Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Diploma en Técnicas de Creación (Título Propio asociado a Publicidad)
Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación
Asignatura:	Musicalización, Sonido y Ritmo
Tipo:	Propia Obligatoria
Créditos ECTS:	3
Curso:	3
Código:	33314
Periodo docente:	Quinto semestre
Tipo de enseñanza:	Presencial
Idioma:	Castellano
Total de horas de dedicación del alumno:	75

Equipo Docente	Correo Electrónico
Juan Carlos Lastra Puertas	juancarlos.lastras@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

Históricamente se ha eludido la cuestión del sonido en el audiovisual: unas veces dejándola de lado y otras tratándola como un terreno exclusivo y menor. Aunque algunos investigadores hayan propuesto aquí y allá enfoques muy valiosos sobre la cuestión, sus aportaciones no han ejercido aún suficiente influencia como para imponer una reconsideración del conjunto del audiovisual.

Las películas, la televisión y los medios audiovisuales en general no se dirigen sólo a la vista. En su espectador suscita una actitud perceptiva específica.
Sigue diciéndose «ver» una película o una emisión, ignorando la modificación introducida por la banda sonora. O bien se considera suficiente un esquema aditivo, de modo que asistir a un espectáculo audiovisual vendría a ser en definitiva ver las imágenes más oír los sonidos, cuando a menudo se invierte la ecuación

Nuestra asignatura nace de la pregunta: «¿Qué es más importante, el sonido o la imagen?

OBJETIVO

1. Demostrar que en la combinación audiovisual (esto es el del "sonido e imagen"), una percepción influye en la otra y la transforma: lo que se ve cambia cuando es mostrado con un sonido o una música específica, del mismo modo que tampoco se escucha lo mismo cuando existe una imagen de por medio. Esta pregunta es a la vez teórica y práctica puesto que plantea un método de observación y de análisis susceptible de aplicarse a la publicidad, a las películas, o a la televisión.

Los fines especficos de la asignatura son:

2. El alumno encontrará aquí nociones para una presentación más sistemática sobre como organizar e implementar el uso del sonido, y más específicamente de la música, calibrando su potencial emotivo, e intentando evitar los excesos que suelen cometerse y que pueden neutralizar el sentido y la voluntad de comunicación de las imágenes.

3. El alumno aprenderá los procesos de musicalización en el case publicitario, siendo la pieza con mayor importancia de la música y el sonido en la publicidad.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Esta asignatura se nutre de todos los conocimientos adquiridos a lo largo del Grado.

CONTENIDOS

Bloque 1: Introducción y terminología
TEMA 1 Relación entre la música y la publicidad
- Música prexistente
- Música original
- Otros tipos de música

TEMA 2 Tipos de música en función de productos
- Gran Consumo
- Servicios
- Tercer sector
- Fashion Film

Bloque 2: La práctica y el uso
TEMA 3 El Case Publicitario
- Montaje
- Ideas
- Sincronización
- Las piezas para festivales

TEMA 4 Asociación entre un sonido y una marca
- Relación entre los sonidos y las marcas
- Motivaciones
- Fonologo

- Fonotipo
- Recursos y usos

TEMA 5 La música y las locuciones
- Librerías
- Locutores
- Salas de audición
- Casting de voces
- Preparación
- Objetivos de la locución

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Sesiones semanales teórico practicas en las que la participación del alumno será fundamental para el desarrollo optimo de la asignatura. Se realizaran practicas diarias en clase, de análisis, estructura y composición. El trabajo final de la asignatura *(el case publicitario)* se realizará a lo largo de todo el curso son sesiones presenciales y tutorías grupales. Así acompañaremos al alumno en todo el proceso de desarrollo creativo y composición del mismo. Se realizarán visitas en grupos reducidos a salas de sonido profesionales si el calendario lo permite.
La elaboración de todos los trabajos será en grupos a excepción de la convocatoria extraordinaria que deberá ser individual, asi como los alumnos con dispensa académica y/o segunda matrícula.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
60 horas	15 horas

COMPETENCIAS

Conceptualizar los caso de exito publicitario atendiendo al ritmo generado por los sonidos y las músicas

Entender los procesos de creación de casepublicitarios en relación con campañas de éxto del sector

Conocer y manejar los conceptos publicitarios propios de la musicalización

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- Deconstruir a partir de las partes que integran la narración la banda sonora publicitaria.

- Diseñar estrategias de comunicación a través de la música. Entender el potencial narrativo que tiene el sonido desprovisto de imágenes, que aplicará en su que hacer profesional en los campos de la creación y la producción de mensajes.

- Analizar piezas sonoras y audiovisuales que funcionarán como referentes estéticos y narrativos, así como fuente de inspiración y decálogo académico.

- Entregarle al alumno herramientas de creación sonora que les permita desarrollar sus aptitudes en el ámbito de la producción audiovisual publicitaria.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

El sistema de evaluación será el siguiente: Calificación: Practica/Examen final: 70% Prácticas en clase: 30% Todas deberán entregarse de manera digital en el apartado del aula virtual asignado para esto mismo. Por cada falta de puntuación, acentuación o sintaxis se restarán 0,1 puntos de cada ejercicio o prueba y, por cada falta de ortografía grave, 0,5 puntos. Se recuerda a los alumnos con dificultades de este tipo, así como a aquellos que necesiten mejorar su rendimiento general, que cuentan con el respaldo del GOE -Gabinete de Orientación Educativa- que la universidad pone a su disposición (goe@ufv.es).
Las conductas de plagio, asi como el uso de medios ilegítimos en las pruebas de evaluación, serán sancionados conforme a lo establecido en la Normativa de Evaluación y Normativa de Convivencia de la Universidad.

Todas las actividades, trabajos y proyectos que se encarguen deberán quedar subidos al Aula Virtual en los plazos y formatos especificados. De lo contrario, se considerarán NO ENTREGADOS y, por tanto, NO SE CALIFICARÁN. Si un alumno supera el 20% de inasistencia, suspenderá automáticamente la asignatura en la convocatoria ordinaria, por lo que será calificado íntegramente en la convocatoria extraordinaria. El alumno en tales circunstancias, podrá seguir presentando los trabajos y prácticas que se realicen durante el curso, si bien su calificación se producirá en la convocatoria extraordinaria. De forma adicional, deberá presentar un trabajo extra en la convocatoria extraordinaria para compensar la falta de asistencia y poder aprobar la asignatura. Será responsabilidad del alumno contactar con el profesor para conocer las características de dicho trabajo. La calificación total resultará de ponderar todas las partes, siendo necesario alcanzar una nota mínima de 5 en todas ellas para que se haga la media final de la asignatura. Aquellos alumnos que no obtengan la nota necesaria para aprobar la asignatura en la convocatoria ordinaria en una de las partes, deberán realizar un proyecto completo de forma individual o repetir el examen, según cada caso, en la convocatoria extraordinaria inmediata dentro del mismo curso, que será la única para la que se guardarán las calificaciones superiores a 5 obtenidas previamente.
Dispensa acdémica o segunda matrícula: *Los trabajos tienen una hoja de ruta paralela para que los alumnos en esta circunstancia puedan realizarlos de manera individual y con un seguimiento virtual.*
IMPORTANTE: No se guardarán las calificaciones para cursos sucesivos. Si se repite la asignatura, se reinicia el historial en ella por completo. Asimismo, NO se repetirán prácticas, proyectos, ni exámenes a alumnos con una calificación aprobada que quieran subir nota. Los estudiantes que deseen optar a la calificación de Matrícula de Honor deberán realizar todas las actividades propuestas en la asignatura con el máximo rendimiento, pues no se encomendarán actividades adicionales. Solo se otorgarán a alumnos con una media igual o superior a 9. No obstante, ser candidato por un desempeño excepcional, no asegura la obtención de dicha mención, pues siempre dependerá de la consideración final del docente. De hecho, también es posible que no se conceda ninguna. El examen deberá realizarse de manera presencial.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

[por José Ramón Sánchez Guzmán]. Cursos de estudios sobre teoría y técnicas de la publicidad: aplicación efectiva en la comunicación publicitaria / Madrid :Instituto Nacional de Publicidad,D.L. 1977.

Jesús Vicente Jordana. Publicidad y comunicación en Internet / Madrid :Anaya,D.L. 1999.

Raquel Ayestarán, Celia Rangel, Ana Sebastián. Planificación estratégica y gestión de la publicidad: conectando con el consumidor / Madrid :ESIC,2012.

Luis Bassat. El libro rojo de la publicidad / Madrid :Espasa,D.L. 1998.