

Plan 458 GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

Asignatura 42895 NARRATIVA PUBLICITARIA

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Asignatura: Narrativa Publicitaria

Plan de estudios: Grado en Publicidad y RR.PP.

Tipo: Optativa

Ciclo: 2º | Cuatrimestre: 2

Profesores: Tecla González Hortigüela

Créditos ECTS

3

Competencias que contribuye a desarrollar

Generales

CG-1 Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado y de algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de ese campo

CG-2 Capacidad de aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer 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.

CG-3 Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas esenciales de índole social, científica o ética.

CG-4 Capacidad para transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

COMPETENCIAS ACADÉMICAS-DISCIPLINARES

CE-1 Conocimientos fundamentales de comunicación. Conocimientos fundamentales de comunicación que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimientos disciplinares y competencias profesionales.

CE-4 Conocimiento del entorno. Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad.

CE-5 Capacidad para la creatividad y la innovación: capacidad para evolucionar hacia lo desconocido, partiendo de un sólido conocimiento de lo actual.

COMPETENCIAS PROFESIONALES

CE-14 Capacidad y habilidad para dar forma creativa al mensaje. Sus principales funciones abarcan la realización de las piezas publicitarias básicas y la supervisión de su producción definitivas.

CE-15 Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.

CE-17 Capacidad y habilidad para identificar, valorar, gestionar y proteger los activos e intangibles de la empresa, añadiendo valor a sus productos y servicios y reforzando la reputación de la misma.

CE-18 Capacidad y habilidad para utilizar las tecnologías y técnicas comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia), especialmente para aplicarlas al mundo de la comunicación con especial énfasis en la creación de nuevos soportes.

COMPETENCIAS TRANSVERSALES

CE-19 Capacidad de relacionarse con las personas y con el entorno sin perder su autonomía, conservando su propia identidad y valores.

CE-20 Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a

CE-21 Capacidad de perspicacia, de ingenio y creatividad que le permita hallar soluciones eficaces a problemas inéditos.

CE-22 Preparación para asumir el riesgo, desarrollando la capacidad desde pensar a decidir.

CE-23 Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos.

CE-27 Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas

Objetivos/Resultados de aprendizaje

- La narrativa publicitaria trata de descifrar las claves de los breves relatos publicitarios para alcanzar la excelencia narrativa y la efectividad persuasiva a favor del producto, marca, organismo o servicio anunciados.
- El objetivo de la asignatura está encaminado a la adquisición de herramientas teóricas y prácticas para aprender leer y escribir con imágenes y sonidos.
- La lectura de imágenes implica el desarrollo de capacidades de análisis textual y fílmico de piezas audiovisuales variadas: cine, vídeo documental, spots de publicidad...etc.
- Los alumnos aprenderán a distinguir estructuras narrativas desde distintos niveles del texto. Y deberán ser capaces de encontrar los elementos de un texto atendiendo a estas distintas clasificaciones y perspectivas: estética, semiótica, psicológica, histórica...
- Esta asignatura pretende familiarizar al alumnado con el uso simbólico de la imagen para que aprendan a analizar y a poder discernir y discriminar en los textos elementos esenciales.
- Así mismo requerirá de una aproximación a los textos con el fin de identificar propósitos, usos y posibilidades creativas y artísticas de la imagen, así como comerciales o publicitarias.

Contenidos

NARRATIVA PUBLICITARIA (AUDIOVISUAL)

TEMA 1 CONCEPTOS DE LA NARRATIVA PUBLICITARIA
TEMA 2 LA EVOLUCIÓN NARRATIVA DEL RELATO
TEMA 3.A: EL PERSONAJE
TEMA 3.B: EL ESPACIO
TEMA 3.C EL TIEMPO
TEMA 3.D LA ACCIÓN
TEMA 4: EL DISCURSO
TEMA 5 LA ESTRUCTURA NARRATIVA
TEMA 6 EL PROCESO CREATIVO

Programa de prácticas.

Creación de una práctica en grupo: Idea, Argumento, Sinopsis, Desarrollo, Guión Técnico (Americano), Storyboard, Rodaje (Shooting)

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

- Teoría en clase: Clases teóricas basadas en la lección magistral participativa. Se usará material audiovisual así como piezas publicitarias nacionales e internacionales para su análisis y debate.

- Práctica en grupo: Creación de una narrativa publicitaria audiovisual en dos duraciones (corta 20"-30" y larga 40"-40") desde el desarrollo de la idea a partir de un briefing.

Criterios y sistemas de evaluación

Convocatoria ordinaria (evaluación continua):

Prueba escrita: 50%

Trabajo práctico: 50%

Las entregas de prácticas fuera de plazo no serán contabilizadas.

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

ARISTÓTELES: Poética, Gredos.

BAL, M.: Teoría de la narrativa: una introducción a la narratología (1985), Cátedra, 1987.

BARTHES, R.: Elementos de semiología (1964), Alberto Corazón, Madrid, 1971.

- El placer del texto y lección inaugural (1974-1977), Siglo XXI, 2000.

BREITHAUPT, F.: Culturas de la empatía, Katz Editores, 2011.

CHATMAN, S.: Historia y discurso: la estructura narrativa en la novela y en el cine (1978), Taurus, 1990.

McKEE, R.: El guion. Sustancia, estructura, estilo y principios de la estructura de guiones, Alba Editorial, 1997.

VALE, E.: Técnicas de guión para cine y televisión, Editorial Gedisa, 2002.

FIELD, S.: El libro del Guión (Fundamentos de la escritura de guiones.), Editorial Plot, 2001.

CHION, M.: Cómo se escribe un guión, Editorial Cátedra, 2002.

GONZÁLEZ REQUENA, J.: Clásico, manierista, postclásico. Los modos del relato en el cine de Hollywood, Ediciones

Castilla, 2006.

GARCÍA MÁRQUEZ, G.: Cómo se cuenta un cuento, Ollero & Ramos Editores, 1998.

MORENO SÁNCHEZ, Isidro, Narrativa audiovisual publicitaria, Barcelona, Paidós, 2003.

VANOYE, F.: Guiones modelo y modelos de guión: argumentos clásicos y modernos en el cine, Editorial Paidós, 1996.

Calendario y horario

Aula 011

Teoría y práctica en aula los Viernes de 12:00 a 15:00

Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

Actividades presenciales

Número de horas

Trabajo autónomo

TEORÍA EN CLASE

30

25 horas de estudio

TRABAJO PRÁCTICO EN CLASE

10

25 horas de trabajo grupal

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

Tecla González Hortigüela

Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid. Máster en Teoría Psicoanalítica por la Universidad Complutense de Madrid. DEA en Filosofía (programa Fundamentos y desarrollos del psicoanálisis) por la Universidad Complutense de Madrid.

Miembro del Grupo de Investigación de la Universidad Complutense de Madrid "Análisis del Texto Audiovisual, Desarrollos Teóricos y Metodológicos" (ATAD).

Entre sus principales publicaciones se encuentran: De las fantasías la fantasma fundamental. Una travesía psicoanalítica (Trama y fondo, 2014), Una escena fantasmática a dos: Infiel de Liv Ullmann e Ingmar Bergman (Cátedra de cine, UVA, 2014), La dimensión heroica del padre. Million Dollar Baby, de Clint Eastwood (Cuadernos Artesanos de Latina, 2013), (Tratamiento de la información electoral en los informativos televisivos españoles (2007-2010). Un estudio cuantitativo del día después (Fragua, 2013), La danza de la muerte, de Lars von Trier (Trama y Fondo, 2013), Atom Egoyan, la pasión del incesto (Castilla Ediciones, 2010), Haneke y sus juegos perversos. A propósito de "Caché (Escondido)", en Caleidoscopio cinematográfico. Teoría y análisis de la película Caché (Editorial de la Universidad de Valladolid, 2010), Aproximación a la problemática de la enunciación: el lugar del sujeto en el texto artístico (ZER, 2009), Certeza y delirio en Fanny y Alexander (Trama y Fondo, 2008), El baile del Olimpo (Jezabel, William Wyler) (Trama y Fondo, 2009) y The adjuster: el desplazamiento del padre (Trama y Fondo, 2007).

Idioma en que se imparte

Español