



## Comunicació audiovisual (1r de batxillerat)

La matèria Comunicació audiovisual és una optativa de 1r de batxillerat que s'imparteix durant tres hores setmanals al llarg de tot el curs i que està enfocada a facilitar una visió panoràmica del camp d'estudi de l'àmbit de la comunicació que permeti a l'alumnat constatar, despertar o descartar, en el seu cas, l'interès per les disciplines que l'integren.

L'assignatura es proposa desenvolupar en l'alumnat les capacitats i habilitats per analitzar i valorar productes audiovisuals, així com per realitzar-los. Per això, ha de conèixer el llenguatge i els procediments bàsics del món audiovisual, utilitzar-los de forma crítica per realitzar productes audiovisuals ètics, que respectin la convivència democràtica i rebutgin les discriminacions de qualsevol mena, així com tenir en compte els objectius de desenvolupament sostenible.

El tractament de la matèria inclou els aspectes següents, alguns dels quals es poden treballar de manera conjunta:

- Fem periodisme
  - Anàlisi dels principals gèneres periodístics des del punt de vista radiofònic, televisiu i de les plataformes digitals. Detecció d'estereotips i discriminacions en els programes periodístics. El fals periodisme i l'ètica en el periodisme. Els xous d'impacte o telerealtat.
  - Elaboració d'un producte periodístic: reportatge, crònica, espai radiofònic, espai televisiu, espais a Internet.
- En els dos casos, tenint en compte els objectius de desenvolupament sostenible, la perspectiva de gènere, l'ètica, el respecte i la ciutadania democràtica.
- Fem cinema
  - Anàlisi del llenguatge cinematogràfic a través del visionat de curtsmetratges i pel·lícules, de la comunicació de valors i ideologies, i de la forma i el fons.
  - Realització d'un producte cinematogràfic: des de la idea fins a la postproducció. Plataformes i formats.
- Fem publicitat
  - Anàlisi dels anuncis publicitaris en diverses plataformes. Impacte publicitari. Publicitat encoberta. Estereotips, perspectiva de gènere i discriminacions.
  - Realització d'un anunci publicitari en un context real.
- Tinguem cura de la identitat digital
  - Reflexió i anàlisi de diversos tipus d'identitats digitals. Comunicació autèntica o fictícia. La retòrica digital. La pròpia imatge a les xarxes.
  - Construcció d'un model d'identitat digital propi: des del que es desitja fins al que arriba a fora, des del que volem fins al que els altres entenen.

Les activitats s'organitzaran de manera que l'alumnat hagi de:

- Manejar informació de fonts diverses identificant, analitzant, seleccionant, contrastant, combinant i comunicant informacions en formats diferents per generar coneixement en el context de donar resposta a un repte o una problemàtica, en sentit ampli.
- Mobilitzar els sabers i els aprenentatges adquirits de caràcter cognitiu o instrumental propis del camp de coneixement, així com manejar els recursos disponibles i diferents formes de raonament, per interpretar i donar resposta a varietat de situacions (problemes, recerques, casos, polèmiques...).
- Revisar, estructurar i avaluar amb criteris ètics i lògics idees, pensaments o raonaments, propis o d'altres, en contextos diversos, locals o globals, de naturalesa variada, fent propostes d'acció justificades i coherents.

En tot cas, ha d'haver-hi un treball individual i grupal. Les anàlisis i els productes que es realitzin han de tenir en compte les dues maneres d'aprendre, per propiciar l'autonomia en l'aprenentatge i el treball col·laboratiu per aprendre a aprendre i gestionar la interacció amb altres i amb el món.

## **Competències específiques**

### **Competència 1**

- Reconèixer i emprar amb propietat els codis específics del llenguatge visual i audiovisual, especialment els del llenguatge fotogràfic, cinematogràfic, radiofònic, televisiu, publicitari i multimèdia, utilitzant les eines tecnològiques necessàries de diferent naturalesa i suport, per produir amb creativitat missatges adequats a les situacions plantejades.

### **Competència 2**

- Analitzar i valorar els missatges audiovisuals produïts en diferents plataformes i els propis, mostrant una actitud crítica, especialment envers els estereotips i les discriminacions de tota mena, amb consciència ciutadana i ecològica, per afavorir un ús eficaç, ètic i democràtic de la comunicació.