado. Según la parte del examen se podrá o no contar con dispositivos electrónicos, acceso a internet u otras herramientas o utilidades. El docente tiene la potestad de expulsar al estudiante del examen si se hace uso de cualquier elemento no autorizado en el examen, obteniendo una calificación de suspenso.

En caso de producirse alguna irregularidad durante la celebración del examen o prueba de evaluación, se podrá proceder a la retirada inmediata del examen, expulsión del estudiante, calificación de suspenso y apertura de expediente si se considerase el caso.

El estudiante podrá solicitar la modificación de pruebas de evaluación por escrito a través de correo electrónico dirigido a Coordinación Académica, aportando la documentación justificativa correspondiente, dentro de los plazos indicados en cada caso en la Normativa de evaluación.

[Normativa-de-Evaluacion.pdf](#)

Estudiantes con discapacidad o necesidades educativas especiales

A fin de garantizar la igualdad de oportunidades, la no discriminación, la accesibilidad universal y la mayor garantía de éxito académico, los y las estudiantes con discapacidad o con necesidades educativas especiales podrán solicitar adaptaciones curriculares para el seguimiento de sus estudios acorde con el Programa de Atención a la Diversidad de la UNAM:

[Programa_atencion_diversidad.pdf](#)

BIBLIOGRAFÍA

Básicas:

- Balló, J., y Oliva, M. (2024). *La imagen incesante. Anatomía de los formatos audiovisuales*. Anagrama
- Fernández Díez, F., y Martínez Abadía, J. (2020). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Paidós
- García López, J. (2017). *Publicidad. Teoría y práctica*. Centro de Estudios Financieros.
- Parrat, S.; Paniagua, P., y Abejón, P. (2017). *Manual práctico de redacción periodística. Géneros informativos, interpretativos y de opinión*. Síntesis.
- Pérez Gómez, G. (2004). *Curso básico de periodismo audiovisual*. EUNSA.
<https://elibro.net/es/lc/atlanticomedio/titulos/47430>
- Rey, J. (2023). *Redacción publicitaria*. Grupo Anaya - Ediciones Pirámide.
<https://elibro.net/es/lc/atlanticomedio/titulos/300170>
- Vellón Lahoz, J. (2014). *Lengua española para comunicadores (periodismo)*. D - Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions.
<https://elibro.net/es/lc/atlanticomedio/titulos/51758>

Complementarias:

- AA. VV. (2021). *Principios básicos de la producción audiovisual*. Omm Press.
- Bassat, L. (2013). *El libro rojo de la publicidad*. Debolsillo.
- Escarpanter, J. (2010). *La redacción creativa*. Firms Press.
<https://elibro.net/es/lc/atlanticomedio/titulos/36450>
- García Falcón, M. & Huamán Zúñiga, R. (2016). *La imaginación escrita: manual de técnicas de redacción expresiva*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). <https://elibro.net/es/lc/atlanticomedio/titulos/41265>
- Hackshaw, Y. (2022). *Redacción*. Ciudad Educativa.
<https://elibro.net/es/lc/atlanticomedio/titulos/223472>
- Martínez Albertos, J. L. (2012) *Curso general de redacción periodística*. Paraninfo.
- Martín, I. (2015). *Análisis narrativo del guion del videojuego*. Síntesis.
- Mateo Rojas, M. A. (2017). *Redacción comercial creativa*. Ediciones de la U.
<https://elibro.net/es/lc/atlanticomedio/titulos/70317>
- Lara, T.; Piñeiro, A. (2012). *Apuntes para la formación. Producción Audiovisual*. Madrid: Aire Comunicación.
- Robles Ávila, S; Gómez Torrego, L. (2014). *Transgresiones idiomáticas en el lenguaje de la publicidad*. Cátedra.
- Rojas Tapia, A. & Amaro Barriga, M. J. (2016). *#Redacción: redacción para I@s universitari@s de hoy*. Editorial Parmenia, Universidad La Salle México.
<https://elibro.net/es/lc/atlanticomedio/titulos/183477>

- Román-San-Miguel, A. & Moreno Espinosa, P. (2022). *Redacción periodística en la radio: de la radio convencional al podcasting*. Editorial Gedisa.
<https://elibro.net/es/lc/atlanticomedio/titulos/217492>
- Romero, M. V. (COORD) (2005). *Lenguaje publicitario*. Ariel.
- Trigos Carrillo, L. M. (2012). *¿Ensayamos?: manual de redacción de ensayos*. Editorial Universidad del Rosario.
<https://elibro.net/es/lc/atlanticomedio/titulos/104803>
- Yates, D. (2016). *De la publicidad al diseño de la comunicación*. Promopress.
- Wolfe, T. (2012). *El nuevo periodismo*. Anagrama.

Recursos web:

- Fundación del Español Urgente. <https://www.fundeu.es>
- Recursos de fotografía, sonido y vídeo del INTEF. Ministerio de Educación y ciencia de España. <https://intef.es/recursos-educativos/banco-de-imagenes-y-sonidos/>
- Media: Televisión, Radio, Publicidad y Cine. Ministerio de Educación de España.
· <http://recursostic.educacion.es/comunicacion/media/web/accesibilidad.php>
- Autocontrol. Organismo independiente de autorregulación de la industria publicitaria en España.