

**FACULTAD DE COMUNICACIÓN**



**GRADO EN PROTOCOLO**

**PLANIFICACIÓN DE LA DOCENCIA  
UNIVERSITARIA**

**GUÍA DOCENTE**

**LENGUAJE ESCRITO, AUDIOVISUAL Y  
PUBLICITARIO**

**WRITTEN, AUDIOVISUAL AND  
ADVERTISING LANGUAGE**

## 1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA.

<b>Título:</b>	Grado en Protocolo
<b>Facultad:</b>	Comunicación
<b>Departamento/Instituto:</b>	Comunicación
<b>Módulo:</b>	Comunicación
<b>Denominación de la asignatura:</b>	Lenguaje escrito, audiovisual y publicitario
<b>Código:</b>	15010
<b>Curso:</b>	Primero
<b>Semestre:</b>	Segundo
<b>Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa):</b>	Obligatoria
<b>Créditos ECTS:</b>	6
<b>Modalidad/es de enseñanza:</b>	Presencial
<b>Lengua vehicular:</b>	Castellano / Inglés
<b>Docente:</b>	Jorge Gallardo Camacho
<b>Página web: <a href="http://www.ucjc.edu">www.ucjc.edu</a></b>	

## 2. REQUISITOS PREVIOS.

<b>Esenciales:</b>
Los propios del título. Nivel B1 de inglés adquirido en los estudios previos a la universidad.
<b>Aconsejables:</b>
Los propios del título.

### 3. SENTIDO Y APORTACIONES DE LA ASIGNATURA AL PLAN DE ESTUDIOS.

#### Campo de conocimiento al que pertenece la asignatura.

Asignatura de formación fundamental para sentar las bases genéricas formativas del lenguaje escrito, audiovisual y publicitario. Por tanto, supone una asignatura indispensable antes de que el alumno entre en la especialización dentro del marco de las Ciencias de la Comunicación.

#### Relación de interdisciplinariedad con otras asignaturas del currículum.

Lengua aplicada a los medios  
English Grammar and Conversation  
Marketing y Publicidad  
Organización de actos I y II  
Producción de eventos  
Técnicas escenográficas

#### Aportaciones al plan de estudios e interés profesional de la asignatura.

El alumno recibirá conocimientos básicos y clave sobre el desarrollo de la profesión periodística, audiovisual y publicitaria. Será una primera aproximación del alumnado al Laboratorio Audiovisual y a la consecución de prácticas que le ayuden a conocer, a través de casos reales, cómo es el ejercicio de la profesión en todas sus dimensiones, soportes y lenguajes. Se incluirá también el conocimiento del lenguaje en disciplinas no regladas relacionadas con las nuevas tecnologías y que han desarrollado un nuevo lenguaje en la comunicación que requiere la formación de nuevos profesionales.

### 4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE EN RELACIÓN CON LAS COMPETENCIAS QUE DESARROLLA LA MATERIA.

Competencias Genéricas	Resultados de aprendizaje relacionados con las competencias genéricas
CG1: 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	Resultado de aprendizaje CG1. Identificar las normas del lenguaje escrito, así como las desviaciones más frecuentes de dicha norma y aplicarlo en los textos escritos y en la expresión oral.

<p>CG3: 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</p>	<p>Resultado de aprendizaje CG3. Saber exponer correctamente trabajos y proyectos llevados a cabo y realizar un análisis crítico de los mismos.</p>
<p>CG4: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado</p>	<p>Resultado de aprendizaje CG4. Escribir correctamente textos periodísticos sencillos aplicados a los eventos.</p>

<p><b>Competencias Específicas</b></p>	<p><b>Resultados de aprendizaje relacionados con las competencias específicas</b></p>
<p>CE2: Conocer e identificar los factores de comunicación que sirvan de soporte para su actividad</p>	<p>Resultado de aprendizaje CE2: Preparar un plan básico de comunicación de un evento</p>
<p>CE3: Ser capaz de entender el entorno empresarial del mercado de eventos</p>	<p>Resultado de aprendizaje CE3: Identificar la tipología y características del mercado de eventos y de las empresas que lo componen.</p>
<p>CE6: Capacidad para el uso adecuado de herramientas tecnológicas en las diferentes fases de la generación y presentación de proyectos, su producción y ejecución, para que los alumnos se expresen a través de imágenes, discursos audiovisuales o multimedia con la calidad técnica imprescindible</p>	<p>Resultado de aprendizaje CE6: Identificar y aplicar las herramientas de relaciones públicas que intervienen en la organización y difusión de eventos.</p>
<p>CE10: Capacidad para escribir con fluidez textos, documentación protocolaria, programas, escaletas y guiones en el campo de la organización de eventos, el protocolo, la producción de eventos y multimedia</p>	<p>Resultado de aprendizaje CE10: Elaborar guiones/escaleta de los eventos en los distintos lenguajes utilizados para su organización y/o difusión.</p>

CE11: Capacidad para conocer herramientas del marketing y su aplicación a la gestión y organización de eventos	Resultado de aprendizaje CE11: Identificar las Fases de un Plan de Marketing.
CE12: Conocimiento del uso correcto oral y escrito de las lenguas propias y del inglés, con un nivel B1 como forma de expresión profesional en el ámbito de la organización y producción de eventos	Resultado de aprendizaje CE12: Reconocer los factores extralingüísticos que condicionan el uso del lenguaje y el significado que las expresiones lingüísticas adquieren en función del contexto.
CE13: Capacidad para aplicar de forma básica técnicas de negociación en el proceso que implica la organización de eventos, en especial, en aquéllos en los que el consenso condiciona la imagen pública de las instituciones y empresas	Resultado de aprendizaje CE13: Aplicar técnicas de comunicación interpersonal

## 5. CONTENIDOS / TEMARIO / UNIDADES DIDÁCTICAS

<p><b>TEMA 1. EL LENGUAJE ESCRITO</b></p> <p>1.1. El lenguaje escrito en la prensa tradicional</p> <p>1.2. El lenguaje escrito en la presentación de trabajos académicos</p> <p>1.3. ¿Tiene futuro el lenguaje escrito en los medios de comunicación?</p> <p>1.4. La influencia de la prensa escrita en el resto de medios</p> <p>1.5. Proceso de generación de una noticia en lenguaje escrito</p> <p>1.6. La biblia periodística: los libros de estilo (El País, EFE, etc.) y el DRAE</p> <p><b>TEMA 2. EL LENGUAJE AUDIOVISUAL</b></p> <p>2.1. Introducción: vocabulario audiovisual</p> <p>2.2. El guión de cine y de televisión</p> <p>2.3. La redacción de noticias para informativos audiovisuales: televisión y radio</p> <p>2.4. El lenguaje técnico: la escaleta</p> <p>2.5. El montaje en cine y televisión</p> <p>2.6. La evolución del ritmo audiovisual: de Barrio Sésamo a Gran Hermano</p> <p>2.7. Proceso de generación de una noticia: preproducción, producción, grabación, ingesta, redacción, locución, montaje y postproducción.</p> <p>2.8. Las imágenes de archivo como recurso audiovisual: la importancia de la documentación textual y audiovisual</p> <p><b>TEMA 3. EL LENGUAJE PUBLICITARIO</b></p> <p>3.1. El lenguaje publicitario textual: exteriores</p> <p>3.2. El lenguaje publicitario audiovisual: televisión, vídeos corporativos y cine</p> <p>3.3. La evolución del lenguaje publicitario</p> <p>3.4. Proceso de generación de un spot</p> <p>3.5. La autopromoción: proceso de producción</p> <p><b>TEMA 4. LA CONVERGENCIA DE LOS LENGUAJES</b></p> <p>4.1. Internet como medio en el que convergen todos los lenguajes</p> <p>4.2. Las redacciones multimedia: el comunicador todoterreno</p> <p>4.3. El papel del Socia Media y del Community Manager. Tipo de lenguajes.</p> <p>4.4. Elaboración de un proyecto multimedia: análisis de estrategias y lenguajes en Social Media</p>
--

- de grandes compañías.
- 4.5. ¿Qué lenguaje está mejor considerado socialmente?
- TEMA 5. TALLER DE RADIO
- 5.1. Diseño del programa radiofónico
- 5.2. Selección de contenidos
- 5.3. Redacción radiofónica
- 5.4. En el aire y en directo

## 6. CRONOGRAMA

Unidades didácticas/Temas	Periodo temporal
LENGUAJE ESCRITO	Febrero
LENGUAJE AUDIOVISUAL	Marzo
LENGUAJE PUBLICITARIO	Abril
LENGUAJE CONVERGENTE: NUEVOS MEDIOS	Mayo
TALLER DE RADIO	Febrero - Mayo

## 7. MODALIDADES ORGANIZATIVAS Y MÉTODOS DE ENSEÑANZA

Modalidad Organizativa	Método de enseñanza	Competencias relacionadas	Horas presenc.	Horas trabajo autónomo del alumno	Total de horas
Clases teóricas / expositivas	Lección magistral, estudio de casos	Cb1., Cb2., CE27.	22	10	32
Clases prácticas	Aprendizaje basados en problemas y proyectos, Estudio de casos	Cb1., Cb2., Cb3., Cb4., Cb5., CE13.	32	20	52
Tutorías / Seguimiento de proyectos y prácticas	Aprendizaje cooperativo / contrato de aprendizaje / aprendizaje orientativo	Cb1., Cb2., Cb3., Cb4., Cb5., CE2.	12	20	32
Estudio autónomo	Aprendizaje orientado	Cb5., CE2, CE13	0	15	15
Debates	Aprendizaje cooperativo	Cb1., Cb2., Cb3., Cb4., Cb5., CE29.	10	5	15
Examen		Cb1., Cb2., Cb3., Cb4., Cb5., CE2.	4	0	4
Total de horas			80	70	150

## 8. SISTEMA DE EVALUACIÓN

Actividad de evaluación	Criterios de evaluación	Valoración respecto a la calificación final (%)
Proyecto final	Creatividad, calidad expositiva y de presentación, comprensión y aplicación real del conocimiento adquirido en el semestre	30%
Prácticas evaluación continua en clase	Se tiene en cuenta la asimilación de los conocimientos durante el curso. La capacidad analítica y crítica de lo explicado en clase. Participación del alumno en la BlackBoard y en las clases presenciales. Las prácticas serán corregidas y entregadas a cada alumno vía BB.	30%
Examen final	Actualidad vinculada a cada lenguaje, conocimiento del vocabulario y teoría relacionada con los lenguajes de la comunicación, conceptualización, escaleta y preguntas de la teoría explicada en clase y de la lectura obligatoria.	40%

### CONSIDERACIONES GENERALES ACERCA DE LA EVALUACIÓN:

#### Criterios de evaluación de la PARTE TEÓRICA y PRÁCTICA:

Para aprobar la asignatura es necesario presentar todos los proyectos solicitados en clase en tiempo y forma, y presentarse a la prueba teórica en la convocatoria ordinaria. El alumno puede suspender alguno de los proyectos o la prueba teórico-práctica y superar la asignatura; siempre y cuando la media global sea superior al 5. La no presentación a tiempo de una de las pruebas tendrá una equivalencia a 0. No se admitirán proyectos presentados fuera de fecha o que no cumplan los requisitos mínimos de presentación de un trabajo universitario (deben seguir la normativa de publicación de la trabajos de la UCJC a disposición de los alumnos en la Blackboard). No se harán excepciones en ese sentido. En la convocatoria extraordinaria se simplificará la evaluación a rehacer el PROYECTO FINAL, el examen teórico o ambos si no están aprobados (PARTE TEÓRICA) y a reentregar la PARTE PRÁCTICA.

Los trabajos y proyectos presentados deberán cumplir las "normas de publicación de trabajos escritos de la UCJC" (el profesor lo explicará y detallará en clase).

Los contenidos y planificación de la asignatura podrán verse modificados por motivos imprevistos (rendimiento del grupo, disponibilidad de recursos, modificaciones en el calendario académico etc.) y por tanto no deberían considerarse como definitivos y cerrados. El docente comunicará a los alumnos dichas modificaciones en clase y a través de

la intranet Blackboard.

Advertencias:

- El plagio será sancionado con el suspenso de toda la asignatura.
- Copiar en la prueba escrita será más grave que no hacerla ya que repercutirá muy negativamente en la nota final del alumno, incluso con un suspenso en función de la gravedad.

Integración de lengua inglesa en la PARTE TEÓRICA y PRÁCTICA:

Al tratarse de una asignatura del primer curso de grado se activará el Nivel I de inmersión bilingüe que se corresponde a trabajar el 50% de la bibliografía de la asignatura en inglés (de manera autónoma o en el aula con el profesor). Esta bibliografía en inglés estará relacionada con el tema relacionado con la convergencia del lenguaje audiovisual. Además la exposición del trabajo final se premiará con +1 punto si se expone en inglés.

También se valorará el uso de nuevas herramientas de presentación audiovisual (como Prezi, Youtube, etc.) de cara a la exposición final.

**FALTAS DE ORTOGRAFÍA:**

En cuanto a las faltas de ortografía en los trabajos escritos, y como regla general, una falta grave supondrá un punto menos en el ejercicio o evaluación. Dos faltas graves dos puntos menos y tres faltas graves un suspenso en el ejercicio o evaluación. Respecto a las faltas de ortografía consideradas leves (acentos y mayúsculas) cada dos faltas leves supondrán una grave con la misma equivalencia.

**FALTAS DE INTEGRIDAD EN EL AULA**

Las faltas en la Integridad Académica (ausencia de citación de fuentes, plagios de trabajos o uso indebido/prohibido de información durante los exámenes), así como firmar en la hoja de asistencia por un compañero que no está en clase, implicarán la pérdida de la evaluación continua, sin perjuicio de las acciones sancionadoras que estén establecidas por la Universidad.

## 9. BIBLIOGRAFÍA / WEBGRAFÍA

### Bibliografía básica

Arijón, Daniel (1998). Gramática del lenguaje audiovisual. Andoain: Escuela de cine y video.

Encinas Carazo, José Ángel (2000). Lenguaje audiovisual. La imagen en movimiento. El cine, el vídeo y la televisión. Madrid: Akal.

Fernández Sánchez, Manuel Carlos (1997). Influencia del montaje en el lenguaje audiovisual. Madrid: Libertarias.

Palazón Meseguer, Alfonso (1998). Lenguaje audiovisual. Madrid: Acento.



Rodríguez Bravo, Ángel (1998). La dimensión sonora del lenguaje audiovisual. Barcelona: Buenos Aires.

Ruiz Jiménez, Antonio Gabriel (2005). El cine: ¿muerte o transfiguración?: la disolución del lenguaje cinematográfico en el universo audiovisual. Sevilla: Comunicación social.

#### **Bibliografía en inglés (nivel I inmersión inglés):**

CEA, Consume Technology Association (2016): *Millennials Master the Second Screen: More than Three-quarters use Second Screens When Watching Video*. Recuperado de: <https://www.cta.tech/News/News-Releases/Press-Releases/2016-Press-Releases/Millennials-Master-the-Second-Screen-More-than-Thr.aspx>

Gallardo-Camacho, Jorge y Lavín, Eva (2016). "Analysis of the most discussed television programs on Twitter and their relationship with the traditional audience in Spain". En: Palabra Clave, 19 (1), pp. 185-210. Disponible en: <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/5907/pdf>

Gallardo-Camacho, Jorge, Lavín, Eva y Fernández-García, Paula (2016). "Sports television programmes and their relationship with the social audience on Twitter in Spain". En: Revista Latina de Comunicación Social, 71, pp. 272-286. Disponible en: <http://www.revistalatinacs.org/071/paper/1095/15en.html>

Gallardo, Jorge y Jorge, Ana (2010). "The low interaction of viewers of video clips on the Internet: the case study of Youtube Spain". En: Revista Latina de Comunicación Social, 65, pp. 421 - 435. Disponible en: [http://www.revistalatinacs.org/10/art3/910\\_Malaga/32\\_GallardoEN.html](http://www.revistalatinacs.org/10/art3/910_Malaga/32_GallardoEN.html)

Laszlo, J. (2007). Teens and Online Video: Understand Young Viewers to Target Them Effectively.

Orban, P., Nagy, J., Kjarval, N., y Sanchez, X. (2014): *Discovering the Value of Earned Audiences - How Twitter Expressions Activate Consumers*. Recuperado de: <http://thearf-org-aux-assets.s3.amazonaws.com/events/rethink/social-media-one-pager.pdf>

Owen, B. M. (2000): The Internet challenge to television. Massachusetts: Harvard.

Zhao, L., Wickramasuriya, J. y Vasudevan, V. (2011): *Analyzing Twitter for social TV: Sentiment extraction for sports*. En: *Proceedings of the 2nd International Workshop on Future of Television*. Recuperado de: <http://ceur-ws.org/Vol-720/Zhao.pdf>

#### **Páginas webs recomendadas**

AIMC: [www.aimc.es](http://www.aimc.es)

Consumer Internet Barometer: <http://www.consumerinternetbarometer.us/>

Deloitte: [www.deloitte.com](http://www.deloitte.com)

EIAA: <http://www.eiaa.net>

Euro Data Television: [www.eurodatatv.com](http://www.eurodatatv.com)

FBBVA: <http://www.fbbva.es>

Fórmula TV: [www.formulatv.com](http://www.formulatv.com)  
Fundación Orange: <http://www.fundacionorange.es/>  
Herramientas Pyme: [www.herramientaspyme.com](http://www.herramientaspyme.com)  
Impulsa TDT: [www.impulsatdt.es](http://www.impulsatdt.es)  
Kantar Media: [www.kantarmedia.es](http://www.kantarmedia.es)  
Libertad Digital: [www.liderdigital.com](http://www.liderdigital.com)  
Observatorio de Red.es: <http://observatorio.red.es/>  
PR Noticias: [www.prnoticias.com](http://www.prnoticias.com)  
Reality TV World: [www.realitytvworld.com](http://www.realitytvworld.com)  
UTECA: [www.uteca.es](http://www.uteca.es)  
Vertele: [www.vertele.com](http://www.vertele.com)  
World Screen: [www.worldscreen.com](http://www.worldscreen.com)  
Zenithoptimedia: <http://www.zenithoptimedia.com>

#### **10.- OBSERVACIONES**

##### **LECTURA OBLIGATORIA:**

Dans, Enrique (2010). Todo va a cambiar: tecnología y evolución. Adaptarse o morir. Deusto: Barcelona  
Será objeto de examen final.