UNIVERSIDAD
COMPLUTENSE
MADRID

Proyecto de Innovación

Convocatoria 2020/2021

Nº de proyecto: 357

Enseñanza (presencial-virtual) de Lengua Española en los grados de Publicidad y Relaciones Públicas y de Comunicación Audiovisual (II)

Responsable del proyecto:
María Isabel Hernández Toribio

Facultad de Ciencias de la Información

1. Objetivos propuestos en la presentación del proyecto

El proyecto se articula en torno a los OBJETIVOS GENERALES de la asignatura Lengua Española que se imparte en los grados de Comunicación Audiovisual y de Publicidad y Relaciones Públicas, que van a actuar como líneas directrices para delimitar los objetivos específicos:
OG1. Proporcionar al estudiante algunos conceptos fundamentales, técnicas y recursos para mejorar la eficacia comunicativa en lengua española.
OG2. Proporcionar al estudiante algunos conceptos fundamentales, técnicas y recursos que le permitan el análisis y la producción de discursos multimodales como el publicitario u otros productos audiovisuales (cine, televisión, series…).
OG3. Proporcionar al estudiante algunos conceptos, técnicas y recursos que le permitan desarrollar la escritura creativa en los ámbitos publicitario y cinematográfico.

En función de estos objetivos generales –OG, OG2 y OG3-, se plantean los OBJETIVOS ESPECÍFICOS de este proyecto:

OE1. Diseñar y desarrollar la metodología y los recursos didácticos mediante los que el alumno obtenga las competencias necesarias para la utilización de las técnicas de expresión oral, tanto en el ámbito académico como en entornos específicos como el de la locución publicitaria y el doblaje cinematográfico.

OE1.1. Diseño, elaboración y publicación de “guías” y “audioguías” de aprendizaje sobre los temas de interés para el alumno a la hora de producir discursos orales pertenecientes a géneros discursivos del ámbito académico y profesional:

a) Técnicas de expresión oral
b) Locución publicitaria

c) Doblaje cinematográfico

OE1.2. Organización de seminarios presenciales y *online* –a través de plataformas síncronas como Collaborate (mediante el Campus Virtual), Zoom o Google Meet– impartidos por los integrantes del proyecto y por expertos en oratoria, especialistas en doblaje, locución publicitaria y creatividad.

OE1.3. Ampliación del repositorio de material audiovisual: *ted talks*, películas, documentales, anuncios, conferencias… debidamente categorizadas y clasificadas para posibilitar la reflexión sobre las cuestiones analizadas.
Como novedoso respecto al proyecto anterior, la configuración de este repositorio será un trabajo colaborativo con el alumno, que podrá contribuir con aportaciones propias sobre los productos audiovisuales que ha revisado o realizado: por ejemplo, vídeos divulgativos sobre las técnicas de expresión oral, doblaje de documentales, grabación de anuncios…

OE2. Diseñar y desarrollar la metodología y los recursos que potencien el papel de las aportaciones lingüísticas al servicio de la creatividad en los ámbitos publicitario y audiovisual. Concretamos este objetivo en los siguientes pasos:

OE2.1. Diseño, elaboración y publicación de "guías de aprendizaje", grabación de "audioguías"/"audiopresentaciones" y de vídeos sobre:

a) Estrategias de creatividad en los ámbitos audiovisual (cine, series, publicidad) y literario: caracterización de personajes, humor, construcción de diálogos.

OE2.2. Organización de seminarios presenciales y *online* a través de plataformas síncronas como Collaborate (a través del Campus Virtual), Zoom o Google Meet, impartidos por los integrantes del proyecto y por expertos en creatividad tanto en el ámbito visual como en el publicitario.

OE3. Fomentar el acceso a las fuentes de información y su empleo para la realización de proyectos que permitan la transferibilidad al ámbito profesional.

OE4. Desarrollar el pensamiento crítico y la creatividad.

OE5. Fomentar la capacidad de trabajo en equipo, dirección y coordinación, así como potenciar la igualdad.

2. Objetivos alcanzados

OG. 1., 2. Se ha proporcionado al alumnado de primer curso del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas, y del Grado en Comunicación Audiovisual, una revisión de algunos conceptos fundamentales, técnicas y recursos que le permitan: a) mejorar la eficacia comunicativa en lengua española; b) analizar y producir discursos multimodales como el publicitario u otros productos audiovisuales; c) desarrollar la escritura creativa en los ámbitos referidos.

Para ello, como se señala en el OBJETIVO ESPECÍFICO 1.1., se han diseñado y elaborado las GUÍAS DE APRENDIZAJE (GA) (audioguías y presentaciones) previstas en la memoria del proyecto sobre temas de interés para producir discursos orales pertenecientes a géneros discursivos del ámbito académico y profesional:

GA1. Técnicas de expresión oral
GA2. Locución publicitaria y doblaje cinematográfico

OG. 2. Se ha diseñado material para proporcionar a los alumnos del segundo curso del Grado en Publicidad y Relaciones Públicas conceptos, técnicas y recursos que les permitan fomentar la creatividad en el ámbito publicitario.

Para ello. como se señala en el OBJETIVO ESPECÍFICO OE.2.1.. se ha diseñado v

elaborado la GUÍA DE APRENDIZAJE (GA) planificada:

GA3. Técnicas literarias para la creatividad publicitaria

OE1.3. y OE2.1. Los alumnos han contribuido a configurar corpus compuestos por vídeos divulgativos, películas, documentales, series, anuncios publicitarios (en diferentes soportes), que les han permitido reflexionar sobre las cuestiones revisadas:

a) La comunicación no verbal en la oratoria en público.
b) El control de los recursos prosódicos en la locución.
c) Oratoria en público y argumentación: cómo construir textos argumentativos eficaces.
d) La creatividad en los discursos multimodales.

Las actividades de trabajo en equipo se han articulado en torno a:

a) La recopilación de material audiovisual que les ha permitido la reflexión sobre las cuestiones revisadas. Material depositado en el campus virtual de la asignatura, en carpetas habilitadas en la unidad didáctica correspondiente.
b) La creación de sus propios productos audiovisuales como parte de un "aprendizaje por proyectos" transferibles al ámbito profesional. Para ello, han realizado vídeos divulgativos sobre las técnicas de expresión oral, doblaje de documentales y la grabación del audio de anuncios.
c) La participación en un taller de locución.

Las actividades de trabajo individual se han articulado en torno a:

d) La creación y el diseño de un "cuaderno creativo" en el que el alumno ha recopilado todo el material de creación propia relacionado con las actividades previstas en la GA "Técnicas literarias para la creatividad publicitaria" (v. apartado 5.1).

OE1.2 y OE2.2. Se han podido organizar los tres seminarios previstos, impartidos por reconocidos profesionales y coordinados por los integrantes del grupo (v. apartado 4. "Recursos humanos"). Seminarios relacionados con los bloques temáticos en torno a los que se articula el proyecto: la oratoria en público, la locución publicitaria y la creatividad en el ámbito audiovisual.

OE.3, OE.4 y OE.5. En las guías de aprendizaje se han descrito las "actividades de trabajo en equipo", cuyo objetivo, como parte de un método de "aprendizaje por proyectos", se ha centrado en reforzar y complementar la adquisición de competencias transversales ligadas a la empleabilidad, la transferencia de resultados al ámbito profesional, el trabajo en equipo o la capacidad de liderazgo, dirección y coordinación, el desarrollo de la creatividad, el pensamiento crítico y potenciar la igualdad.

3. Metodología empleada en el proyecto

3.1. Diseño de guías de aprendizaje

Las guías de aprendizaje (con una extensión máxima de 6 páginas) se han diseñado con el mismo formato que las del proyecto 364 (curso 2019-2020), es decir, se han articulado en torno a la siguiente estructura básica, adaptándose puntualmente a la temática de cada unidad didáctica:

1. Índice de la unidad
2. Contenidos
3. Actividades

3.1. Actividades en clase
3.2. Actividades individuales
3.3. Actividades en equipo

4. Bibliografía

4.1. Bibliografía general
4.2. Bibliografía específica sobre publicidad, medios de comunicación y cine
5. Plantillas

En las guías se han incluido:
—Una síntesis de los contenidos fundamentales de cada unidad didáctica, con referencias a la bibliografía de consulta.
—Un registro de la actividades –relacionadas con esos contenidos a partir de los que obtener las competencias generales, específicas y transversales requeridas-, convenientemente descritas e identificadas, que el alumno debía realizar: lecturas individuales, elaboración de trípticos y fichas de trabajo en equipo, revisión de material audiovisual, elaboración de productos audiovisuales, participación en talleres (locución y creatividad), análisis de corpus (cuantitativo y cualitativo).

—Plantillas para la organización del trabajo en equipo.
a) En la plantilla "Grupo de trabajo en equipo", que tiene el objetivo de facilitar la coordinación del grupo, deben especificarse:
—El nombre y apellidos del representante del grupo, que será el encargado de enviar todos los trabajos a través del Campus Virtual. Se identificará de la siguiente forma: APELLIDOS_nombre de la actividad

—Un apartado de observaciones, en el que deberá registrarse cualquier incidencia observada durante la realización del trabajo en equipo. Por ejemplo, la dificultad para el acceso a determinada fuente de información, problemas técnicos en la realización del producto audiovisual, de coordinación del grupo…
—Los roles de cada uno de los integrantes del grupo. Por ejemplo, si se trata de la elaboración de contenidos audiovisuales: productor, guionista, actor…
—La aportación individual de cada alumno.

Se insiste en que el equipo es una estructura organizada y jerarquizada. Por ello, el trabajo debe tener coherencia y no limitarse a la mera suma de aportaciones individuales sin un hilo conductor ni sentido global.

—Plantillas para la sistematización del trabajo.
Fichas de trabajo, a modo de plantillas adaptables a la naturaleza de cada proyecto, que le sirvan para sintetizar y organizar de forma rigurosa y coherente los resultados tanto cuantitativos como cualitativos.
—Una selección de bibliografía sobre el tema abordado, en general, y sobre la publicidad, el cine y los medios de comunicación, en particular.

4. Recursos humanos

Se ha contado con la participación de reconocidos especialistas invitados para impartir los seminarios propuestos en la memoria:

4.1. Emma Rodero Antón impartió el seminario "Locución publicitaria" el 2 de diciembre de 2020.
La actividad estuvo destinada a los estudiantes de la asignatura "Lengua Española en la Publicidad y las Relaciones Públicas" (Grado en Publicidad y Relaciones Públicas).
Como se especificaba en la memoria del proyecto, se planteó la organización del seminario "La locución publicitaria". Este seminario respondió al objetivo OE1.2 (v. apartado 1), dentro de que se incluía la planificación de actividades que permitieran al alumno el conocimiento de técnicas y estrategias para la locución publicitaria.

4.2. Susana Rodríguez Rosique y Luis Bagué Quílez impartieron el seminario "Escribo como hablo: del discurso publicitario al discurso poético" el 10 de noviembre de 2020.
La actividad estuvo destinada a los estudiantes de la asignatura "Recursos lingüísticos de la composición" (Máster en Escritura Creativa), en el que imparten docencia dos integrantes del proyecto. Este seminario respondió al objetivo OE2.2 (v. apartado 1), centrado en el

desarrollo de actividades que permitieran potenciar el papel de las aportaciones lingüísticas al servicio de la creatividad en los ámbitos publicitario y audiovisual.

4.3. Rafael Trapiello impartió el seminario "Creatividad y narración fotográfica" el 18 de mayo de 2021.
La actividad estuvo destinada a los estudiantes de la asignatura "Lengua Española" del Grado de Comunicación Audiovisual. Este seminario respondió al OE2.2 (v. apartado 1), relacionado con el bloque destinado a fomentar la creatividad en el ámbito audiovisual.

Los integrantes del grupo de trabajo, además de sus respectivas aportaciones especificadas en la memoria, llevaron a cabo las siguientes actividades relacionadas con el tema del proyecto durante el curso 2020-21:

4.4. Marianna Chodorowska (profesora de la University of Southern California. Los Ángeles) gestionó un intercambio de textos español-inglés para mejorar la escritura, creatividad y las habilidades comunicativas en español y en inglés. En él participaron los alumnos de la USC y de la UCM (Grado de Comunicación Audiovisual). Además, propuso la iniciativa de un concurso literario en el que participaron los alumnos de ambas instituciones.
4.5. José Manuel Mora Fandos impartió el taller literario sobre "Gabriel García Márquez y el realismo mágico" en el Centro Lingüístico de la Universidad de Florencia.
4.6. Antonio Arroyo Almaraz fue coordinador (presentador y ponente) de las *Jornadas Internacionales Galdosianas. Homenaje a Benito Pérez Galdós (1920-2020).*
4.7. José María Benítez García llevó a cabo el apoyo conceptual en el ámbito de la creatividad para el desarrollo de las estrategias revisadas.
4.8. María Isabel Hernández Toribio impartió un seminario con diversas intervenciones sobre los aspectos relacionados con el proyecto en el Centro Lingüístico de la Universidad de Florencia: "La oratoria en público: técnicas de expresión oral" y "La escritura creativa. Recursos lingüísticos de la composición". Fue coordinadora del monográfico "Publicidad y oralidad", *Revista Oralia* (2021) y co-coordinadora del monográfico "Discurso telecinemático: la lengua española en el cine y en las series televisivas", *Cuadernos AISPI* (2021).

5. Desarrollo de las actividades

5.1. Diseño de las guías de aprendizaje por parte de todos los integrantes del equipo:

5.1.1. GA "Técnicas de expresión oral" (audioguía y presentación)

Para la configuración de esta macroguía se han aprovechado algunas de las guías de aprendizaje diseñadas en el proyecto del que este es continuidad:
Siguiendo la estructura mencionada en el apartado 3 ("Metodología"), se han reflejado los siguientes aspectos:

1. Índice
2. Síntesis de contenidos articulados en torno a los siguientes bloques:
—Revisión de los recursos no verbales que se emplean en la oratoria en público.
—Revisión de nociones fonéticas para explicar la correcta dicción y el control de los recursos prosódicos en la locución.
—Oratoria en público y argumentación: cómo construir textos argumentativos eficaces.
3. Planificación de actividades:
3.1. Actividades en clase: visionado de material: *Ted Talks* y algunas películas que permiten ilustrar la oratoria en distintos ámbitos.
3.2. Actividades individuales: recopilación y análisis de material audiovisual que permita revisar los recursos y estrategias para mejorar la oratoria en público.
3.3. Actividades en grupo: a) taller de locución; b) grabación de un producto audiovisual.
4. Revisión de bibliografía.

5.1.2. GA "La locución publicitaria" (audioguía y presentación)
1. Índice

2. Síntesis de contenidos
—Revisión de las particularidades que presenta la locución publicitaria.
—Revisión de técnicas y recursos para la locución publicitaria
3. Planificación de actividades:
3.1. Actividades en clase: audición de cuñas radiofónicas y revisión de anuncios televisivos.
3.2. Actividades en grupo: grabación de cuñas radiofónicas en los estudios de radio.
3.3. Participación en el seminario “la Locución publicitaria” impartido por un profesional.
4. Revisión de bibliografía

5.1.3. GA Técnicas literarias para la creatividad publicitaria
1. Índice de la unidad
2. Síntesis de contenidos articulados en torno a los siguientes bloques:
—Motivación de la creatividad a través de condiciones limitadas de escritura: tiempo tasado e instrucciones.
—Búsqueda de historias en una imagen: proyección de una imagen de una acción humana y proceso de indagación.
—Construcción de un espacio y un tiempo, y ubicación de un protagonista a partir de un audio: escucha de un audio “ambiental” y reconocimiento de sonidos.

Contenidos y actividades mediante los que se pretende estimular la creatividad para la creación de relatos breves que puedan resultar de utilidad para el *storytelling* publicitario. Se trabaja también con los recursos multimodales audiovisuales como fuente para el desarrollo de la creatividad.

3. Planificación de actividades
3.1. Actividades en clase:
—Elaboración de relatos breves a partir de algunos ejercicios creativos condicionados por unas reglas de ejecución propuestas.
—Actividades basadas en la observación (imágenes, entorno…) con el objetivo de que descubran la diversidad de detalles que aportan significado o sensorialidad.
—Actividades basadas en el descubrimiento a partir de lo que se escucha y su posterior verbalización.
3.2. Actividades individuales:
Desarrollo individual del relato literario y del *storytelling* publicitario a partir de los contenidos, pautas de trabajo y actividades revisadas con anterioridad.
Los alumnos desarrollarán fuera del aula la trama, trabajando a partir de un esquema sencillo como la presentación espacio-temporal y del protagonista, el nudo de la acción y el desenlace.
3.2. Participación en el seminario sobre creatividad en el ámbito audiovisual impartido por un profesional.
3.3. Elaboración y diseño de un “cuaderno creativo” en el que el alumno ha recogido todo el material de creación propia relacionado con las actividades previstas en la GA.
4. Bibliografía

5.2. Como puede comprobarse en el apartado 4 (Recursos humanos) se han llevado a cabo los seminarios previstos, impartidos por profesionales.