



UNAM

UNIVERSIDAD DEL  
ATLÁNTICO MEDIO

# Guía Docente

Lenguaje escrito, audiovisual y publicitario

**Grado en Comunicación**

MODALIDAD PRESENCIAL

*Curso Académico 2024-2025*

## Índice

RESUMEN

DATOS DEL PROFESORADO

REQUISITOS PREVIOS

RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA

ACTIVIDADES FORMATIVAS

EVALUACIÓN

BIBLIOGRAFÍA

## RESUMEN

Centro	Universidad del Atlántico Medio
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	2024-2025

## DATOS DEL PROFESORADO

Responsable de Asignatura	Juan Manuel Chávez Rodríguez
Correo Electrónico	<a href="mailto:juanmanuel.chavez@pdi.atlanticomedio.es">juanmanuel.chavez@pdi.atlanticomedio.es</a>
Tutorías	De lunes a viernes bajo cita previa

## REQUISITOS PREVIOS

Sin requisitos previos.

## RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

### Competencias básicas:

#### CB1

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

#### CB2

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

#### CB3

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

#### CB4

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

#### CB5

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

### Competencias generales:

#### CG1

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

#### CG3

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

#### CG4

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

#### Competencias transversales:

No existen datos.

#### Competencias específicas:

##### CE1

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

##### CE11

Capacidad para 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.

Cuando el estudiante supere esta asignatura será capaz de:

- Capacidad para entender los elementos de la comunicación en los ámbitos periodístico, publicitario y audiovisual a partir de las competencias propias según cada disciplina.
- Capacidad para utilizar con destreza las lenguas española e inglesa de forma oral y escrita, en general, y su adaptación a los usos específicos en los medios de comunicación.

## 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:

### ¿Qué, a quién y cómo comunicamos?

1. Cantidad
2. Calidad
3. Forma
4. Pertinencia

## UNIDAD I. LENGUAJE ESCRITO

### Tema 1. Introducción al lenguaje informativo

- 1.1 Características del lenguaje informativo.
- 1.2 Manuales de estilo y guías de uso

### Tema 2. Géneros periodísticos

- 2.1. Introducción
- 2.2 La noticia
- 2.3. El reportaje informativo
- 2.4 La crónica
- 2.5 La entrevista
- 2.6. Infografías informativas
- 2.7. Géneros de opinión

### Tema 3. Las fuentes de la información

### Tema 4. Comunicación institucional

- 1.1. La nota de prensa
- 1.2. Convocatoria de prensa

### Tema 5. Escritura en la web

## UNIDAD II. LENGUAJE AUDIOVISUAL

### Tema 1. Introducción al lenguaje audiovisual

- 1.1. Percepción Audiovisual
- 1.2. Cultura Audiovisual
- 1.3. Fotografía
- 1.4. Infografías interactivas
- 1.5. Podcast

## **Tema 2. Creación y producción audiovisual**

- 2.1. Proyecto Audiovisual.
- 2.2. Creación audiovisual. Fases.
- 2.3. Producción Audiovisual: Fases. Productos Audiovisuales

## **Tema 3. El lenguaje sonoro**

- 3.1. Conceptos generales
- 3.2. El sonido en el contexto audiovisual
- 3.3. Elementos sonoros

## **Tema 4. Los géneros y formatos audiovisuales**

- 4.1. Radio
- 4.2. Cine
- 4.3. Televisión
- 4.4. Internet
- 4.5. Redes sociales

## **Tema 5. Narrativa transmedia**

- 5.1. Nuevos formatos
- 5.2. Videojuegos
- 5.3. Animación

## **UNIDAD 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
- 1.5 Ética publicitaria

### **Tema 2. El mensaje publicitario**

- 2.1 Atención al consumidor
- 2.2 Componentes textuales de un anuncio

### **Tema 3. Características del lenguaje publicitario**

- 3.1 Aspectos léxicos y gramaticales
- 3.3 Aspectos sintácticos

### **Tema 4. Creación publicitaria**

- 4.1 Conceptos básicos
- 4.2 Características de cada medio desde el punto de vista de la planificación y construcción del mensaje publicitario

### **Tema 5. Creación, lanzamiento y gestión de campañas publicitarias desde las empresas**

## **CRONOGRAMA ORIENTATIVO DE LA ASIGNATURA**

### **Introducción.**

**¿Qué, a quién y cómo comunicamos?**

Semana 1

### **Unidad 1.**

**Lenguaje escrito**

Semanas 2-7.

### **Unidad 2.**

**Lenguaje audiovisual**

Semanas 8-12.

### **Unidad 4.**

**Lenguaje publicitario**

Semanas 13-16.

### **ACTIVIDADES**

- Se realizará un taller-capacitación sobre el uso de equipos para la realización audiovisual, el cual estará a cargo de un docente experto.

### **METODOLOGÍA**

Método expositivo, lección magistral

Estudio individual

Resolución de problemas

Metodología por proyectos

Tutoría presencial (individual y/o grupal)

Heteroevaluación, autoevaluación y coevaluación

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
Clase expositiva.	30
Clases expositivas	30
Sesiones de trabajo práctico	4
Proyectos y trabajos	4
Tutoría y seguimiento	6
Evaluación	6
Trabajo autónomo del alumno	90
Estudios de casos	10

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

Entre la segunda quincena de febrero y la primera de marzo, en viernes, se hará una exhaustiva capacitación y taller sobre el uso de cámaras, micrófonos y otros equipos para el desarrollo de contenidos audiovisuales.

En cuanto a proyectos y trabajos del grupo de estudiantes, en la tercera semana de clases será presentado el proyecto de TFA; mientras que el TFA se presentará en la semana 17; finalmente, a mitad del semestre se llevará a cabo un proyecto sobre las múltiples posibilidades del lenguaje escrito y audiovisual.

## EVALUACIÓN

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

### Sistemas de evaluación

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 alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0. Se podrá conceder una matrícula por cada 20 alumnos o fracción.

Se aplicará el sistema de evaluación continua, en que se valorará de forma integral los resultados obtenidos por el estudiante.

**Convocatoria ordinaria.** El sistema de evaluación ordinario comprenderá:

1. Prueba de evaluación teórico-práctica, que supondrá el 65 % de la nota final de la asignatura. Constará de dos partes: i. Preguntas de tipo test con cuatro respuestas alternativas (50 % de la nota total de la prueba); ii. Preguntas de desarrollo, con casos para analizar (50 % de la nota final de la prueba).

2. 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 y un TFA: i. Proyecto de TFA sobre un tema de la asignatura, previamente coordinado con el docente (5 % de la nota total de la evaluación práctica); ii. Trabajo individual monográfico, que incluirá una exposición oral utilizando métodos audiovisuales, sobre un tema que debe encajar con el marco temático de la asignatura. Este es el TFA, que se sostiene en el proyecto antes defendido (15% de la nota total de la evaluación práctica).

lii. Un proyecto sobre los desafíos de investigación para generar contenidos en diversos lenguajes, en formato audiovisual y con presentación oral (10 % de la nota final de la evaluación práctica).

3. Asistencia y participación activa, que supone el 10 % de la nota final de la asignatura.

Es obligatoria la asistencia al 80 % de las horas lectivas de la asignatura. Asimismo, todos los trabajos entregados por el alumno durante el curso académico deben respetar el formato para la presentación de trabajos vigente en la Universidad.

### **Convocatoria extraordinaria y siguientes**

Si se ha suspendido alguna de las partes de la asignatura (participación y asistencia, evaluación o pruebas) se podrá volver a presentar en la convocatoria extraordinaria, manteniendo la nota de la parte superada en convocatoria ordinaria.

La prueba teórica-práctica mantendrá la estructura de la prueba en convocatoria ordinaria, si bien la evaluación será distinta por sus preguntas y opciones (65 % de la nota total). Los proyectos y TFA versarán sobre un tema distinto al trabajado previamente. Deberá consensuarse con el docente e incluir una exposición oral utilizando métodos audiovisuales. (25 % de la nota total). Todos los trabajos entregados por el alumno durante el curso académico deben respetar el formato para la presentación de trabajos vigente en la Universidad.

### **Criterios de Calificación**

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

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

Si el alumno no se presenta al examen en convocatoria oficial, figurará como “No Presentado” en actas.

Si el alumno no aprueba el examen de la asignatura, en actas aparecerá el porcentaje correspondiente a la calificación obtenida en la prueba.

Los alumnos podrán examinarse en convocatoria extraordinaria atendiendo al mismo sistema de evaluación de la convocatoria ordinaria.

El criterio de calificación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación de 0 a 10. Para obtener la nota media final se deben haber superado cada uno de los apartados de la evaluación con una nota mínima igual o superior a 5 puntos.

Si el alumno no supera el trabajo final de la asignatura en convocatoria ordinaria deberá realizar otro trabajo completamente nuevo para la convocatoria extraordinaria. No podrá ser una modificación o mejora del trabajo no superado. Este trabajo será designado por el docente. Si el alumno no tiene en cuenta lo indicado con anterioridad en este párrafo el trabajo presentado se considerará no apto, no superándose la asignatura.

Los trabajos realizados por los alumnos se pasarán por el software del Turnitin para detectar plagio. El porcentaje de coincidencia debe ser inferior al 20%.

## BIBLIOGRAFÍA

### Básica

- BALLÓ, J.; OLIVA, M. (2024). *La imagen incesante. Anatomía de los formatos audiovisuales*. Barcelona: Anagrama
- FERNÁNDEZ DÍEZ, F.; MARTÍNEZ ABADÍA, J. (2020). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Barcelona: Paidós
- GARCÍA LÓPEZ, J. (2017). *Publicidad. Teoría y práctica*. Madrid: Centro de Estudios Financieros.
- PARRAT, S; PANIAGUA, P; ABEJÓN, P. (2017). *Manual práctico de redacción periodística. Géneros informativos, interpretativos y de opinión*. Madrid: Síntesis.

### Complementaria

- AA. VV. (2021). *Principios básicos de la producción audiovisual*. Barcelona: Omm Press.
- BASSAT, L. (2013). *El libro rojo de la publicidad*. Barcelona: Debolsillo.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L. (2012) *Curso general de redacción periodística*. Madrid: Paraninfo.
- MARTÍN, I. (2015). *Análisis narrativo del guion del videojuego*. Madrid: Síntesis.
- 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*. Madrid: Cátedra.
- ROMERO, M.V. (COORD) (2005). *Lenguaje publicitario*. Madrid: Ariel.
- YATES, D. (2016). *De la publicidad al diseño de la comunicación*. Madrid: Promopress.

- WOLFE, T. (2012). *El nuevo periodismo*. Barcelona, 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?c=&inc=cine&blk=indice>
- Autocontrol. [Organismo independiente de autorregulación de la industria publicitaria en España.](#)