

CONTIDOS DE CULTURA AUDIOVISUAL II

Esta materia pretende iniciar os/as estudantes na fabricación das súas propias imaxes e dos seus propios produtos audiovisuais, de natureza tanto estática (como a fotografía) como dinámica (como o vídeo). Para isto cómpre que o alumnado estea en situación de analizar, relacionar e comprender os elementos que forman parte da cultura audiovisual do noso tempo. Faise necesario e pertinente facilitarlle ao alumnado ferramentas técnicas e educativas que lle axuden a xestionar a marea de datos, información, imaxes, sons e posibilidades creativas que diariamente recibe en case todos os ámbitos nos que se desenvolve a súa vida. A intensidade e a efectividade que conseguen as creacións plásticas realizadas en soporte dixital son, indubidablemente, dunha forza impresionante, posto que combinan sabia ou atinadamente imaxes, música e mensaxes sonoras. Trátase, daquela, de que o alumnado comprenda e analice a cultura audiovisual da sociedade na que vive e os medios de produción utilizados para xerala; deste xeito, poderá ser quen de desenvolver un sentido crítico e persoal, para ordenar a información recibida e temperar a intensidade da potencia icónica que o mundo audiovisual xera. A adquisición de competencias para a análise dos elementos expresivos e técnicos, e a dotación de conciencia crítica, debe servir para crear unha cidadanía máis responsable, crítica e participativa. O alumnado necesitará saber ler os produtos audiovisuais para comprender a súa mensaxe e, de xeito complementario, empezar a xerar produtos dixitais, co fin de se comunicar e coñecer mellor a realidade da cultura audiovisual. No segundo curso de Cultura Audiovisual analízase a importancia da función expresiva da imaxe, o son e a música no proceso de creación de audiovisuais e, así mesmo, o alumnado comprenderá a organización da produción de audiovisuais e as características dos novos medios e das mensaxes publicitarias, co fin de valorar e realizar produtos audiovisuais sinxelos.

Recóllense, a continuación, os **contidos básicos da materia, segundo o establecido nas matrices especificadas no Decreto 86/2015, de 25 de xuño, polo que se establece o currículo da educación secundaria obrigatoria e do bacharelato na Comunidade Autónoma de Galicia (DOG nº 120)**, e as recomendacións do Grupo de Traballo en canto ao posible uso de determinados exemplos. Según contempla a normativa, os contidos estrutúranse en 5 bloques:

- Bloque 1 (30%): Integración de son e imaxe na creación de audiovisuais e novos medios

- Explica as características físicas do son e o proceso de creación e difusión. Analiza as características técnicas do son como a lonxitude e frecuencia de onda, e o timbre. A función expresiva do son: características técnicas.
- Realiza gravacións de son con aparellos sinxelos e valora os resultados obtidos. Diferencia entre os sistemas de captación microfónica a partir das necesidades de obtención do son. Gravación do son: tipos esenciais de microfonía.
- Realiza edición dixital, convertendo pezas musicais dun sistema de son a outro (mono-estéreo, PCM wav, aiff-mp3) e avalía os resultados (tamaño, calidade, destino final, etc.) A gravación e difusión musical: diferencia as características técnicas dos diferentes sistemas (monofónicos, estereofónicos, *dolby surround*, 5.1, mp3, etc.).
- Constrúe pezas audiovisuais combinando imaxe e son, que integren voz en off, pezas musicais e efectos na narración visual. Explica a relación perceptiva entre imaxe e son: diálogos, voz en off, efectos especiais e música.
- Analiza o valor funcional, expresivo e comunicativo dos recursos sonoros (voz, efectos e música) empregados nunha produción radiofónica ou nunha banda sonora dunha produción audiovisual. Observa produtos audiovisuais e valora as funcións

comunicativas e estéticas da integración de imaxe e son. Analiza o resultado perceptivo obtido ao modificar os elementos sonoros nunha produción audiovisual. Adecuación da música e do son ás intencións expresivas e comunicativas. Integración do son nas producións audiovisuais.

- Relaciona a banda sonora de películas emblemáticas e a súa importancia na calidade do conxunto total da obra fílmica realizada. Analizar a calidade da composición musical nas bandas sonoras para o cine e a súa importancia no conxunto total da película. Elementos expresivos do son en relación coa imaxe. Funcións da banda sonora. A banda sonora na historia do cine. Grandes creadores. O Grupo de Traballo recomenda as BSO destas 6 películas:

* “Hasta que llegó su hora” (Ennio Morricone)

* “West Side Story” (o musical)

* “Gladiator” (Hans Zimmer, o uso dos sintetizadores)

* “Pulp Fiction” (uso da música preexistente)

* “Psicosis” (Bernard Herrmann: os clásicos)

* “Star Wars. Episodio IV” (Howard Shore vs. John Williams: o *leitmotiv* no cine épico)

- Analiza a composición musical de bandas sonoras en España e valora a calidade da construción musical realizada. Explica a evolución do cine español a través das bandas sonoras de películas emblemáticas e compositores salientables. A banda sonora no cine español. Principais compositores: Augusto Algueró, Roque Baños, Bernardo Bonezzi, Carmelo Bernaola, Antón García Abril, Alberto Iglesias, José Nieto, Alfonso Santisteban, Adolfo Waitzman, etc.

- Recoñece as diferenzas entre a realidade e a representación que nos ofrecen os medios sonoros. Valora a importancia da función expresiva da imaxe, o son e a música no proceso de creación de audiovisuais e de novos medios, analizando as funcións comunicativas e estéticas dos produtos audiovisuais. Os fitos históricos do proceso de transformación nas linguaxes e nos medios técnicos no paso do cine mudo ao cine sonoro.

- Identifica as funcións e necesidades dos sistemas técnicos empregados na integración de imaxe e son nun audiovisual.

- Analiza a técnica narrativa do cine mudo e as súas características técnicas. O Slapstick na obra de Max Sennet, Max Linder e Charlie Chaplin. Explica as características principais da narrativa visual do cine mudo, facendo referencia a escenas emblemáticas na historia deste cine.

- Comenta as diferenzas entre os gags visuais e sonoros no cine. Comenta as diferenzas narrativas entre a comedia de chiste visual e sonoro. A comedia visual en Buster Keaton e Harold Lloyd.

- Comedia dialogada. A obra cinematográfica de Woody Allen (o Grupo de Traballo recomenda: “Annie Hall”, “Manhattan” e “Medianoche en París”). Comedia coral. A obra cinematográfica de Luis García Berlanga (o Grupo de Traballo recomenda: “Bienvenido Mister Marshall”, “Plácido” e “Todos a la cárcel”). Analiza a composición visual nas comedias corais e explica a complexidade técnica da súa resolución narrativa. Expor a complexidade técnica da comedia coral.

- Bloque 2 (20%): Características da produción audiovisual e multimedia en diferentes medios

- Analiza a visión do mundo do cine en películas representativas. O Grupo de Traballo recomenda: “La noche americana” e “Cantando bajo la lluvia”. Comentar o resultado artístico e técnico que utilizan os creadores na industria do cine e o teatro acerca do mundo do espectáculo. A industria cinematográfica, videográfica e televisiva segundo a evolución histórica das actividades de produción audiovisual. Organigramas e funcións profesionais na produción de produtos audiovisuais.

- Relaciona a evolución histórica da produción audiovisual e a radiodifusión coas necesidades e as características dos produtos demandados pola sociedade.

Recoñece as función dos equipos técnicos e humanos que interveñen nas producións audiovisuais e nos multimedia. Compara as características fundamentais das persoas destinatarias da programación de emisións de radio e televisión. Analizar as características técnicas e expresivas de diferentes medios de comunicación, así como as súas posibilidades informativas e comunicativas, e identificar os tipos de destinatarios das mensaxes. O proceso de produción audiovisual e multimedia. Creación de imaxes en movemento e efectos dixitais.

- Describe a posprodución, a finalidade e as técnicas aplicadas á creación audiovisual. Analiza os procesos técnicos que se realizan na posproducción de pezas audiovisuais. Edición e posproducción de documentos multimedia. O Grupo de Traballo recomenda empregar como exemplos os *making of* de películas de animación.

- Analiza a evolución dos efectos no cine. Valora a necesidade da audiodescrición e da subtitulación de produtos audiovisuais e multimedia. Valorar a complexidade técnica e os resultados prácticos obtidos na fabricación de efectos para cine e televisión. Efectos na historia do cine e a televisión: noite americana, dobre exposición, croma e edición dixital. Condicionantes do deseño universal.

- Bloque 3 (30%): Os medios de comunicación audiovisual

- Linguaxe da televisión. Características técnicas e expresivas. Xéneros e formatos de programas de televisión. Fitos da televisión na linguaxe audiovisual. A televisión do futuro. Televisión interactiva. Analiza producións radiofónicas e televisivas identificando as características dos xéneros e distinguindo os estereotipos máis comúns presentes nos produtos audiovisuais.

- Analiza pezas emblemáticas dos/das principais realizadores/as de televisión en España e comenta a calidade do produto realizado. Analizar a importancia creativa, técnica e histórica dos/das principais realizadores de televisión en España. A televisión en España. Tipoloxías de programas para televisión e a súa realización: informativos, entretemento, drama, comedia, terror, musicais, concursos, etc. Grandes realizadores/as: Gustavo Pérez Puig, José Ramón Díez, Fernando García de la Vega, Pedro Amalio López, Antonio Mercero, Félix Rodríguez de la Fuente, Pilar Miró, Josefina Molina, Valerio Lazarov e Narciso Ibáñez Serrador.

- Radio: características técnicas e expresivas. Xéneros e formatos de programas de radio (informativos, revista, retransmisión deportiva, etc.). Características. Explicar as principais características da retransmisión radiofónica e a evolución desde os seus inicios ata os sistemas dixitais actuais.

- Radio interactiva. Comentar as diferenzas de formulación narrativa dos xéneros radiofónicos e establecer as súas características principais. Identifica as características principais dos xéneros radiofónicos. Analiza a estrutura dos principais xéneros radiofónicos.

- Estudo de audiencias e programación. Características da obtención de dos datos de audiencia. Sistemas de elaboración estatística de resultados e transcendencia na produción audiovisual. Analiza e valora a importancia económica dos índices de audiencia nos ingresos publicitarios das empresas de comunicación. Valora a participación dos estudos de audiencias na programación dos programas de radio e televisión. O Grupo de Traballo recomenda empregar como fontes de referencia para obter datos de audiencia as seguintes:

* EGM: ofrece datos do consumo de medios en todos os soportes pero só serve como referencia para o sector no ámbito da radio. Pódense consultar os informes en: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>

* Informes de Barlovento Comunicación: esta empresa consultora ofrece datos en aberto e gratuitos sobre o consumo en televisión. Os seus informes baséanse en datos do medidor oficial, Kantar Media. Pódense consultar os informes anuais e mensuais en: <https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-mensuales/>
<https://www.barloventocomunicacion.es/audiencias-anuales/>

* KTTR: son as coñecidas como “audiencias sociais” baseadas nos comentarios en Twitter sobre programas de televisión. Pódense consultar semanalmente en:

<https://www.kantarmedia.com/es/blog-y-recursos/data-lab/spain-kstr-leaderboard>

* Os datos diarios das audiencias en televisión pódense seguir nesta web: <https://www.formulatv.com/audiencias/>

- A radio e a televisión como servizo público. Medios de comunicación audiovisual de libre acceso. Internet e a socialización da información, a comunicación e a creación. Uso responsable da rede. Liberdade de expresión e dereitos individuais do espectador/a. Identificar e discernir as comunicacións que emiten os medios de difusión, diferenciando información de propaganda comercial. Comenta a importancia dos programas informativos de radio e televisión e a súa transcendencia social. Compara a mesma noticia relatada segundo diferentes medios de comunicación e establece conclusións. Valora a influencia dos medios de comunicación a través da rede.

- Bloque 4 (10%): A publicidade

- Recoñece as distintas funcións da publicidade, diferenciando os elementos informativos dos relacionados coa emotividade, a sedución e a fascinación. Analiza imaxes publicitarias relacionando a súa composición e a súa estrutura coa consecución dos seus obxectivos. Valora a dimensión social e de creación de necesidades das mensaxes publicitarias, analizando as funcións comunicativas e estéticas da mensaxe publicitaria. Análise da imaxe publicitaria. Publicidade: información, propaganda e sedución. Funcións comunicativas e estéticas. Xustifica a composición comunicativa e a estrutura de anuncios e mensaxes publicitarias en relación coa consecución dos seus obxectivos.

- Analiza os diferentes recursos utilizados para incorporar publicidade nos programas: o *spot*, o patrocinio, a publicidade encuberta, etc. Difere as vantaxes e os inconvenientes de cada recurso. Analiza os sistemas de inserción de publicidade nos programas de radio e televisión. Novas formas de publicidade: localización do produto, e publicidade encuberta e subliminar (definicións correctas de ambas as situacións).

- Publicidade: información, propaganda e sedución. Estereotipos de xénero. Factores de identificación da publicidade sexista. Expor as consecuencias sociais do papel dos actores e das actrices cinematográficos/as como xeradores/as de tendencias e a súa relación cos patrocinadores comerciais. Recoñece e explica razoadamente a presenza da publicidade e do patrocinio na imaxe social dos actores e actrices, e a súa transcendencia social.

- Comentar a relación entre os triunfos deportivos e a súa asociación a produtos comerciais. Publicidade no deporte: claves sociais e económicas. Publicidade de dimensión social. Campañas humanitarias. Analiza a relación entre o deporte e o patrocinio comercial ou a publicidade.

- Bloque 5 (10%): Análise de imaxes e mensaxes multimedia

- Analiza producións multimedia e *new media* xustificando as solucións comunicativas empregadas. Desenvolver actitudes selectivas, críticas e creativas fronte ás mensaxes que recibimos a través de canles de difusión, aplicando solucións expresivas para elaborar pequenas producións audiovisuais. Lectura denotativa e connotativa de imaxes. Análise de imaxes fixas (o Grupo de Traballo recomenda revisar o World Press Foto, Associated Press Photos, Reuters Photos, Premio Nacional de Fotografía e Outono Fotográfico), e en movemento. Análise de produtos multimedia.

- Valores formais, estéticos, expresivos e de significado das imaxes. Incidencia das mensaxes segundo o emisor e o medio utilizado. Recoñece expresiva e narrativamente un filme e un programa de televisión valorando as súas solucións

técnicas ou expresivas na creación da mensaxe. Seleccionar e discernir recursos audiovisuais adaptados a unha necesidade concreta. Compara os contidos comunicativos audiovisuais que se achan en internet e valora a adecuación dos emisores e as súas repercusións. Analiza expresiva e narrativamente un programa de televisión, e valora as súas solucións comunicativas e o público ao que vai dirixido.

Bibliografía principal:

- Castillo, J.M. (2017). *Cultura Audiovisual II*. Madrid: Paraninfo.

Bibliografía recomendada:

- Balsebre, A. (2002). *Historia de la radio en España-Vol. I y II*. Madrid: Cátedra.
- Bustamante, E. (2013). *Historia de la radio y la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.
- Garrand, T. (2008). *Escribir para multimedia y la web: una guía práctica para el desarrollo de contenido en los medios interactivos*. Andoain: Escuela de Cine y Vídeo.
- Gèrtrudix Barrio, M. (2003). *Música, narración y medios audiovisuales*. Madrid: Laberinto
- Gubern, R. (2009). *Historia del cine español*. Madrid: Cátedra.
- Hartwig, R.L. (2008). *Tecnología básica de televisión digital y analógica*. Barcelona: Omega
- Palacio, M. (2009). *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.
- Sala, R. (2007). *Introducción a la historia de los medios: consideraciones teóricas básicas sobre la historia de los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Tirard, L. (2003). *Lecciones de cine. Clases magistrales de grandes directores explicadas por ellos mismos*. Barcelona: Paidós.
- Wright, S. (2003). *Efectos digitales en cine y vídeo*. Andoain: Escuela de Cine y Vídeo.
- Zetti, H. (2000). *Manual de producción de televisión*. México: Thompson.
- Zúñiga, J. (2009). *Cultura audiovisual*. Andoain: Escuela de Cine y Vídeo