

CONTENIDOS

La comunicación audiovisual -La comunicación: elementos básicos del proceso de comunicación. Modelos de comunicación. - Tipos de comunicación: comunicación directa y comunicación mediada, comunicación oral y comunicación escrita. La comunicación en el aula. -Evolución histórica de la comunicación: de la prehistoria a la sociedad de la información y la comunicación en la “aldea global”. -El entorno comunicativo de la sociedad actual. Medios de comunicación de masas. Nuevos medios y entornos de transmisión de la información. Repercusiones económicas y sociales. -Características y desarrollo de la comunicación audiovisual: de la palabra a los mensajes multimedia.

La imagen fija -Elementos perceptivos, constitutivos y expresivos de la imagen fija. Leyes de la percepción, ilusiones ópticas, psicológicas y lógicas. El punto, la línea, el encuadre, la luz, el color, planos y ángulos. -Lectura y análisis de la imagen fija: lectura denotativa y lectura connotativa. -La fotografía. Recursos técnicos para el registro y revelado fotoquímico de imágenes. La fotografía como medio de información periodística y de expresión artística. Historia y función social de la fotografía. -La imagen digital. Recursos técnicos para la digitalización y manipulación de imágenes digitales. Hardware y software. Formatos digitales de imagen. -La imagen publicitaria. Características y funciones. Publicidad en prensa, revistas, vallas, folletos y camisetas. Manipulación de imágenes y lenguajes subliminales. Publicidad, estereotipos y formación del consumidor. -El Cartel. Elementos de composición y posibilidades expresivas. -La imagen secuencial. El cómic. Componentes, características y elementos estructurales. Recursos icónicos. Planificación y narratividad. - La fotonovela y el *story-board*: de la imagen secuencial a la imagen en movimiento.

La imagen en movimiento -Elementos básicos de

composición de la imagen en movimiento partiendo de la imagen fija: planos, ángulos y movimientos de cámara. -Lenguajes y recursos expresivos específicos de la imagen en movimiento: expresión del tiempo y el espacio. Plano, escena y secuencia. La banda sonora. Flash-back y Flash-forward. La transición entre planos. La continuidad visual o *raccord*: el salto de eje de la acción. El montaje como elemento integrador. -Fases de elaboración de un producto audiovisual: preproducción (de la idea al guión literario y técnico, el *story-board*), producción (el rodaje y el equipo técnico-artístico), postproducción (montaje y sonorización). -Tecnología del vídeo. Vídeo analógico y vídeo digital. Equipos y recursos. La imagen electrónica: del vídeo-arte a la realidad virtual. -El cine: la cámara de cine y la grabación de imágenes mediante procesos fotoquímicos. La ilusión del movimiento. El montaje cinematográfico y trucajes. Evolución técnica en el cine y nuevas tecnologías digitales. El cine como medio de expresión artística. Historia y función social del cine. -Tecnología del televisor. Estructura y formatos tecnológicos de la comunicación televisiva. Características del mensaje televisivo. La publicidad en televisión.

El sonido -Naturaleza y características del sonido: frecuencia, timbre e intensidad. -Sistemas de registro y de reproducción sonora: del registro mecánico a la digitalización de documentos sonoros. -Elementos básicos del lenguaje sonoro: música, voz, efectos y silencios. - Tecnología y medios de producción sonora: micrófonos, mesa de mezclas, equipos y sistemas de grabación y reproducción de sonido. -La creación de mensajes sonoros: guionización, grabación y audición. Vocalización y entonación. Intencionalidad. - El sonido en radio y en los documentos audiovisuales. Los mensajes sonoros en diferentes medios: vídeo, televisión, cine y multimedia. -La radio como medio de comunicación. Elementos expresivos y estructura de programas y emisoras. Función social e histórica de la radio. -El sonido digital: captación y manipulación de archivos sonoros. Recursos estilísticos. Formatos digitales de sonido. -Recursos técnicos para

la digitalización sonora: hardware y software

La integración de las tecnologías. El multimedia -

El concepto de multimedia. La integración de soportes y recursos expresivos. - Evolución de las formas de integración de recursos comunicativos. Los soportes digitales multimedia. -Elementos expresivos y operativos de los sistemas multimedia. Hipertexto e iconicidad. - Lenguajes multimedia. La confluencia de los distintos entornos de trabajo en formato digital. Los lenguajes de programación: del programa gráfico a la programación de objetos. -El CD-Rom multimedia. La presentación animada de diapositivas. La programación multimedia digital. -La realidad virtual. Entornos virtuales y configuración de nuevas realidades digitales. El libro electrónico, el ocio virtual, sistemas de entrenamiento virtual.

Nuevos desarrollos tecnológicos. Las redes de

transmisión de información -La red integrada de servicios. La información y el conocimiento en la era global. La red Internet y las plataformas digitales. -Características de la comunicación telemática: inmediatez e información global. Elementos de composición y operativos de las redes. -Internet: orígenes de la red. Estructura y funcionamiento de la red de redes informáticas. Nuevas formas de comunicación e interacción a través de la red: el correo electrónico, el *chat*, foros de participación, la videoconferencia. -Plataformas digitales. Televisión y radio digital. La comunicación vía satélite. La música en la red. - Ciberespacio y sociedad: el ser humano y su lugar en el espacio cibernético, iconográfico y audiovisual. Grupos editoriales y la gestión de la información en la sociedad global.

Los medios de comunicación de masas en la sociedad

global -Características de los Medios de Comunicación de Masas. Similitudes y diferencias en los procesos de comunicación mediada que establecen. -Funciones de los medios: informativa, formativa y de entretenimiento. -El poder de los

Medios de Comunicación. Objetividad y subjetividad. Ideología, propaganda y manipulación. El papel de los Medios de Comunicación en la configuración de la opinión pública. Las multinacionales de la comunicación audiovisual: colonialismo informativo e identidad cultural. -La Televisión como medio de comunicación de masas. Televisión, telebasura, democracia y sociedad. Televisión y realidad. -La publicidad como soporte económico de los Medios de Comunicación. Del anuncio tradicional a las nuevas estrategias publicitarias. Información, espectáculo y negocio. Elementos para la programación de un canal de televisión. Manipulación de imágenes y lenguajes subliminales.

-La revolución de Internet como medio de comunicación en la sociedad global.

-Prensa, Radio y Televisión en Internet. La red Internet como amplificador electrónico de los medios tradicionales.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- 1. Conocer los distintos tipos de comunicación que se dan en nuestro entorno social y especialmente en los medios de comunicación de masas.** Este criterio pretende determinar el grado de conocimiento sobre los distintos agentes de la comunicación, sus características y evolución.
- 2. Conocer los fundamentos de la formación de imágenes y sonidos, su creación, registro y transmisión.** Ese criterio permite determinar el conocimiento de los fundamentos tecnológicos respecto a la Comunicación Audiovisual y Multimedia
- 3. Leer críticamente y comprender mensajes audiovisuales y multimedia señalando sus peculiaridades técnicas y expresivas, los recursos estilísticos que utilizan y la finalidad de los mismos.** Este criterio nos permitirá valorar, el nivel de conocimientos, la terminología y el grado de asimilación del universo conceptual de la comunicación audiovisual y multimedia que ha adquirido el alumnado.
- 4. Conocer los sistemas telemáticos de transmisión de la información y de comunicación multimedia y saber utilizar los recursos que contienen.** Con este criterio se pretende evaluar el grado de conocimiento de las redes informáticas.
- 5. Describir las influencias que los Medios de Comunicación de masas ejercen sobre nuestros deseos, conocimientos y valores, explicitando los recursos de los que se valen para configurar nuestra concepción del mundo y nuestros hábitos de conducta.** Este criterio pretende determinar el nivel de conciencia desarrollado por el alumnado sobre el poder real que tienen los Medios de Comunicación en la sociedad actual, las formas en que ejerce el mismo y las repercusiones sociales, morales y cognitivas que genera.
- 6. Analizar mensajes publicitarios y detectar las posibles manipulaciones de la información.** Con este criterio se

pretende evaluar el nivel de comprensión de las formas de persuasión publicitaria, la manipulación y creación intencionada de opinión.

7. Comparar y valorar mensajes procedentes de diferentes medios de comunicación. Este criterio pretende evaluar si el alumnado es capaz de discernir las diferencias y matices de noticias similares presentadas desde medios de comunicación diversos.

8. Conocer los datos históricos básicos del nacimiento y desarrollo de los principales medios de comunicación, las innovaciones técnicas, expresivas, y estéticas que se van produciendo en su reciente evolución y sus repercusiones sociales e históricas. Con este criterio se valorará el grado de integración conceptual de los contenidos adquiridos por el alumnado con respecto a la evolución histórica y las repercusiones sociales de los diferentes tipos de mensajes sonoros, audiovisuales y multimedia.

ESTRUCTURA DE LA PRUEBA

La prueba constará de **siete cuestionarios**, uno por cada unidad de contenidos, de las cuales el alumno **elegirá cinco** de ellos para contestar. En caso de que por alguna razón, se hagan más de cinco cuestionarios únicamente se corregirán los cinco primeros.

Los cuestionarios podrán estar formados por preguntas de tipo test y preguntas de respuesta abierta, en algunos casos los enunciados pueden incluir imágenes que sirvan de apoyo a la actividad planteada.

Duración de la Prueba : 2 horas