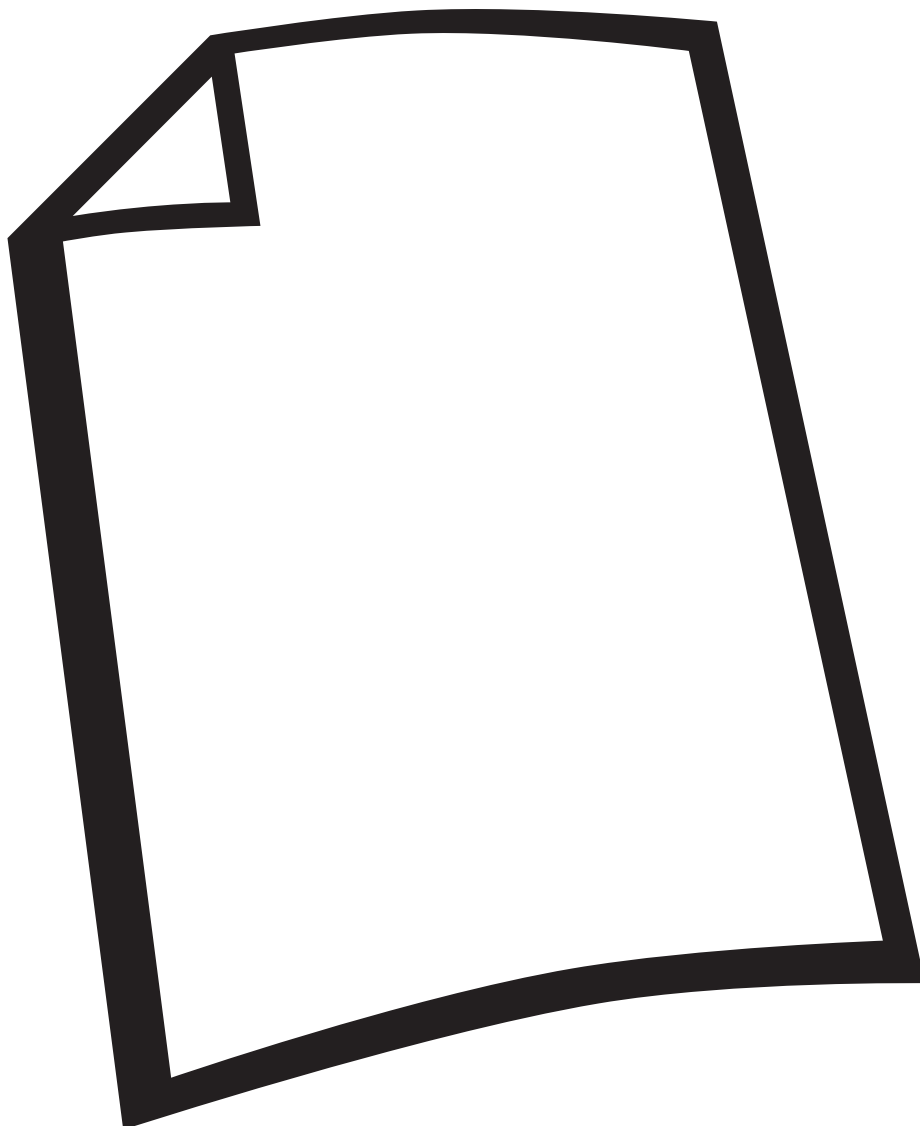


UVIC
GUIA DE
L'ESTUDIANT
2010-2011

FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ

**LLICENCIATURA DE
COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL**



ÍNDEX

Presentació	4
Facultat d'Empresa i Comunicació	5
Estructura	5
Òrgans de Govern	5
Departaments, Professorat i Professionals dels Serveis	6
Calendari Acadèmic	9
Organització dels Ensenyaments	10
Pla d'Estudis	10
Ordenació temporal de l'ensenyament	11
Projecte Final de Carrera (PFC)	12
Assignatures optatives	12
Els crèdits de Lliure Elecció	13
El crèdit europeu (ECTS)	14
Les tutories	14
La Borsa de Treball	14
Notes	14
Programa de les assignatures de segon curs	15
Teoria i Tècnica del Llenguatge Radiofònic	15
Teoria i Estructura de la Comunicació d'Empresa I	17
Mètodes d'Investigació en Comunicació	20
Anglès III	22
Anglès IV	24
Teoria i Tècnica dels Mitjans Escrits II	26
Documentació Informativa	27
Disseny i Comunicació Gràfica	29
Teoria i Tècnica del Llenguatge Televisiu	31
Taller de Comunicació Gràfica	34
Llenguatges de la Comunicació	36
Assignatures de Lliure elecció de Segon Curs	38
Expressió Oral i Comunicació No Verbal	38
Història del Cinema (Opt)	40
Història de la Publicitat i de les Relacions Públiques (LLE)	42
Programa de les assignatures de tercer curs	44
Fonaments de la Comunicació Digital	44
Taller de Producció Audiovisual I	46
Taller de Comunicació Interactiva I	48

Teoria de la Imatge	50
Estructura del Sistema Audiovisual I	52
Estructura del Sistema Audiovisual II	54
Taller de Fotografia	56
Taller d'Infografia	56
Narrativa Audiovisual i Multimèdia	58
Fonaments de Programació	60
Programa de les assignatures de quart curs	62
Dret de la Comunicació i la Societat	62
Art Digital i Nous Mitjans	64
Règim Jurídic i Ètic de la Comunicació	66
Producció i Direcció Audiovisual	67
Taller de Producció Audiovisual II	69
Producció i Direcció Multimedial	71
Taller de Comunicació Interactiva II	73
Assignatures optatives i de lliure elecció	75
Investigació d'Audiències (Opt)	75
Sistemes d'Àudio Digital (Opt)	76
Teoria i Tècnica de la Animació Digital (Opt)	78
Teoria i Tècnica del Videoclip (Opt)	79
Taller de Producció Documental (Opt)	81
Teoria i Tècnica del Videojoc (Opt)	83
Tècniques de l'Entrevista (Opt)	85
Televisió Educativa (Opt)	86
Teoria i Tècnica del Guió Cinematogràfic (Opt)	88
Producció per a Dispositius Mòbils (Opt)	90
Creació de Formats Televisius (Opt)	92
Crítica Audiovisual i Multimedia (LLE)	94
Infografia II (LLE)	96
Taller de Ràdio (LLE)	98
Taller Avançat de Ràdio (LLE)	100
Taller de Weblogs (LLE)	100
Cultura Pop/Cultura de masses (LLE)	101
Taller de Fotografia i Il·luminació (LLE)	102
Teoria i Tècnica de l'Espot (LLE)	104
Teoria i Tècnica del Tràiler (LLE)	106
Bandes Sonores (LLE)	108

PRESENTACIÓ

Aquesta Guia està pensada per proporcionar-te la informació imprescindible per planificar amb encert aquest curs, a més de donar-te referència dels serveis i les possibilitats que t'ofereix la Facultat.

Les professions vinculades al món de la comunicació han estat especialment transformades per l'acció de l'àmbit digital: des del periodista fins al dissenyador gràfic o al publicista, que han incorporat progressivament la dimensió multimèdia i interactiva com a part fonamental de les seves rutines productives. El perfil del llicenciat o graduat en Comunicació Audiovisual de la UVic combina els coneixements que s'oferien històricament en aquesta carrera, que apuntaven sobretot a crear figures professionals dins l'àmbit televisiu i cinematogràfic, amb els coneixements tècnics i teòrics del camp digital i multimedial.

El llicenciat o graduat en Comunicació Audiovisual és un director multimedial, un professional amb coneixements comunicacionals i tècnics, capaç de dissenyar, coordinar i avaluar produccions audiovisuals i digitals (*on-line* i *off-line*), i de dirigir el treball de guionistes, dissenyadors gràfics, fotògrafs, experts en interactivitat, etc.

En aquesta guia, hi trobaràs el Pla d'Estudis i la programació de la Comunicació Audiovisual, els diferents tipus d'assignatures i els diversos perfils abans de prendre decisions que afectin la teva matriculació.

Finalment, volem aprofitar aquesta presentació per encoratjar-te a treure el màxim profit de les possibilitats formatives i dels serveis que posem al teu abast: la possibilitat de fer pràctiques en empreses, l'oportunitat de fer estades d'estudis a l'estranger en el marc dels programes d'intercanvi internacional, recórrer a les tutories que t'hem assignat, ampliar la formació en idiomes més enllà de les assignatures obligatòries de la carrera, explotar els recursos informàtics i audiovisuals al teu abast...

Esperem, en definitiva, que aprofitis al màxim el pas per la Facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic i que, al final, el teu període d'estudis hagi estat el més agradable i satisfactori possible.

Amb aquest objectiu treballem i estem a la teva disposició.

Facultat d'Empresa i Comunicació

LA FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ

Estructura

La Facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic imparteix 13 titulacions:

- Diplomatura de Ciències Empresarials
- Diplomatura de Turisme
- Llicenciatura d'Administració i Direcció d'Empreses
- Llicenciatura de Comunicació Audiovisual
- Llicenciatura de Publicitat i Relacions Públiques
- Llicenciatura de Periodisme
- Doble titulació d'ADE – Publicitat i Relacions Públiques (en cinc anys)
- Doble titulació de Turisme - Publicitat i Relacions Públiques (en quatre anys)
- Grau en Administració i Direcció d'Empreses
- Grau en Comunicació Audiovisual
- Grau en Periodisme
- Grau en Publicitat i Relacions Públiques
- Doble Grau en ADE – Publicitat i Relacions Públiques (en sis anys)

La gestió ordinària en el govern de la Facultat correspon al Deganat, que delega les qüestions d'organització docent en el o la cap d'estudis.

La Facultat s'estructura en Deganat, Prefectura d'Estudis, Coordinació d'ensenyaments, departaments, àrees funcionals i secretaria. El Deganat és el màxim òrgan de govern de la Facultat; la Prefectura d'Estudis vetlla per l'organització acadèmica dels ensenyaments; els coordinadors d'ensenyament vetllen per l'organització de cada titulació; els departaments són les agrupacions de professors d'una mateixa àrea disciplinària; les àrees funcionals, amb els coordinadors corresponents, són àmbits de desenvolupament de nous projectes, de suport a la docència i de vinculació amb l'entorn i la secretaria dóna el suport administratiu.

El Deganat, la Prefectura d'Estudis, els coordinadors d'ensenyaments i la Secretaria de la Facultat són situats a la quarta planta de l'edifici F1.

Les àrees funcionals de la Facultat d'Empresa i Comunicació són:

- Relacions Internacionals
- Formació Continuada
- Pràctiques

Òrgans de Govern

La gestió ordinària en el govern i administració de la Facultat correspon al Consell de Direcció, constituït pels següents càrrecs:

Degana

Maria Antònia Pujol i Famadas

Cap d'Estudis

Montse Corrius i Gimbert

Coordinadors d'Ensenyament

Xavier Ginesta - Coord. de Periodisme

Montse Casas i Arcarons - Coord. de Comunicació Audiovisual
Eulàlia Massana - Coord. de Publicitat i Relacions Públiques
Cèsar Duch i Martorell - Coord. d'Administració i Direcció Empreses
Elisabet Paxau i Tura - Coord. de Ciències Empresarials i Turisme

Directors de Departament

Eusebi Coromina i Pou - Director Dep. de Comunicació
Cèsar Duch i Martorell - Director Dep. d'Economia i Empresa
Llorenç Soldevila i Balart Dir. Dep. de Llengües, Ciències Socials i Jurídiques.

També participen en el Consell de Direcció:

Responsable de Relacions Internacionals

Pere Morera i Pérez

Responsables de Recerca

Ramon Oller i Piqué

Responsables de Formació Continuada

Eulàlia Massana i Molera (Comunicació)

Elisabet Paxau i Tura (Empresa)

Responsable de Pràctiques

Dolors Vinyet i Benito

Departaments, Professorat i Professionals dels Serveis

Professorat

Departament d'Economia i Empresa: Alejandra Aramayo García
Núria Arimany Serrat
Joan Bou i Geli
Jordi Casas Vilaró
Enric Casulleras Ambrós
Ariadna Codina Ylla
Sílvia Cordomi Saborit
Jose A. Corral Marfil
Josefina Damian Castellví
Ramon Fabre Vernedes
Josep Ll. García Domingo
Ramon Gisbert Gelonch
Ferran Gustau Jaen Coll
Raymond Lagonigro Bertran
Rafael Madariaga Sánchez
Anna Manrique Aumatell
Joan Carles Martori Cañas
Ramon Oller Piqué
Elisabet Paxau Tura
Anna M. Pérez Quintana
M. Antònia Pujol Famadas
Ramon Roig Solé
Anna Sabata Aliberch

Josep Terradellas Cirera
Robert Vendrell Cirera
Xavier Vicente Soriano
Carme Viladecans Riera
Jesús Vinyes Vila
Cèsar Duch i Martorell

Departament de Comunicació: Eva Arderiu Pi
Oreste Attardi Colina
Judit Badia Peco
Mar Binimelis Adell
Carolina Campalans Moncada
Eva Caro Domínguez
Montse Casas Arcarons
Irene Colom Valls
Ruth Contreras Espinosa
Eusebi Coromina Pou
Xavier Docampo Sellarès
Óscar Fernández Ferrer
Efraín Foglia Romero
Amèlia Foraste
Maria Forga Martel
Gerard Franquesa Capdevila
Joan Frigola Reig
Jesús Galech Amillano
Oriol Gifra Durall
Arnau Gifreu Castells
Trinitat Gilbert
Irene García Medina
Daniel Gómez Cañete
Zahaira González Romo
Santi Hausmann Farre
Santiago Jordán Ávila
Diego Linares Romera
Irene Llop
Ainara Mancebo Gabela
Guillem Marca Frances
Raúl Martínez Corcuera
Eulàlia Massana Molera
Santos Mateos Rusillo
Joan Millaret Valls
Henry Naranjo Pérez
Héctor Navarro Guere
Julio Panizo Alonso
Hugo Pardo Kuklinski
Cristina Perales García
Rosa Pons Cerdà
Jordi Ribot Puntí
Mon Rodríguez Amat
Carlos Scolari
Jordi Serrat Manén

Jaume Serrats Ollé
Sergi Solà Saña
Jordi Trassierra Rodríguez
Clara de Uribe Gil
Marc Vaillo Daniel
Conrad Xalabarder Voltas
Lluís Zayas Muñoz

Llengües, Ciències Socials i Jurídiques:

Francesc Baqué Puig
Josep Burgaya Riera
Gonçal Calle Rosingana
Ignasi Coll Parra
Jordina Coromina Subirats
Montse Corrius Gimbert
M. Carme Crivillés Grau
Jordi De San Eugenio Vela
Josefina Domènech Rierola
Miquel Genís Serra
Amadeu Grifoll Llorba
Josefina Guix Soldevila
Emma Louise Hitchen
Teresa Julio Giménez
Félix Jurado Escobar
Sarah Khan
Manuel Llanas Pont
Anna Masferrer Giralt
Joan Masnou Suriñach
Antoni Molas Casas
Daniel Nicholls
Anna M. Palomo Chinarro
Dolors Palomo Chinarro
Jose Carlos Piñero Pantin
Àngels Pinyana Garriga
Santi Ponce Vivet
Pere Quer Aiguadé
Llorenç Soldevila Balart
Eva Torrents Pujadas
Lourdes Vilardell Bujons

Professionals de serveis

Secretàries de centre:

Alicia González i Moral
Cecília Vila Gaja
Montse Vivas i Llopart

Responsables de les àrees funcionals:

Relacions Internacionals:

Pere Morera

Recerca:

Ramon Oller

Formació Continuada:

Elisabet Paxau

Cap de Secretaria Acadèmica:

Cristina Font

Secretaria Acadèmica del Centre:

Imma Puig

CALENDARI ACADÈMIC

Docència 1rQ:

Del 27 de setembre al 19 de gener

Exàmens 1rQ:

Del 24 de gener al 11 de febrer

Docència 2nQ:

Del 14 de febrer a l'1 de juny

Exàmens 2nQ:

Del 6 de juny a l'1 de juliol

Exàmens setembre:

De l'1 al 9 de setembre

Dies festius:

9 d'octubre de 2010, dissabte (no lectiu)

11 d'octubre de 2010, dilluns – Pont

12 d'octubre de 2010, dimarts – El Pilar

30 d'octubre de 2010, dissabte (no lectiu)

1 de novembre de 2010, dilluns – Tots Sants

4 de desembre de 2010, dissabte – (no lectiu)

6 de desembre de 2010, dilluns – La Constitució

7 de desembre de 2010, dimarts – Pont

8 de desembre de 2010, dimecres – La Puríssima

13 de juny de 2011, dilluns – Segona Pasqua

24 de juny de 2011, divendres – Sant Joan

4 de juliol de 2011, dilluns – Pont

5 de juliol de 2011, dimarts – Festa Major

Vacances:

Nadal: del 24 de desembre de 2010 al 7 de gener de 2011, inclosos

Setmana Santa: del 18 al 25 d'abril de 2011, inclosos

ORGANITZACIÓ DELS ENSENYAMENTS

Pla d'Estudis

El Pla d'estudis de la Llicenciatura de Comunicació Audiovisual ha estat elaborat d'acord amb les directrius generals pròpies d'aquesta titulació.

La llicenciatura s'estructura en quatre cursos, articulats en ensenyaments de primer cicle (primer i segon curs) i de segon cicle (tercer i quart curs). El primer cicle dels ensenyaments universitaris comprendrà els ensenyaments bàsics i de formació general, orientats cap a la comunicació audiovisual. El segon cicle estarà dedicat a l'aprofundiment i l'especialització en aquest àmbit, així com a la preparació per a l'exercici de les activitats professionals. Cada curs lectiu està organitzat en dos quadrimestres, els quals consten de 15 setmanes lectives.

La càrrega lectiva total de la llicenciatura és de 300 crèdits, entre teòrics i pràctics. El crèdit és la unitat de mesura de la càrrega acadèmica, i equival a 10 hores de classe. Els crèdits totals de la carrera estan distribuïts entre els diferents tipus d'assignatures i activitats de la següent manera:

PRIMER CICLE	CRÈDITS
Assignatures Troncals	78
Assignatures Obligatòries	66
Assignatures Optatives	0
Assignatures de Lliure Elecció	6
<i>Total</i>	<i>150</i>

SEGON CICLE	CRÈDITS
Assignatures Troncals	61,5
Assignatures Obligatòries	40,5
Assignatures Optatives	24
Assignatures de Lliure Elecció	24
<i>Total</i>	<i>150</i>

Les assignatures **Troncals** (TR) són aquelles que els estudiants han de cursar obligatòriament, i que corresponen a Matèries Troncals incloses a tots els plans d'estudis que condueixen al títol oficial de Comunicació Audiovisual.

Les assignatures **Obligatòries** (OB) són aquelles establertes discrecionalment per la Universitat, i que s'han de cursar de manera obligatòria per tots els estudiants. Conjuntament amb les assignatures troncales formen l'estructura bàsica de la titulació.

Les assignatures **Optatives** (OP) són les que permeten a l'estudiant especialitzar el seu currículum en algun dels itineraris previstos, en funció de les seves preferències i expectatives professionals.

Els crèdits de **Lliure Elecció** (LLE) permeten a l'estudiant configurar de manera flexible la seva formació, bé aprofundint en l'especialització o bé donant reconeixement acadèmic al desenvolupament d'altres activitats formatives.

Ordenació temporal de l'ensenyament

El quadre següent estableix l'ordre temporal en què es desenvoluparà l'ensenyament, així com el tipus d'assignatura i la càrrega lectiva de cadascuna d'elles.

SEGON CURS	crèdits
Anglès III	6
Llenguatges de la Comunicació	6
Mètodes d'Investigació en la Comunicació	6
Ta.i Estruct. de la Comunicació d'Empresa I	6
Ta.i Tècnica dels Mitjans Escrits II	6
Anglès IV	6
Disseny i Comunicació Gràfica	6
Documentació Informativa	6
Ta. i Estruct. de la Comunicació d'Empresa II	6
Ta. i Tècnica del Llenguatge Radiofònic	6
Ta. i Tècnica del Llenguatge Televisiu	6
Taller de Comunicació Gràfica	6
Lliure Elecció	6

TERCER CURS	crèdits
Estructura del Sistema Audiovisual I	4,5
Fonaments de Comunicació Digital	4,5
Narrativa Audiovisual i Multimedial	6
Taller de Fotografia	6
Taller d'Infografia	4,5
Estructura del Sistema Audiovisual II	4,5
Fonaments de Programació	6
Taller de Comunicació Interactiva I	6
Taller de Producció Audiovisual I	6
Teoria de la Imatge	6
Optatives	12
Lliure Elecció	12

QUART CURS	crèdits
Art Digital i Nous Mitjans	6
Producció i Direcció Multimèdia	6
Producció i Direcció Audiovisual	6
Règim Jurídic i Ètic de la Informació	4,5
Dret de la Comunicació i Societat	4,5
Taller de Producció Audiovisual II	6
Taller de Comunicació Interactiva II	6

Pràctiques en Empreses	9
Optatives	12
Lliure Elecció	12

Projecte Final de Carrera (PFC)

L'últim curs de la llicenciatura els i les alumnes realitzaran quatre assignatures agrupades de dues en dues que, a la pràctica, funcionen com dues assignatures anuals:

- Producció i Direcció Multimèdia / Taller de Producció Audiovisual II
- Producció i Direcció Audiovisual / Taller de Comunicació Interactiva II

Al llarg d'aquestes matèries els i les alumnes crearan dos projectes reals, un d'audiovisual i un altre multimèdia/interactiu, un dels quals serà avaluat a través d'un tribunal de professors. El projecte que triïn els i les alumnes serà considerat Projecte Final de Carrera de la titulació. El PFC té com a objectiu que l'estudiant desenvolupi un projecte acadèmic que, d'una banda, li permeti relacionar, desenvolupar i aplicar els coneixements apresos segons el pla d'estudis que ha cursat i que, de l'altra, plantegi aplicacions pràctiques a situacions reals, ficcions, dramatitzacions o reconstruccions.

En sentit ampli, el Projecte Final de Carrera inclou diverses fases: A) Proposta de PFC; B) Certificat d'aprovació de la proposta de PFC; C) Desenvolupament del projecte físic i de la memòria escrita; D) Dipòsit del PFC a Secretaria; E) Convocatòria del Tribunal d'Avaluació i F) Exposició i defensa de PFC davant del Tribunal.

Els professors responsables de les assignatures implicades comunicaran degudament les condicions i diferents etapes per superar el PFC.

Assignatures optatives

La Facultat oferirà als estudiants un ampli ventall d'assignatures optatives, que es correspondran als diferents itineraris d'especialització. A l'hora d'escollir quines assignatures optatives cursar, l'estudiant ha de considerar les seves preferències i expectatives professionals. Al primer cicle de la llicenciatura no hi ha assignatures optatives.

Itineraris recomanats d'Optatives i Lliures Eleccions

A l'hora de triar les assignatures optatives i de lliure elecció de la carrera convé tenir en compte els recorreguts definits en la titulació per a assolir uns coneixements més especialitzats.

Comunicació Audiovisual té dos grans recorreguts clarament identificables: el dels gèneres audiovisuals de format breu i el de multimèdia/interactiu.

Per a realitzar l'**itinerari audiovisual** en formats breus són recomanables les següents assignatures:

- Teoria i tècnica del videoclip
- Creació de formats televisius
- Producció per a dispositius mòbils
- Taller de producció documental
- Teoria i tècnica de l'espot
- Teoria i tècnica del tràiler

Dins del sector audiovisual el so té un protagonisme especial amb assignatures com Sistemes d'àudio digital, Bandes sonores o Taller de ràdio I i Taller avançat de ràdio.

Per a realitzar l'**itinerari multimèdia** són recomanables les següents assignatures:

- Teoria i tècnica del videojocs
- Taller de weblogs
- Infografia II
- Producció per a dispositius mòbils

Els crèdits de Lliure Elecció

Els crèdits de Lliure Elecció han de permetre a l'estudiant configurar de manera flexible el seu currículum, bé aprofundint en alguna de les especialitzacions o bé donant reconeixement acadèmic a altres activitats formatives que complementin la formació pròpia de la titulació.

Per completar el total de crèdits de lliure elecció previstos al pla d'estudis, l'estudiant pot triar d'entre les següents modalitats.

A. Cursant assignatures, que poden ser:

- I. Qualsevol altra assignatura optativa de la mateixa titulació
- II. Assignatures específiques de lliure elecció que la Facultat ofereix.
- III. Qualsevol altra assignatura de la resta de centres de la Universitat de Vic, sempre i quan el contingut no coincideixi en més d'un 20% amb assignatures cursades en la Llicenciatura de Comunicació Audiovisual.

B. Per reconeixement de crèdits per estudis acadèmics reglats de nivell universitari.

C. Per reconeixement de crèdits per altres activitats no reglades a nivell universitari. És la modalitat que permet reconèixer acadèmicament altres activitats formatives. L'estudiant ha de sol·licitar prèviament l'autorització, llevat dels casos en què el reconeixement ja estigui previst. Són activitats d'aquest tipus:

- I. Treballs acadèmicament dirigits, amb el vistiplau del coordinador de la titulació. Són treballs d'investigació que realitzen els estudiants sobre temes directament relacionats amb matèries del pla d'estudis, i que es realitzen supervisats per un professor del centre.
- II. Programes d'intercanvi universitari. Activitats realitzades en el marc de convenis signats entre universitats, centres de recerca o departaments.
- III. Cursos d'Idiomes que no siguin els que l'estudiant cursa com a obligatoris o optatius en la titulació, i que es realitzin a l'Escola d'Idiomes de la Universitat de Vic o en altres institucions amb les quals la UVic tingui signat conveni.
- IV. Cursos de la Universitat d'Estiu de la UVic.

El reconeixement de crèdits és el procediment administratiu que permet a l'estudiant incorporar la realització d'aquestes activitats al seu expedient acadèmic. No es tindran en compte les activitats que comportin un reconeixement inferior a un crèdit.

El crèdit europeu (ECTS)

Al proper curs 2007-08 la Facultat d'Empresa i Comunicació implantarà la metodologia del crèdit europeu (ECTS) a totes les assignatures de primer cicle de Comunicació Audiovisual (1r i 2n curs). És un intent d'aproximar el sistema docent establert fa temps arreu d'Europa als ensenyaments de la UVic, d'acord amb la convergència que estableix l'Espai Europeu d'Ensenyament Superior (EEES). És una metodologia nova que els professors explicaran degudament i que posteriorment, quan viatgeu a l'estranger per complementar els vostres estudis, trobareu a tot Europa.

Les tutories

La Facultat ofereix a tots els estudiants que comencen els estudis universitaris un servei de tutories que té per objectiu facilitar-los la integració a la dinàmica universitària. La Facultat assigna a cada estudiant un tutor, professor del centre, que l'assessora en els àmbits acadèmics, de futur professional i, si és el cas, personal. Òbviament, la utilització d'aquest servei és voluntari per part dels estudiants.

La Borsa de Treball

La Facultat disposa d'un servei de Borsa de Treball que canalitza les ofertes de llocs de treball que les empreses, institucions i organitzacions ens fan arribar, i selecciona els currículums més ajustats.

Notes:

- Per a tots els estudiants que esteu en disposició d'acabar els estudis, la Facultat celebra a cada convocatòria una sessió d'avaluació on s'analitzen conjuntament els resultats acadèmics. Òbviament, les qualificacions de tots els estudiants en aquestes circumstàncies no són públiques fins després de la sessió.
- Els alumnes que tenen pendent menys d'un 10% del total dels crèdits de la carrera, i que ja han cursat alguna vegada totes les assignatures de les quals es matriculen, tenen dret a una convocatòria extraordinària de totes les assignatures. Excepcionalment es podran acollir a la convocatòria extraordinària aquells estudiants a qui només falti una assignatura per acabar la carrera (exclòs PFC).

PROGRAMA DE LES ASSIGNATURES DE SEGON CURS

Teoria i Tècnica del Llenguatge Radiofònic

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

Dotar l'estudiant d'un coneixement horitzontal del mitjà tenint en compte la seva realitat canviant – factors gremials, socials, tecnològics– i apropar-nos alhora als punts clau que han anat configurant la seva història. Coneixerem els trets que defineixen el mitjà i ens adonarem de la presència de la ràdio en el dia dia de la societat del tombant de segle XXI.

CONTINGUT:

- 1.- EL llenguatge radiofònic
 - La ràdio com a mitjà i els seus elements sonors
- 2.- El llenguatge verbal
 - La veu humana
 - El ritme
 - Locució informativa
- 3.- La redacció radiofònica
 - Redacció informativa: la notícia
- 4.- Altres elements sonors
 - La música.
 - Els efectes sonors
 - El silenci
- 5.- El temps i la planificació sonora
 - Figures del muntatge radiofònic
 - El guió. Tipologia
- 6.- Les rutines productives a la ràdio
- 7.- Breu història de la ràdio
- 8.- Panoràmica de la ràdio actual
 - La programació radiofònica. Models i realitat
 - Les audiències i els nous líders

METODOLOGIA

L'assignatura consta de sessions teòriques on es treballaran els conceptes que s'aplicaran a les pràctiques setmanals: creació i locució de textos radiofònics. També s'analitzaran diferents productes radiofònics de les emissores catalanes i espanyoles.

Les pràctiques seran individuals o en grup, en funció del temari, i es duran a terme tant a l'estudi de ràdio com a les cabines habilitades per muntar el material sonor.

SISTEMA D'AVALUACIÓ

ra convocatòria: Avaluació continuada durant el curs.

- 70% pràctica: 30% pràctiques del curs i 40% pràctica final. Per poder realitzar la pràctica final els alumnes han hagut de fer totes les sessions pràctiques del curs.

- 30% teoria: 10% exercicis durant el curs i 20% examen teòric.

Per fer mitjana de teoria i pràctica, l'alumne haurà d'aconseguir a l'examen teòric una nota mínima de 4.

2a convocatòria:

- 70% pràctica individual

- 30% examen teòric

BIBLIOGRAFIA

Bàsica

Balsebre, A. (2000) *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Cátedra, col·lecció "Signo e Imagen".

Cebrián, M. (1992). *Géneros Informativos Audiovisuales*. Madrid: Ciencia 3.

Gutiérrez, M.; Perona, J.J. (2002) *Teoría y técnica del lenguaje radiofónico*. Barcelona: Bosch.

Huertas, Amparo; Perona, Juan J. (1999). *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*. Barcelona: Bosch.

Martí, J.M. (2000) De la idea a l'antena. Tècniques de programació radiofònica. Barcelona: Pòrtic. Col·lecció "Eines de periodistes" núm. 5.

Complementària

Balsebre, A. (2002) Historia de la radio en España (vol. II). Madrid: Cátedra, col·lecció "Signo e Imagen".

- (2006) *Los mitos de la publicidad radiofónica: estrategias de la comunicación publicitaria en la radio española*. Madrid: Cátedra.

Blanch, M. (1998) *Cómo se miden las audiencias en radio*. Barcelona: CIMS.

Catellanos, J.A. (2004) *Manual de pronunciación. Criteris i exercicis de locució*. Vic: Eumo Editorial.

Martí, J. M. (1990): *Modelos de programación radiofónica*. Barcelona: Feed-Back.

Martí, J.M. (director); Bonet, M.; Perona, J.J.; Salvador M. (1996): *La ràdio a Catalunya*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació. Generalitat de Catalunya.

Teoria i Estructura de la Comunicació d'Empresa I

CRÈDITS: 6

L'assignatura presenta la conceptualització del màrqueting i la publicitat moderna com un procés de comunicació particular, analitzant les diferents estratègies i els elements del model de comunicació aplicats a la comunicació publicitària.

CONTINGUTS:

Introducció al màrqueting, la comunicació i la publicitat
Definició de conceptes (màrqueting, comunicació, publicitat, propaganda, *publicity*, etc.)
Els efectes de la publicitat. Legislació publicitària
El sector publicitari
L'anunciant
El *briefing*
L'agència de publicitat i la central de compra de mitjans
La campanya publicitària
Els objectius publicitaris
El públic objectiu
El pressupost
L'estratègia creativa
L'estratègia de mitjans
Execució i avaluació de la campanya
Altres formes de comunicació / mitjans no convencionals
La promoció de vendes
El *merchandising* i el *packaging*
El patrocini i el mecenatge
El màrqueting directe

METODOLOGIA:

L'assignatura és teòrica en la seva major part però també pràctica i s'imparteix en modalitat presencial.

En les sessions de classe el professor explicarà els coneixements teòrics de cadascun dels temes, es comentaran exemples a l'aula i es faran breus exercicis de classe.

Hi haurà també unes sessions de classe, més dinàmiques, on es realitzaran un seguit de pràctiques en grup. En aquestes classes, el professor explicarà primer els conceptes bàsics que afecten a la pràctica i seguidament col·laborarà en el treball de grup que es vagi fent. Els estudiants que pel motiu que sigui el dia que es fa una d'aquestes pràctiques no hi puguin assistir, hauran de fer aquesta pràctica, de forma individual en hores de treball personal, després d'haver recuperat els conceptes bàsics explicats pel professor respecte el tema.

L'assignatura també contempla unes hores de treball dirigit o tutories on el professor es reunirà amb cada un dels grups del treball final de l'assignatura per a revisar els seus continguts i encaminar el seu desenvolupament.

Es recomana a l'alumnat que dediqui cada setmana unes hores de treball personal a aquesta assignatura per anar consolidant els coneixements adquirits en cadascun dels diferents temes. Aquest treball personal consistirà bàsicament en què l'alumne faci un repàs dels aspectes teòrics tractats a classe i comprovi si ha assimilat bé la matèria.

També es contemplen unes estones de treball personal en grup en el cas que les pràctiques realitzades a classe no s'hagin pogut finalitzar a l'aula.

Finalment, l'assignatura requereix també unes hores de treball personal en grup, fora de l'aula, per a la realització del treball final de l'assignatura.

AVALUACIÓ:

L'avaluació de l'assignatura pretén mesurar, per una banda, l'adquisició dels coneixements teòrics i, per l'altra, la capacitat per a portar-los a la pràctica. És per això que l'avaluació consta de dues parts, que caldrà aprovar per separat per a superar-la:

Part teòrica. Examen final: 60% de la nota final.

La matèria d'aquest examen ve configurada per tots els continguts que s'hauran explicat a classe, tant teòrics com pràctics i, de forma optativa, pels continguts del llibre de Lluís Bassat, *El Libro Rojo de la Publicidad*, de la bibliografia bàsica.

Part pràctica: 40% de la nota final.

En aquest apartat caldrà realitzar totes les pràctiques que es vagin enunciant al llarg del curs, i el treball final de l'assignatura, el contingut del qual s'explicarà el primer dia de classe.

Per aprovar l'assignatura cal tenir almenys un 5,00 de la part teòrica i almenys un 5,00 de la part pràctica.

BIBLIOGRAFIA:

Bibliografia bàsica:

Bassat, Lluís. *El libro rojo de la publicidad. Ideas que mueven montañas*. Barcelona: Plaza & Janés, 2002.

Bigné, J. Enrique. *Promoción comercial: Un enfoque integrado*. Madrid, ESIC, 2003

Castellblanque, Mariano. *Estructura de la actividad publicitaria*. Barcelona: Paidós, 2001.

Díez de Castro, Enrique Carlos y Martín Armario, Enrique. *Planificación publicitaria*. Piràmide, 1999.

García Uceda, Mariola. *Las claves de la publicidad*. Madrid: ESIC, 1999.

Herreros Arconada, Mario. *La publicitat. Fonaments de la comunicació publicitària*. Barcelona: Pòrtic, 2000.

Ortega, Enrique. *La comunicación publicitaria*. Madrid: Piràmide, 1997.

Bibliografia complementària:

Adam, J.M. i Bonhomme, M. *La argumentación publicitaria*, Madrid: Cátedra, 2000.

Benavides Delgado, Juan. *Lenguaje publicitario*, Madrid: Síntesis, 1997.

Costa, Joan. *Reinventar la publicidad*, Madrid: Fundesco, 1992.-

Díez de Castro, Enrique, et al. *Comunicaciones de Marketing*, Madrid: Piràmide, 2001.

Ferrés, Joan. *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona: Paidós, 1996.

González Marín, Juan Antonio. *Teoría General de la publicidad*, Madrid: Fondo de Cultura Económica, 1996.

León, José Luis. *Los efecos de la publicidad*. Barcelona: Ariel, 1996

Lucas Marín, Antonio. *La comunicación en la empresa y en las organizaciones*, Barcelona: Bosch, 1997.

Pérez Ruiz, Miguel Ángel. *Fundamentos de las estructuras de la publicidad*. Madrid: Síntesis, 1996.

Teoria i Estructura de la Comunicació d'Empresa II

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

Presentar als alumnes, de forma metòdica i estructurada, una visió global sobre les Relacions Públiques, introduint-los en els conceptes clau, la seva història, la terminologia pròpia, els elements distintius i les diferents tècniques de comunicació.

Donar a l'estudiant una perspectiva general de la pràctica de les Relacions Públiques: dels actors principals, departaments i agències, les seves funcions i estructures, així com en les característiques i particularitats dels professionals de les Relacions Públiques.

CONTINGUT:

1. El concepte de Relacions Públiques. El professional de Relacions Públiques.
2. Importància de les Relacions Públiques en l'empresa actual
3. Història de les Relacions Públiques
4. Opinió pública i opinió dels públics
5. Els públics a les Relacions Públiques
6. El Pla de Relacions Públiques
7. Activitats i tècniques més usuals de Relacions Públiques
8. El departament intern dintre de l'organigrama de l'empresa
9. Les agències de relacions públiques
10. Perspectives de futur de les RP

METODOLOGIA:

La metodologia bàsica de classe estarà basada en el plantejament de les qüestions generals del tema, la reflexió en grup a partir de lectures recomanades, i la realització d'exercicis lligant la teoria i la pràctica de les Relacions Públiques.

AVALUACIÓ:

Hi haurà diferents exercicis de classe.

Hi haurà un examen final de l'assignatura.

L'avaluació de l'assignatura constarà de diferents parts i s'ha d'aprovar cadascuna per separat. La qualificació final serà la mitjana entre la part teòrica i la part pràctica, sempre que s'hagin aprovat ambdues parts.

BIBLIOGRAFIA:

Cutlip, Scott; Center, Allen, i Broom, Glen: *Relaciones Públicas eficaces*, Barcelona: Gestió 2000, 2000.

Grunig, James, i Hunt, Todd: *Dirección de Relaciones Públicas*, Barcelona: Gestió 2000, 2000.

Harrison, Shirley: *Relaciones Públicas*, Madrid: Ites-Paraninfo, 2002.

Newsom, Doug; VanSlyke Turk, Judy, i Kruckeberg, Dean: *This is Public Relations*, Wadsworth, USA, 2000.

Pavlik, John: *La investigación en Relaciones Públicas*, Barcelona: Gestió 2000, 1999.

Seitel, Fraser: *Teoría y Práctica de las Relaciones Públicas*, Madrid: Prentice Hall, 2002.

Solano Fleta, Luis: *Tratado de Relaciones Públicas*, Barcelona: Gestió 2000, 1999.

Wilcox, Denis; Ault, Phillip; Agee Warren; i Cameron, Glen: *Relaciones Públicas*, Madrid: Addison Wesley, 2001

Xifra, Jordi: *Les Relacions Públiques, ciència del diàleg*, Girona: Universitat de Girona, 1999.

Xifra, Jordi: *Teories i models de les Relacions Públiques*, València: Edicions 3 i 4, 2000.

Mètodes d'Investigació en Comunicació

CRÈDITS: 6

DESCRIPCIÓ

El curs busca iniciar l'estudiant en el coneixement científic i en les bases epistemològiques de les ciències socials. S'intenta, a més, capacitar l'estudiant per a la planificació i l'execució d'investigacions en l'àmbit disciplinar de la comunicació social, aprofundint en el disseny d'un projecte de recerca i en el coneixement i l'ús efectiu de les estratègies i les tècniques d'obtenció de dades empíriques, mitjançant explicacions metodològiques, amb exemples reals i exercicis pràctics.

OBJECTIUS:

Iniciar l'estudiant en les bases epistemològiques de les ciències de la comunicació.

Capacitar-lo en l'anàlisi fonamentada i la valoració d'una recerca en el camp de les ciències de la comunicació.

Iniciar-lo en el coneixement i l'ús de les estratègies i les tècniques d'obtenció de dades empíriques usuals en la investigació de la comunicació social.

Capacitar-lo per a la planificació i l'execució d'investigacions en l'àmbit de la comunicació social.

CONTINGUTS:

1. Introducció: ciència i mètode.
 - 1.1. Bases epistemològiques de les ciències socials i de la comunicació.
 - 1.2. El mètode científic en ciències socials i de la comunicació.
 - 1.3. L'elaboració d'un projecte de recerca.
2. La formulació de la problemàtica.
 - 2.1. Les àrees d'investigació en comunicació.
 - 2.2. L'etapa exploratòria.
 - 2.3. La definició del tema i el problema de recerca.
 - 2.4. La justificació de l'aportació de la investigació.
 - 2.5. L'elaboració del marc teòric.
 - 2.6. La definició dels objectius.
 - 2.7. La definició d'hipòtesis.
3. El disseny de la investigació.
 - 3.1. L'operacionalització de conceptes: variables i indicadors.
 - 3.2. Principals estratègies de recerca.
 - 3.3. Principals tècniques d'obtenció de dades.
 - 3.4. Validesa i fiabilitat.
4. L'anàlisi de la informació.
 - 4.1. Principals mètodes i tècniques d'anàlisi de les dades.

AVALUACIÓ

Avaluació continuada. Combinació d'activitats en grup (exercicis pràctics més un treball final) i exercicis individuals.

METODOLOGIA

La metodologia docent combina les classes magistrals amb la realització d'activitats dirigides, exercicis pràctics, tutories personalitzades i treball autònom dels estudiants.

BIBLIOGRAFIA

- Bericat, E. *La integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social*. Significado y medida. Barcelona: Ariel, 1998.
- Brunet, I.; Pastor, I., i Belzunegui, A. *Tècniques d'investigació social. Fonaments epistemològics i metodològics*. Barcelona: Editorial Pòrtic, 2002.
- Bryman, A. *Social Research Methods*. Oxford: Oxford University Press, 2001.
- Chalmers, A. *¿Qué es esa cosa llamada ciencia?* Madrid: Siglo XXI, 2000.
- King, G.; Keohane, R. O.; Verba, S. *El diseño de la investigación social. La inferencia científica en los estudios cualitativos*. Madrid: Alianza Editorial, 2000.
- Quivy, R. i Campenhoudt, L. Van. *Manual de recerca en ciències socials*. Barcelona: Herder, 1997.
- Ruiz Olabuénaga, J. I.; Aristegui, I.; Melgosa, L. *Cómo elaborar un proyecto de investigación social*. Bilbao: Deusto, 2002.
- Soriano, J. *Lòfici de comunicòleg*. Vic: Eumo Editorial, 2007.

Anglès III

CRÈDITS: 6

DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

L'assignatura promou l'ús de la llengua anglesa en el context professional de l'àrea de comunicació audiovisual. El curs dona èmfasi a l'expressió escrita en llengua anglesa a nivell intermedi-avançat i al mateix temps introdueix el vocabulari i els conceptes específics a partir de situacions relacionades amb la comunicació audiovisual.

OBJECTIUS:

Els objectius que caldrà assolir durant el curs es concreten en els següents punts:

- a) Millorar la competència lingüística.
- b) Comunicar-se oralment tenint cura de la pronúncia.
- c) Adquirir habilitats lingüístiques per comprendre el llenguatge parlat tenint en compte les varietats dialectals de la llengua anglesa.
- d) Interpretar i produir textos escrits.
- e) Desenvolupar l'anàlisi i la discussió crítica sobre el paper del mitjans audiovisuals com a difusor de cultures i d'estereotips.

PROGRAMA:

Language contents:

1. Listening: students should be able to understand specific information of spoken exchanges without necessarily understanding every word.
2. Speaking: students will be introduced to a number of tasks which will involve them in usual situations of the audiovisual-work context. They will also be asked to give an oral presentation.
3. Reading: Students will be introduced to different types of texts. They will also be asked to read a book.
4. Writing. Students will be introduced to the text writing process: generation of ideas, focussing and structuring, drafting and reworking. Students will also be introduced to dictionary work.
5. Grammar and functions at upper intermediate level:
 - 5.1 Verb tenses.
 - 5.2 Modal verbs
 - 5.3 Infinitive and gerund
 - 5.4 Articles
 - 5.5 Nouns
 - 5.6 Connectors

AVALUACIÓ:

- Examen de gramàtica i vocabulari (20%)
- "Writing portfolio" (25%)
 - . Generating ideas: New York
 - . Focussing and structuring: a formal e-mail
 - . Focussing and structuring: Travelling by underground
 - . Drafting: Disappearance of an English Teacher
 - . Discussions: Smoking
 - . Discussions: You are what you wear
 - . Narratives: A horror story
 - . Descriptions: Somebody you know well

. Script Writing

- Exercici de doblatge (10%)
 - Prova de comprensió d'una lectura obligatòria (15%)
 - Presentació oral d'un tema a escollir amb el professor (10%)
 - Speaking test (10%)
 - Class speaking practice (10%)
-
- En el cas que l'estudiant no es presenti a alguna de les proves, la nota de la prova és 0.
 - Es farà la mitjana de les proves. Si la mitjana és 5 o superior, no caldrà fer l'examen final.
 - En el cas que l'estudiant no hagi assistit regularment a classe o que la mitjana de curs sigui inferior a 5, l'estudiant haurà de fer l'examen final durant el període d'exàmens de febrer (la data d'aquest examen es publicarà al Campus Virtual). Aquest examen final constarà d'una prova de comprensió oral, vocabulari, gramàtica, preguntes sobre una lectura obligatòria, un exercici d'expressió escrita i un exercici d'expressió oral opcional (l'estudiant que hagi de fer l'examen final podrà escollir entre guardar la nota de la prova d'expressió oral que ja haurà fet durant el curs o bé tornar a fer una altra prova).
 - En el cas de fer l'examen final, la nota de l'examen final serà la nota de l'assignatura.
 - A la segona convocatòria, l'estudiant haurà de demostrar haver assolit els continguts del curs. L'examen constarà d'un exercici de comprensió oral, vocabulari, gramàtica, preguntes sobre una lectura obligatòria, un exercici d'expressió escrita i una prova d'expressió oral obligatòria.

METODOLOGIA

La metodologia didàctica emprada es correspon a l'ensenyament-aprenentatge funcional d'una segona llengua. L'assignatura Anglès 3 s'impartirà segons la modalitat de crèdit europeu. L'estudiant disposarà d'un pla de treball que especificarà la programació temporal, les activitats i l'avaluació.

BIBLIOGRAFIA:

Obligatòria:

- Dossier de curs
- Llibre de gramàtica: Moutsou & Parker *Enter the world of Grammar Book 5* mmpublications
- Llibre de lectura: Ken Follet. *Whiteout*

Recomanada:

- Oxford Advanced Learners Dictionary*, O. U. P., 1992.
- Sinclair, J. Collins *English Language Cobuild*, Collins ELT, 1998.
- Macmillan Dictionary for Learners of English*, Macmillan, 2003
- Galimberti Jarman, B & Russell, R. (Eds), *The Oxford Spanish Dictionary*, O.U.P., 1994.
- Eastwood, J., *Oxford Practice Grammar and Practice*, O.U.P., 1995.
- Murphy, R., *English Grammar in Use*, C.U.P., 1994.
- Swan, M and Walter, K. *How English Works. A Grammar Practice Book (with answers)* O.U.P., 1997.

Anglès IV

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

L'objectiu general del curs és que l'estudiant sàpiga utilitzar la llengua anglesa en un context professional. El curs pretén millorar la competència comunicativa a nivell intermedi-avançat i al mateix temps introduir el vocabulari i conceptes específics a partir de situacions relacionades amb la comunicació audiovisual. Els objectius que caldrà assolir durant el curs es concreten en els següents punts:

- a) Millorar la competència lingüística.
- b) Comunicar-se oralment tenint cura de la pronúncia.
- c) Adquirir habilitats lingüístiques per comprendre el llenguatge parlat
- d) Interpretar i produir textos escrits.
- e) -Desenvolupar l'anàlisi i la discussió crítica sobre el paper del mitjans audiovisuals com a difusor de cultures i d'estereotips.

PROGRAMA:

Topics and areas of communication:

1. Pronunciation
2. Film techniques
3. Small talk
4. Building a conversation: dialogues and interview
5. Debates: giving opinion, agreeing and disagreeing and interrupting
6. Auditions
7. Radio programme

Language contents:

1. Listening: students should be able to understand specific information of spoken exchanges without necessarily understanding every word.
2. Speaking: students will be introduced to a number of tasks which will involve them in usual everyday life situations. They will also be asked to give a short comment on an article.
3. Reading: Students will be introduced to texts related to the above mentioned topics. They will also be asked to read an original book.
4. Writing: Different text types.
5. Grammar and functions at upper intermediate level.
 - 5.1 Gerunds and infinitives
 - 5.2 Passive voice
 - 5.3 Causative form
 - 5.4 Conditionals
 - 5.5 Unreal past/ would rather / had better
 - 5.6 Question forms
 - 5.7 Reported speech
 - 5.8 Participles
6. Functions at upper intermediate level:
 - Agreeing and disagreeing
 - Giving opinions
 - Interrupting and dealing with interruptions

AVALUACIÓ:

L'avaluació del curs serà continuada repartida en:

- Examen de gramàtica (20%). Per fer la mitjana amb les altres notes de curs s'haurà de superar amb una nota superior a 4.
- Prova de comprensió lectora (15%),
- Gravació d'un *Casting (Audition)* (15%),
- Presentació oral sobre "Film techniques" (15%)
- Gravació d'un "radio programme" (15%)
- Speaking test (20%). Constarà de "reading aloud", pronunciació i interacció oral.

En cas de suspendre la primera convocatòria de l'assignatura, a la segona convocatòria l'estudiant haurà de demostrar haver assolit el contingut del curs. El tipus d'examen es concretarà a l'inici de curs.

BIBLIOGRAFIA:

Obligatòria:

- Dossier de curs
- Llibre de lectura: *(Per concretar)*
- Llibre de gramàtica: Moutsou & Parker *Enter the world of Grammar Book 5* mmpublications

Recomanada:

- Diccionaris monolingües:

Oxford Advanced Learners Dictionary, O. U. P., 1992.

Sinclair, J. *Collins English Language Cobuild*, Collins ELT, 1998.

Macmillan Dictionary for Learners of English, Macmillan, 2003

- Diccionaris bilingües:

Galimberti Jarman, B & Russell, R. (Eds), *The Oxford Spanish Dictionary*, O.U.P., 1994.

- Gramàtiques:

Eastwood, J., *Oxford Practice Grammar and Practice*, O.U.P., 1995.

Fuchs, M. & Bonner, M. *Grammar Express with answers*. Longman

Murphy, R., *English Grammar in Use*, C.U.P., 1994.

Swan, M and Walter, K. *How English Works. A grammar practice book (with answers)* O.U.P., 1997.

Teoria i Tècnica dels Mitjans Escrits II

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

1. -Domini del llenguatge escrit informatiu i interpretatiu en els mitjans de comunicació en general
2. -Aprendre a escriure tot tipus de textos per a mitjans de comunicació amb especial atenció en els mitjans audiovisuals.
3. -Aprendre a tenir criteri periodístic i saber gestionar la informació d'actualitat o d'interès general
4. -Iniciació bàsica al sistema de producció de guions, especialment d'informatius i magazines radiofònics.

CONTINGUT:

1. Diferències bàsiques entre els gèneres informatius, interpretatius i d'opinió.
2. La notícia com a màxim exponent del gènere informatiu
3. El reportatge.
4. L'entrevista.
5. La crònica.
6. Els informatius de ràdio i televisió.
7. Els magazines.
8. Aproximació al documental.
9. Aproximació al guions de ficció.
10. Nous formats de periodisme emergent.

AVALUACIÓ:

El sistema d'avaluació es definirà a inici de curs per adaptar-lo a les exigències del nou crèdit europeu

BIBLIOGRAFIA:

- Grijelmo, Álex. *El estilo del periodista*. 11a edició, revisada i ampliada. Madrid: Taurus, 2003. (1a edició: 1997.)
- Hilliard, R. *Guionismo. Para radio, televisión y nuevos medios*. Madrid: International Thomson Editores, 2000.
- Martí, J.M. *De la idea a l'antena. Tècniques de programació radiofònica*. Barcelona: Portic, 2000.
- Vale, E. *Técnicas del guión para cine y televisión*. Barcelona: Gedisa, 1992.

Documentació Informativa

CRÈDITS: 6

L'objectiu general de la matèria és capacitar l'alumnat en les tècniques documentals més necessàries per desenvolupar-se en el món del periodisme. Més específicament, l'assignatura pretén exposar la metodologia per a l'ús dels sistemes d'informació (tradicionals i en línia) per tal que avancin en el domini de les fonts d'informació més aplicables al periodisme, la seva tipologia i rendibilitat informativa.

També és objectiu proporcionar les tècniques bàsiques del treball intel·lectual i científic i els hàbits de rigor i coherència que li són imprescindibles.

CONTINGUTS:

1. Introducció a la documentació. Conceptes bàsics. Conceptes d'informació, comunicació, coneixement, document, documentació. La societat de la informació i la societat del coneixement. La documentació com a eina a la base del coneixement.
2. La cadena documental
 - a. Anàlisi Documental
 - b. Llenguatges documentals
3. Les fonts d'informació
 - a. Concepte de font d'informació
 - b. Tipologia i credibilitat de les fonts
4. Gestió dels documents audiovisuals en els mitjans de comunicació
5. Elements del treball intel·lectual i científic
 - a. Les referències bibliogràfiques
 - b. Sistemes de citació
 - c. Ordenació de la bibliografia. Sumaris i índexs

METODOLOGIA:

S'alternaran les classes teòriques amb les sessions pràctiques. Les primeres oferiran als estudiants el marc de referència de cada tema i en les altres es podran familiaritzar amb la pràctica de la investigació, amb les fonts d'informació documentals i els recursos d'Internet.

A més, es proposaran a classe per complementar o ampliar les exposicions i també treballs individuals o en grup sobre aspectes concrets de la matèria. Puntualment es proposaran activitats i sessions especials.

AVALUACIÓ:

L'avaluació serà continuada i es basarà en els exercicis i treballs, l'assistència i la participació dels estudiants a classe. Hi haurà un examen final teòricopràctic global en acabar el quadrimestre (avaluació final).

La qualificació del curs recollirà ambdós conceptes, sempre que les notes dels exercicis o treballs i la nota de l'examen estiguin aprovades.

BIBLIOGRAFIA:

- Abadal, E. La documentació a l'era de la informació. Barcelona: UOC, 1998.
- Alcina Caudet, A.; Gamero Pérez, S. (eds.). La traducción Científico-Técnica y la Terminología en la Sociedad de la Información. Castelló de la Plana: Publicacions de la Universitat Jaume I, 2002.
- Cabré, M. T. «Terminología y Documentación». A: Gonzalo, C.; García, V. *Documentación, Terminología y Traducción*. Madrid: Síntesis; Fundación Duques de Soria, 2000. P. 31-43.
- Carreras, A. *Guía práctica para la elaboración de un trabajo científico*. Salamanca: Universidad de Salamanca, 1994.

- Carrizo, G.; Irureta-Goyena, P.; López De Quintana Sáenz, E. *Manual de fuentes de información*. Madrid: CEGAL, 1994.
- Cómo elaborar referencias bibliográficas. <http://bib.us.es/guias_old/referenciabib.asp> [Consulta: 1 febrer 2005].
- Cordón, J. A. «Fuentes de información bibliográfica al servicio del traductor». A: Pinto, M.; Cordón, J. A. *Técnicas documentales aplicadas a la Traducción*. Madrid: Síntesis, 1999. P. 69-81.
- Cordón, J. A.; López, J.; Vaquero, J. R. *Manual de búsqueda documental y práctica bibliográfica*. Madrid: Pirámide, 1999.
- Genescà, G.; Rigo, A. *Manual per a la presentació de tesis i tesines*. Vic: Eumo Editorial, 2000.
- Gonzalo, C.; García, V. *Documentación, Terminología y Traducción*. Madrid: Síntesis; Fundación Duques de Soria, 2000.
- Giménez Toledo, E. *Manual de Documentación para Comunicadores*. Pamplona: Eunsa, 2004.
- López-Yepes, L. (comp.). *Fundamentos de información y documentación*. Madrid: Eudema, 1998.
- Martín, A. *Fuentes de información general*. Gijón: Trea, 1995.
- Ortoll Espinet, Eva. *Competencia informacional para la actividad traductora*. Revista Tradumàtica: Traducció i Technologies de la Informació i la Comunicació , n. 2: La documentació novembre 2003. <<http://www.fti.uab.es/tradumatica/revista/>> [Consulta: 1 febrer 2005].
- Pinto Molina, María. *Documentación para la traducción en la Sociedad de la Información*. Coloquio de la Asociación Internacional de Bibliología. 2002. <<http://www.fundacionyuste.org/acciones/aeb/XV%20AIB2000/PINTO.PDF>> [Consulta: 1 febrer 2005].
- Slype, G. van. *Los lenguajes de indización: concepción, onstrucción y utilización en los sistemas documentales*. Salamanca: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1991.
- Tramullas, J.; Olvera, M. D. *Recuperación de la información enInternet*. Madrid: Ra-Ma, 2001.

Disseny i Comunicació Gràfica

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS

Es busca un coneixement teòric i una reflexió crítica del disseny gràfic, com component de la comunicació gràfica, des de les perspectives històrica, evolutiva i estètica. Es farà un especial èmfasi en que l'alumne conegui les principals concepcions i implicacions de la producció gràfica.

Coneixements:

Estimular la capacitat creativa, reflexiva, sentit crític i d'anàlisi de l'alumne de la problemàtica de la comunicació gràfica, particularment enfocada al coneixement i l'evolució del disseny gràfic.

Domini de la terminologia, la metodologia i les tècniques de la comunicació gràfica

Coneixement de les implicacions i les perceptives semiòtiques i estilístiques de la producció gràfica.

Habilitats:

Valoració i comprensió crítica del paper del disseny gràfic com materialització del missatge de la comunicació gràfica.

Conèixer les principals tendències històriques i estilístiques del disseny i les seves vinculacions amb algunes manifestacions artístiques.

Identificar i apreciar el llegat del llenguatge visual contemporani i la seva supremacia.

CONTINGUTS

1. Introducció al disseny

1.1 Una vella disputa: Disseny vs. Art.

1.2 Què és el disseny, què és un dissenyador gràfic

2. Imatge gràfica

2.1 Missatge visual

2.2 Sintaxi de la imatge gràfica: la composició, la representació.

2.3 Iconografia, simbologia, pictograma.

2.4 Identitat visual e imatge de marca.

2.4 La impremta. El principi Gutenberg. El tipus mòbil: model paradigmàtic i sintagmàtic.

2.5 Evolució de les tècniques de reproducció i impressió.

2.6 Introducció a la teoria del color

3. Suports i recursos

3.1 Introducció a l'escriptura: origen i evolució. L'alfabet.

3.2 La tipografia: origen i evolució. Família i estil tipogràfic.

3.3 El tipus: parts.

3.4 La "nova tipografia" de Jan Tschichold.

3.5 La compaginació. La retícula.

3.6 Relació Text vs. Imatge.

3.7 Problemes de llegibilitat i visibilitat.

3.8 El llibre, les publicacions periòdiques (el diari i la revista), el cartell, etc.

4. Implicacions estètiques del disseny

4.1 Breu introducció a l'estètica.

4.2 Ideal del "bon gust".

4.3 Noves categories estètiques? El *lleg*, el *kitsch*, la moda.

5. Escoles i tendències

5.1 Moviment *Arts & Crafts*.

5.2 -Evolució de les tendències artístiques contemporànies: Els "ismes". Les avantguardes del

segle XX a Europa i Espanya: Impressionisme, Futurisme, Surrealisme, Cubisme, Art Abstracte, Suprematisme, Dadaisme, Noucentisme, Evolucionistes, Pop-Art, etc.

5.3 La Bauhaus. Psicologia *gestàltica*, psicologia de la forma.

5.4 Els Suïssos: Desenvolupament de l'estil de *pal sec* i de la pedagogia del disseny

5.5 L'escola "Americana".

AVALUACIÓ

(cal aprovar totes les parts de l'avaluació, percentatges total=100%)

Examenes teòriques	40%
Lectures crítiques i exposició per grup	30%
Pràctiques classe	20%
Assistència a classe	10%

BIBLIOGRAFIA BÀSICA

Arden, Paul: *Usted puede ser lo bueno que quiera ser*, ed. Phaidon, 2005.

Arfuch, L; Chaves, N.; Ledesma, M.: *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos*, Paidós, Buenos Aires, 1997.

Balius, A.: *Type at work. Usos de la tipografía en diseño editorial*, Indexbook, Barcelona, 2003.

Blackwell, L.: *Tipografía del siglo XX*, Gustavo Gili, Barcelona, 1998.

Cerezo, J.M.: *Diseñadores en la nebulosa*, Biblioteca Nueva, Madrid, 1997.

Dondis, D. A.: *La sintaxis de la imagen*, GG Diseño, Barcelona, 15ª edición, 2002.

Fabris S., Germani R.: *Color, proyecto y estética en las artes gráficas*, ed. Edebé, 1973

Luidl, Philipp: *Tipografía básica*, Campgràfic, Valencia, 2004.

Martín, J.; Mas, M.: *Manual de tipografía. Del plomo a la era digital*, Campgràfic, Valencia, 2002.

McLuhan, Marshall: *El medio es el mensaje*, ed. Piados Studio, 1988.

Müller-Brockmann: *Historia de la comunicación visual*, GG Diseño, Barcelona, 1998

Müller, Lars: *Hommage to a typeface*, Lars Müller Publisher, 2002.

Munari, Bruno: *Diseño y comunicación visual*, GG Diseño, Barcelona, 1996.

Murphy John y Michael Rowe: *Cómo diseñar marcas y logotipos*. GG, Barcelona, 1989

Norman, Donald A.: *El diseño emocional*, ed. Piados Transiciones, 2005.

Pericot, J.: *Disseny i Comunicació*, Elisava Edicions, Barcelona, 2000.

Potter, N.: *Qué es un diseñador: objetos, lugares, mensajes*, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1999.

Ramón-Cortés, Ferran: *La isla de los cinco faros, un recorrido por las claves de la comunicación*, ed. RBA, 2005.

Satué, Enric: *El diseño gráfico en España*, Alianza Editorial, Madrid, 1997.

Satué, Enric: *El diseño gráfico*, Alianza Editorial, Madrid, 2002.

West, Suzanne: *Cuestión de estilo. Los enfoques tradicional y moderno en maquetación y tipografía*, ACKPublish, Madrid, 1991.

Wong, Wucius: *Fundamentos del diseño bi-y tridimensional*, GG Diseño, Barcelona, 1981.

Teoria i Tècnica del Llenguatge Televisiu

CRÈDITS: 6

DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

L'assignatura està pensada per adquirir els coneixements sobre narrativa i llenguatge audiovisual, i introduir l'alumne en el procés videogràfic, cinematogràfic i televisiu.

A partir de la síntesi necessària entre teoria i pràctica, es desenvolupa la ideació, producció i realització de diferents peces audiovisuals, posant en joc els mètodes, els processos i les competències dels diferents perfils professionals.

OBJECTIUS

Adquirir una base teòrica i metodològica per a la ideació i realització de formats audiovisuals.

Conèixer les similituds entre el llenguatge cinematogràfic i el televisiu.

Identificar les habilitats personals en el mitjà.

Assimilar els procediments del treball en equip.

CONTINGUTS

- Aspectes fonamentals del llenguatge i la narrativa audiovisual.
 - El temps i l'espai, el·lipsis i transicions, del pla a l'escena i a la seqüència, el camp i el fora camp, tipologia i valor dels plans i els moviments, l'eix d'acció, la continuïtat i el raccord. La tradició cinematogràfica.
- La realització discontinua.
 - Operativa de càmera. Els formats de vídeo.
- La composició i la posada en escena.
 - Fonaments de la direcció d'art, la direcció de fotografia i la direcció musical.
- Qualitats, aportacions i característiques del so.
 - Tractament del so directe i de la postproducció de so.
- Qualitats, aportacions i característiques de la llum.
 - La il·luminació bàsica de la figura humana. Tractament de la llum a plató. Control de la llum natural.
- Aspectes fonamentals en la ideació del guió de ficció cinematogràfic.
 - Els gèneres i el mercat. Tipologies de guions i mètodes de treball. Pautes per l'adaptació de la literatura al cinema.
- Bases històriques i conceptes del muntatge.
 - Autors i estils. La postproducció digital. Edició bàsica amb el programa Final Cut.
- Mètodes per a la realització televisiva i la direcció cinematogràfica.
 - Tipus de realitzadors i directors. Mètodes segons els formats. La realització contínua amb multicàmera. Possibilitats de la direcció d'actors. Autors i estils. Realització d'una escena de ficció amb multicàmera.
- Mètodes de la producció televisiva i la producció cinematogràfica.
 - Organització i gestió d'un equip. Treball amb equips de vídeo, televisius i cinematogràfics.
- Possibilitats creatives dels continguts i formats (cinema d'autor, formats online, televisió digital).

METODOLOGIA

L'assignatura combina continguts teòrics i pràctics en paral·lel. A mida que s'assimila la vessant teòrica, es dona valor als aspectes creatius, tècnics i de procediment.

S'analitzen tots els treballs i es comenten a l'aula o de forma tutoritzada.

- A. exercicis individuals a l'aula amb equipaments tecnològics
- B. exercicis en equip a l'aula amb equipaments tecnològics
- C. exercicis en equip fora de l'aula
- D. exercicis en equip fora de l'aula amb equipaments tecnològics
- E. lectura i anàlisi
- F. visionat i anàlisi
- G. presentacions en públic
- H. proves de coneixements
- I. participació

Es porten a terme tres treballs de curs formant equips segons els perfils professionals necessaris.

Producció, realització i edició d'un vídeo d'encàrrec

Idea, guió, producció, direcció i edició d'un curtmetratge de ficció de 3 minuts.

Escaleta, producció i realització a plató d'una escena de ficció televisiva.

AVALUACIÓ

Avaluació general

- Valoració personalitzada dels exercicis pràctics individuals i en equip: 50%.
Presentacions, vídeo d'encàrrec, curtmetratge, ficció televisiva.
- Valoració personalitzada dels coneixements: 30%.
Proves de coneixements i lectures.
- Valoració de les capacitats procedimentals de l'alumne en activitats a classe (presa de decisions, ús de recursos, organització del temps, etc): 10%.
Presentacions, vídeo d'encàrrec, curtmetratge, ficció televisiva.
- Valoració d'actituds personals (creativitat, interacció amb l'equip, responsabilitat, etc.): 10%.
Presentacions, vídeo d'encàrrec, curtmetratge, ficció televisiva.

BIBLIOGRAFIA

De lectura obligatòria

Federico Fernández Díez, José Martínez Abadía. *Manual Básico de Lenguaje y Narrativa Audiovisual*. Barcelona: Paidós. Papeles de Comunicación, 1999.

Federico Fernández Díez, José Martínez Abadía. *La dirección de producción para cine y televisión*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1994.

De referència

Barroso García, Jaime, *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis, 1996.

Caine, Michael. *Actuando para el cine*. Madrid: Plot Ediciones, 2003.

Cooper, Pat; Dancyger, Ken. *El guión de cortometraje*. Madrid: IORTV, 2002.

Ettegui, Peter. *Diseño de producción & dirección artística*. Barcelona: Océano, 2001.

Guifreu, Josep. *El meu país. Narratives i combats per la identitat*. Barcelona: Pagès Editors, 2001.

Jullier, Laurent. *El sonido en el cine*. Barcelona: Ed. Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma", 2007.

Loiseleux, Jacques. *La luz en el cine*. Barcelona: Ed. Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma", 2005.

Manzano Espinosa, Cristina. *La adaptación como metamorfosis. Transferencias entre el cine y la literatura*. Madrid: Fragua, 2008.

McKee, Robert. *El Guión*. Barcelona: Alba Editorial, 2002.

Millerson, Gerard, *Técnicas de realización y producción el televisión*. Madrid: IORTV, 1990.

Mirallas, Alberto. *La dirección de actores en cine*. Madrid: Cátedra, 2000.

- Montiel, Alejandro. *Teorías del cine*. España: Montesinos, 1992.
- Pinel, Vincent. *El montaje. El espacio y el tiempo del film*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma", 2004.
- Truffaut, François. *El cine según Hitchcock*. Madrid: Alianza Editorial, 1974.
- Sartori, Giovanni. *Homovideos. La sociedad teledirigida*. Madrid: Santillana, 1998.
- Siety, Emmanuel. *El plano*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma". 2004.
- Vilches, Lorenzo. *La televisión. Los efectos del bien y del mal*. Barcelona: Paidós, 1993.

Taller de Comunicació Gràfica

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

Conèixer els camps d'aplicació del disseny gràfic i el seu destacat paper dins de la comunicació visual. Introducció a una metodologia i cultura projectual.

Considerem bàsics el coneixement de una correcta aplicació del entorn digital com a eina de treball per al desenvolupament de diferents tipologies de resposta segons les necessitats comunicatives, en definitiva familiaritzar l'estudiant amb el funcionament de la màquina i programes d'edició del disseny gràfic acceptats com a norma professional: Freehand i Photoshop

Cerquem, a més a més, que l'estudiant arribi a conèixer amb cert sentit crític, las bases perceptives, compositives, de color i tipogràfiques que concorden a una peça de comunicació visual i, finalment i no menys important, estimular les seves capacitats creatives amb pràctiques properes a la seva futura dedicació professional

CONTINGUT:

1. Introducció a la cultura de la visualització de la informació.
 - . Disseny gràfic i comunicació.
 - . Metodologia i procés del disseny gràfic. Tipologies de disseny en funció de l'emissor i els públics receptors
 - . Conceptualització.
1. Fonaments del Disseny Gràfic.
 - a. Imatge
 - . Teoria de la percepció. Gestalt.
 - . Elements bàsics. Punt-línia-contorn-...-moviment.
 - . Figura i fons
 - . Arquitectura gràfica, lleis bàsiques.
 - . Unitat. Ritme. Equilibri.
 - . Nivells visuals (representatius, abstractes, simbolisme)
 - . Elements compositius (espai-forma, signe, tensions, ...)
 - . Tècniques de composició visual
 - b. Tipografia.
 - . Tipografia bàsica (reconeixement i bon ús)
 - . Composició tipogràfica (inèrnia, interlletratge, lecturabilitat, llegibilitat, caixes...)
 - c. Color
 - . Síntesi substractiva.
 - . Síntesi additiva.
 - . Teoria i percepció del color.
2. Tècniques de captació/impressió:
 - . Escàner
 - . Impressió
3. Àmbits de treball:
 - . Disseny audiovisual

METODOLOGIA:

Les diferents tipologies d'exercici que es realitzaran seran tres: exercicis de mimesi, de referència i creatius/de composició. Simultanejarem les classes teòriques amb les pràctiques i potenciarem l'exposició pública per part de l'estudiant del seu treball per fomentar un entorn semblant al del seu futur

professional i l'encoratjarem a enfortir les seves idees o propostes creatives. Finalment volem oferir una dinàmica de treball clarament orientada al futur professional de l'estudiant, potenciant conceptes com responsabilitat, "timings", acceptació i anàlisi de "briefings"...

AVALUACIÓ:

L'avaluació d'aquesta assignatura consta dels següents apartats:

Treballs pràctics realitzats en els tallers de l'assignatura: 60%. És obligatòria la presentació de totes les propostes plantejades.

És obligada també l'entrega d'un treball final, que recull i amplifica totes les variables de comunicació plantejades durant el curs, amb una clara intenció de comunicació pràctica.

Examen final (tipus text + comentari escrit), sobre els aspectes teòrics plantejats durant el curs: 40%.

Es valorarà positivament l'assistència a les classes, l'entrega puntual dels treballs així com la seva correcta presentació.

Les diferents parts de l'assignatura s'han d'aprovar cadascuna per separat. La qualificació final serà la mitjana entre les diferents avaluacions, sempre que s'hagin aprovat totes les parts.

BIBLIOGRAFIA:

Bann, D.; *Manual de producción para Artes Gráficas*, Madrid: Tellus, 1988.

Cerezo, J.M.; *Diseñadores en la nebulosa*, Madrid: Biblioteca Nueva, 1999.

Chaves, N.; *Diseño y comunicación*, Barcelona: Paidós, 1997.

Dondis, D.; *La sintaxis de la imagen*, Barcelona: Gustavo Gili, 2002.

Fuenmayor, E.; *Ratón, ratón...*, Barcelona: Gustavo Gili, 1996.

Martin, E.; *La composición en artes gráficas* (I i II), Madrid: Don Bosco, 1998.

Müller-Brockmann, J.; *Historia de la comunicación visual*, Mèxic: Gustavo Gili, 1998.

Munari, B.; *Diseño y comunicación visual, contribución a una metodología didáctica*, Barcelona: Gustavo Gili, 1985.

Powell, D.; *Técnicas de presentación*, Madrid: Turson & Herman Blume, 1991.

Rom, J.; *Els fonaments del Disseny Gràfic*, Barcelona: Trípodos, 2002.

Manuale dels principals programes informàtics. Freehand/Photoshop (Anaya, McGraw Hill...).

Llenguatges de la Comunicació

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

El curs Llenguatges de la Comunicació té per objectiu principal que l'estudiant *s'apropi de les reflexions teòriques de la semiòtica com a eina de treball professional*. Per tal d'assolir aquest objectiu s'introduirà l'estudiant en els principals models teòrics –generatiu, interpretatiu, narratiu, etc. La segona part del curs es dedicarà a l'aplicació dels models teòrics a diferents tipus de llenguatges (cinema, còmic, televisió, ràdio, etc.) i discurs (publicitari, polític, etc.).

CONTINGUT:

1. Els llenguatges i la mirada semiòtica
 - Introducció a la “mirada” semiòtica
 - Ubicació històrica i epistemològica
2. De la lingüística a la semiologia
 - Ferdinand De Saussure i la lingüística estructural
 - La semiòtica interpretativa de Charles S. Peirce
 - Roland Barthes i el projecte semiològic
3. Narrativa: dels contes folklòrics a les narracions dels mitjans
 - Vladimir Propp i la recerca narrativa
 - Les funcions narratives
4. Semiòtica generativa: models teòrics i aplicacions
 - Algirdas Greimas i l'Escola de París
 - Nivells i generació del significat
 - Aplicacions pràctiques del model de A. Greimas
5. Semiòtica interpretativa: models teòrics i aplicacions
 - Umberto Eco i la semiòtica interpretativa
 - Món possible i semiosi il·limitada
6. Semiòtica de la cultura
 - Mijail Bajtin: diàleg i enunciació
 - Iurii Lotman i la semiòtica de la cultura
7. Semiòtica en acció: mètodes i exemples d'anàlisi
 - Semiòtica de la ràdio
 - Semiòtica de la imatge
 - Semiòtica de la televisió
 - Semiòtica del discurs polític
 - Semiòtica del discurs informatiu
 - Semiòtica del discurs publicitari
 - Semiòtica del còmic
 - Semiòtica del cine
 - Semiòtica del videoclip
 - Semiòtica de les interaccions digitals
 - Semiòtica del videojoc
 - Semiòtica del xat
8. Conclusions
 - La semiòtica i la pràctica professional

METODOLOGIA:

L'ensenyament privilegia l'aprenentatge de processos com: definir, justificar, comparar, reconèixer, etc. Els instruments didàctics inclouen guies de lectura, dinàmiques en grup, exercicis de contacte amb la realitat proposats per reconèixer marques de racionalitat en una determinada situació i altres treballs personals i en grup pensats per exercitar els diferents processos d'aprenentatge. Es tractarà sempre d'exemplificar cada unitat amb anàlisis de productes comunicatius.

AVALUACIÓ:

Treballs pràctics: Durant el curs es realitzaran treballs pràctics i exposicions (50% de la nota final). Examen de final de curs sobre el contingut de l'assignatura amb un valor total equivalent al 50% de la nota final.

L'avaluació constarà de diferents parts, i s'haurà d'aprovar cada una per separat. La qualificació final de l'assignatura serà la mitjana entre la part teòrica i la part pràctica, sempre que s'hagin aprovat totes les parts.

BIBLIOGRAFIA:

- Casetti, Francesco – Di Chio, Federico. “Cómo analizar un film” (Cap. 6 “El análisis de la comunicación”) Paidós, Barcelona, 1991
- Eco, Umberto. “Sis passejades pels boscos de la ficció”, Barcelona Destino, 1997 (ed. Cast. “Seis paseos por los bosques narrativos” Barcelona, Lumen, 1997)
- Eugeni, Ruggero – Bittanti, Matteo. “Sim-Biosis. Di-simulando The Sims” en revista DeSignis número 5 Gedisa, Barcelona, 2004
- Fabbri, Paolo. Entrevista de Xavier Ruiz Collantes, Quaderns del CAC: Número 15, Barcelona, Enero-abril 2003
- Farré, Marcela. “El noticiero como mundo posible” (Cap. 1 – “El discurso informativo en la neotelevisión”), La Crujía, Buenos Aires, 2004
- Fernández, J.L. “Los lenguajes de la radio” (Cap. 1 - “La especificidad discursiva de la radio”), Atuel, Buenos Aires, 2004
- Floch, Jean-Marie. “Semiótica, Marketing y comunicación” (Introducción “Fuera del texto no hay salvación”), Paidós, Barcelona, 1993
- Fratlicelli, Damián. “Nuevos chats en la red” en DeSignis número 5, Gedisa, Barcelona, 2004
- Joly, Martine. “Introducción al análisis de la imagen”, Biblioteca de la mirada, Buenos Aires, 1999
- Mc Cloud, Scott. “Cómo se hace un cómic el arte invisible”, Ediciones B, Barcelona, 1995
- Pozzato, Ma. Pia. “El análisis del texto y la cultura de masas en la socio-semiética” en Grandi, R. “Texto y contexto en los medios de comunicación”, Bosch, Barcelona, 1995
- Scolari, Carlos. “Hacer clic. Hacia una semiótica de las interacciones digitales” en DeSignis número 5, Gedisa, Barcelona, 2004
- Seldeño Valdellós, A. María. “Lenguaje del videoclip” (cap. 4 – “Lo específico del videoclip”), Universidad de Málaga, Málaga, s/d
- Semprini, Andrea. “El marketing de la marca. Una aproximación semiótica” (“La gestión de la marca” y “El mapping semiótico de los valores de consumo”), Paidós, Barcelona, 1995
- Verón, Eliseo. “El cuerpo de las imágenes” (Cap. 1 – “El living y sus dobles. Arquitecturas de la pantalla chica”), Norma, Buenos Aires, 2001
- Verón, Eliseo. “La palabra adversativa” en AAVV “El discurso político”, Hachette, Buenos Aires, 1987
- Vittadini, Nicoletta. “Mediar el diálogo. Interfaces y comunicación mediada por computadora” en DeSignis número 5, Gedisa, Barcelona, 2004

ASSIGNATURES DE LLIURE ELECCIÓ DE SEGON CURS

Expressió Oral i Comunicació No Verbal

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS

Conèixer les característiques i els recursos del llenguatge oral formal i del llenguatge no verbal i la relació de complementació que hi ha entre tots dos codis.

Saber utilitzar la tècnica d'aquests dos llenguatges, oral formal i no verbal, com a eina de relació eficaç en el món de la comunicació.

CONTINGUT

1. L'oralitat. La situació comunicativa i la variació lingüística: què, a qui, per què, on, quan, com
2. La llengua oral formal i l'exposició oral formal:
 - 2.1 El contingut: el tema, el receptor, l'objectiu
 - 2.2 La forma: la posada en escena. La implicació personal, el compromís. Recursos de captació de l'atenció i l'interès. L'inici i el final. El material audiovisual complementari
 - 2.3 La preparació i l'assaig. Instruments d'autoavaluació
3. Les emocions: la por, els nervis
4. La veu: volum i entonació; la pausa
5. El llenguatge verbal: fluïdesa, progressió de la informació/repeticions; la improvisació
6. El llenguatge no verbal: l'entorn i l'espai personal; la postura; l'aparença; la gesticulació, les expressions facials, la conducta visual

METODOLOGIA

L'assignatura es treballa a partir de lectures, síntesis de textos, discussions, exposicions orals, observació i anàlisi de comunicadors, autoobservacions i autoanàlisis, improvisacions, descripcions i narracions orals i activitats de lectura en veu alta. Es fan pràctiques individuals i en grup i es combinen sessions de classe, sessions de treball dirigit i tutories, en diversos espais de la Facultat.

AVALUACIÓ

L'avaluació de la matèria és continuada durant el quadrimestre: la nota final de l'assignatura és la nota mitjana de tots els exercicis del curs. S'entén per 'exercicis del curs' tant una pràctica concreta d'exposició oral o un exercici per escrit com la participació i la intervenció qualitativa en les diverses activitats orals de discussió.

Aquest sistema d'avaluació substitueix l'examen únic corresponent a cada convocatòria d'examen de l'assignatura.

BIBLIOGRAFIA

- Ailes, Roger; Kraushar, Jon. *Tú eres el mensaje. La comunicación a través de los gestos, la imagen y las palabras*. Trad. De Mariela Orozco. Barcelona: Paidós, 2001. [Original: You are the Message. Secrets of the Master communicators, 1988.]
- Bruguera, Jordi. *Diccionari ortogràfic i de pronúncia*. Barcelona: Enciclopèdia Catalana, 1990.
- Cassany, Daniel. *La cuina de l'escriptura*. Barcelona: Empúries, 1993.
- Castellanos i Vila, Josep Anton. *Manual de pronunciació. Criteris i exercicis de locució*. Vic: Eumo Editorial, 2004.

- Coromina, Eusebi. «El llenguatge eficaç». A: Camps, Anna (coord.). *Context i aprenentatge de la llengua escrita*. Barcelona: Barcanova, 1994, pàg. 153-174.
- Coromina, Eusebi; Casacuberta, Xavier; Quintana, Dolors. *El treball de recerca. Procés d'elaboració, memòria escrita, exposició oral i recursos*. Vic: Eumo Editorial, 2000, pàg. 102 a 112 (4.10 La bibliografia: 4.10.1 Presentació formal i 4.10.2 Referències bibliogràfiques).
- Davis, Flora. *La comunicación no verbal*. 4a reimpr. Trad. Lita Mourglie. Madrid: Alianza Editorial, 2002. [Or.: Inside Intuition-What we know about Non-Verbal Communication, 1971.]
- James, Judi. *El lenguaje corporal. Proyectar una imagen positiva*. Trad. Lucrecia Silva Lezama. Barcelona: Paidós, 2003. [Or.: Bodytalk. The skills of positive image, 1995.]
- Knapp, Mark L. *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. 7a ed. Trad. Marco Aurelio Galmarini. Barcelona: Paidós Comunicación, 2001. [Or.: Essentials of nonverbal communication, 1980.]
- Martí i Castell, Joan; Mestres i Serra, Josep M. (curadors). *L'oralitat i els mitjans de comunicació*. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans, 2003.
- Paloma, David; Rico, Albert. *Diccionari de pronunciació en català*. Barcelona: Edicions 62, 2000.
- Rubio, Joana; Puigpelat, Francesc. *Com parlar bé en públic*. Barcelona: Pòrtic, 2000.

Història del Cinema (Opt)

CRÈDITS: 6

Aquesta assignatura proposa una aproximació a la història del cinema posant l'èmfasi en l'evolució cronològica, en l'evolució estètica i en el vocabulari bàsic del llenguatge cinematogràfic. És una assignatura teòrica i pràctica (es visionen un gran nombre de fragments de pel·lícules).

Es pretén que l'alumnat sàpiga relacionar el cinema amb el context polític, social i econòmic corresponent, que conegui el vocabulari bàsic del llenguatge cinematogràfic i que sàpiga comentar de manera crítica un producte cinematogràfic.

CONTINGUTS DEL PROGRAMA

Tema 1: Inicis del cinema

- 1.1. Pioners
- 1.2. Indústria nord-americana fins al 1930. Hollywood Clàssic. Star System
- 1.3. Cinematografies europees fins al 1930

Tema 2: Edat d'Or de Hollywood:

- 2.1. Cinema sonor
- 2.2. Grans estudis
- 2.3. Gèneres

Tema 3: Cinematografies nacionals fins 1945

- 3.1. Gran Bretanya, França, Itàlia, Alemanya i URSS
- 3.2. Cinematografies orientals

Tema 4: Cinema durant la Segona Guerra Mundial: propaganda

- 4.1. Els països implicats en la Segona Guerra Mundial

Tema 5: Cinema de la postguerra

- 5.1. Neorealisme italià
- 5.2. Hollywood (autòctons i exiliats)
- 5.3. Altres cinematografies:

Tema 6: Nouvelle Vague i les seves influències

- 6.1. França: Nouvelle Vague
- 6.2. Gran Bretanya: Free Cinema
- 6.3. Japó: Nuberu Bagu
- 6.4. Itàlia
- 6.5. Llatinoamèrica
- 6.6. Europa de l'Est

Tema 7: Hollywood i l'era de la televisió: la renovació

- 7.1. Hollywood i la renovació

Tema 8: Cinema a partir de 1970

- 8.1. Alemanya: Neue Kino
- 8.2. La resta de cinematografies
- 8.3. Indústria nord-americana

Tema 9: Cap al cinema del segle XXI. La revolució digital

- 9.1. Iran
- 9.2. Austràlia i Nova Zelanda
- 9.3. Indústria nord-americana
- 9.4. La revolució digital
- 9.5. Dogma i cinema europeu
- 9.6. Nou cinema asiàtic

- 9.7. Consolidació del cinema africà
- 9.8. Ressorgiment del cinema llatinoamericà

AVALUACIÓ

	(cal aprovar totes les parts de l'avaluació)	Percentatges (total=100)
Examen teòric final	Sí	45
Examen pràctic final	Sí	20
Treballs pràctics	Sí	20
Exercicis de classe	No	
Assistència a classe	Sí	15

BIBLIOGRAFIA BÀSICA

- Agee, J. *Escritos sobre cine*. Paidós, Barcelona, 2001
- Alonso Barahona, F. *Antropología del cine*. Centro de Investigaciones Literarias Españolas e Hispano-americanas, Barcelona, 1992
- Artaud, A. *El cine*. Alianza, Madrid, 1973
- Bazin, A. *¿Qué es el cine?*. Rialp, Madrid, 1990
- Bordwell, D.-Staiger, J.-Thompson, K. *El cine clásico de Hollywood*. Paidós, Barcelona, 1996
- Carmona, R. *Cómo se comenta un texto fílmico*. Cátedra, Madrid, 1991
- Caparrós, J.M. *El cine de los años 70*. Eunsa, Pamplona 1976
- Coma, J.-Guarner, J.L. *Historia del cine americano*. Laertes, Barcelona, 1993 (3 Vols.)
- Cousins, M. *Historia del cine*. Blume, Barcelona, 2005
- Elena, A. *Los cines periféricos*. Paidós, Barcelona, 1999
- Gomery, D. *Hollywood, el sistema de los estudios*. Verdoux, Madrid, 1999
- Gubern, R. *Historia del cine*. Lumen, Barcelona, 1979 (2 vols.)
- Juncosa, X.-Romaguera, J. *El cinema. Art i tècnica del segle XX*. Pòrtic, Barcelona, 1997.
- Monterde, J.E.-Riambau, E.-Torreiro, C. *Los nuevos cines europeos, 1955-1970*. Lerna, Barcelona, 1987
- Quintana, A. *El cine italiano, 1942-1961*. Paidós, Barcelona, 1997
- Pasolini, P.P.- Rohmer, E. *Cine de poesía contra cine de prosa*. Anagrama, Barcelona, 1976
- Peña-Ardid, C. *Literatura y cine*. Cátedra, Madrid, 1992
- Pérez, M. *Diccionario dels mitjans audiovisuals*. Eumo Editorial, Barcelona, 1995
- Porter, M.-González, P. *Las claves de la Historia del cine*. Barcelona, 1986
- Sadoul, G. *Història del cine mundial*. Siglo XXI, Madrid, 1994
- Sklovski, V. *Cine y lenguaje*. Anagrama, Barcelona, 1971
- Stam, R. *Teorías del cine*. Paidós, Barcelona 2001
- Tavernier, B.-Coursodon, J-P. *50 años de cine norteamericano*. Akal, Madrid, 1997
- Diversos Autores. *Historia general del cine*. Cátedra, Madrid (12 vols.)

Història de la Publicitat i de les Relacions Públiques (LLE)

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

L'objectiu és conèixer l'evolució històrica de la Publicitat i les Relacions Públiques des dels seus orígens fins l'actualitat.

S'analitzen les diferents etapes històriques, les tendències, els corrents i les seves manifestacions.

CONTINGUTS:

Història de la publicitat

- Prehistòria de la Publicitat
- La Revolució Industrial i l'origen de la publicitat
- La Publicitat entre dues guerres
- L'expansió de la publicitat: l'era del consum
- La publicitat a Espanya

Història de les RRPP

- Història de les RRPP als EUA
- Història de les RRPP a Europa
- Història de les RRPP a Espanya

METODOLOGIA:

L'assignatura, tot i tenint una part teòrica important per tal de que els conceptes s'adquireixin correctament, és principalment una matèria molt pràctica que s'imparteix en modalitat presencial.

En les sessions de classe és on el professor explica els coneixements teòrics de cadascun dels diferents temes per poder posteriorment resoldre els casos pràctics corresponents. La transmissió d'aquest coneixements teòrics estaran dirigits a tot el grup.

En les hores de treball dirigit es resolen els casos pràctics dels diferents temes per tal de complementar i assentar els coneixements propis de la matèria. Val a dir, que per aquest exercicis el professor explicarà el plantejament i el camí a seguir per resoldre els diferents exercicis a nivell individual o bé en grup.

Els instruments didàctics inclouen lectures recomanades, exposició de casos, dinàmiques de grup i exercicis que enllaçaran els aspectes teòrics i pràctics.

AVALUACIÓ:

L'avaluació constarà de diferents parts, i s'haurà d'aprovar cada una per separat. La qualificació final de l'assignatura serà la mitjana entre la part teòrica i la part pràctica, sempre i quan s'hagin aprovat totes les parts.

Avaluació continua a través de exercicis pràctics (50% de la nota final).

Examen de final de curs sobre el contingut teòric de l'assignatura (50% de la nota final).

BIBLIOGRAFIA:

Publicitat:

Crowley, D.; Heyer, P., *La comunicació en la història*, Editorial Bosch, Barcelona, 1997.

Eguizábal Maza, R. *Historia de la Publicidad*, Editorial Eresma y Celeste, Madrid, 1998.

Faura, F. *Historia de la publicidad*. Producciones Editoriales. Barcelona. 1976

Gutiérrez Espada, *Historia de los medios audiovisuales (desde 1926)*. *Radio y televisión*, Pirámide, Madrid, 1982

Herreros, M. *La Publicitat. Fonaments de la comunicació publicitària*. Pòrtic Media. Barcelona 1995.
Mattelart, A. *La publicidad*, Barcelona, Paidós, 1991.
Puig J.J. *Cinco mil años de historia del comercio y la publicidad*, Editorial Rosal Jai, Barcelona, 1996.
Qualter, T.H. *Publicidad y democracia en la sociedad de masas*, Barcelona, Paidós, 1994.

Relacions Públiques:

Noguero, A. (1995): *La función social de las Relaciones Públicas: Historia, teoría y marco legal*. ESRP-EIB, Barcelona.
Barquero, José Daniel; Barquero, Mario (1996) *El libro de oro de las Relaciones Públicas*. Ediciones Gestión 2000. Barcelona.

PROGRAMA DE LES ASSIGNATURES DE TERCER CURS

Fonaments de la Comunicació Digital

CRÈDITS: 4,5

OBJECTIUS:

El curs Fonaments de Comunicació Digital té per objectiu principal que l'estudiant *s'apropi de les reflexions teòriques de la comunicació digital com a eina de treball professional*. Per tal d'assolir aquest objectiu s'introduirà l'estudiant en els principals coneixements teòrics del sector digital -interfícies, hipertextos, cibercultures, etc.-. La segona part del curs es dedicarà a la realització d'un projecte de comunicació digital.

CONTINGUT:

1. Hipertextos

- Vannevar Bush i la utopia hipertextual
- Douglas Engelbart entre interfícies i interaccions.
- Ted Nelson i el sistema Xanadu
- Hipertext i literatura
- Tim Berners Lee i la creació de la WWW
- Anàlisi d'estructures hipertextuals: infoarquitectura

2. Interfícies

- Del paper al còdex
- La galàxia Gutenberg
- Del paper a la pantalla
- Evolució de les interfícies digitals
- Introducció a l'usabilitat
- Visualització de l'informació
- Anàlisi de les interfícies: usabilitat

3. Interaccions

- Interacció persona-ordinador
- Models d'interacció

4. La nova web

- Tecnologies col·laboratives
- Blocs, wikis i altres sistemes de la "web 2.0"

5. Projecte digital

METODOLOGIA:

L'ensenyament privilegia l'aprenentatge de processos com: definir, justificar, comparar, reconèixer, etc. Els instruments didàctics inclouen guies de lectura, dinàmiques en grup, exercicis de contacte amb la realitat proposats per reconèixer marques de racionalitat en una determinada situació i altres treballs personals i en grup pensats per exercitar els diferents processos d'aprenentatge. Es tractarà sempre de exemplificar cada unitat amb anàlisis de productes comunicatius propers al argument de la assignatura (Internet, cd-rom, etc.)

AVALUACIÓ:

Treballs pràctics: Durant el curs es realitzaran treballs pràctics i exposicions (50 % de la nota final)

Examen de final de curs sobre el contingut de l'assignatura amb un valor tota equivalent al 50 % de la nota final.

L'avaluació constarà de diferents parts, i s'haurà d'aprovar cada una per separat. La qualificació final de l'assignatura serà la mitjana entre la part teòrica i la part pràctica, sempre i quan s'hagin aprovat totes les parts.

BIBLIOGRAFIA:

- Bettetini, G.; Colombo, F. (ed.) *Las nuevas tecnologías de la comunicación*, Barcelona: Paidós, 1995.
- Bolter, J.; Grusin, R. *Remediation. Understanding New Media*, Massachusetts: The MIT Press, 2000.
- Castells, Manuel *La Galaxia Internet*, Barcelona: Areté, 2001.
- Eisenstein, E. *La revolución de la imprenta en la edad moderna europea*, Madrid: Akal, 1994.
- Landow, G. *Hipertexto: la convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*, Barcelona: Paidós, 1995.
- Landow, G. *Teoría del Hipertexto*, Barcelona: Paidós, 1997.
- Laurel, B. (ed.) *The art of Human-computer interface design*, New York: Addison-Wesley, 1989.
- Lévy, P. *La Cibercultura, el segon diluvi?*, Barcelona: Edicions de la Universitat Oberta de Catalunya, Proa, 1998.
- McLuhan, M. *La Galaxia Gutenberg*, Barcelona: Galaxia Gutenberg, 1998.
- McLuhan, M. *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*, Barcelona: Paidós, 1996.
- Nelson, T. *Holm Literary Machines 90.1*, 1990.
- Nielsen, J. *Usabilidad. Diseño de sitios Web*, Prentice Hall, Madrid, 2000
- Norman, D. *The Design Of Everyday Things*, New York: Doubleday, 1990.
- Piscitelli, A. *Ciberculturas*, Buenos Aires: Paidós, 1997.
- Piscitelli, A. *Internet, la imprenta del siglo XXI*, Barcelona: Gedisa, 2005.
- Rheingold, H. *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*, Barcelona: Gedisa, 1996.
- Rheingold, H. *Multitudes inteligentes*, Barcelona: Gedisa, 2004.
- Scolari, C.: *Hacer Clic*, Barcelona: Gedisa, 2004.
- Schneiderman, B. *Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction*, Massachusetts: Addison-Wesley, 1998.
- Winograd, T. *Bringing design to software*, New York: Addison Wesley, 1996.

Taller de Producció Audiovisual I

CRÈDITS: 6

DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA:

L'assignatura Taller de Producció Audiovisual I permet treballar amb eines que faciliten la tasca de la producció audiovisual, des del seu plantejament, disseny de producció fins la realització.

OBJECTIUS:

Generar dinàmiques de treball en equip en la producció i realització de programes televisius.

Conèixer el procés de creació d'una producció audiovisual en totes les seves fases.

Capacitar l'alumnat en la creació de productes televisius d'entreteniment.

CONTINGUT:

0. Introducció conceptual

- La imatge televisiva i cinematogràfica
- Producció televisiva i cinematogràfica

1. Disseny de la producció

- Producció executiva
- Preproducció, producció i postproducció
- La creació del guió. De la idea a la producció
- El desglossament del guió i el pla de producció
- El pressupost de producció: element de previsió i control
- Finançament

2. Direcció d'actors

- La construcció dels personatges
- La dicció i entonació dels diàlegs
- Actor's studio
- Els vectors

3. L'art en l'audiovisual

- Estructura, personatges
- El concepte espai-temporal

4. Rodatge i finalització del projecte

- Organització del rodatge i control de l'enregistrament
- El muntatge/edició
- La sonorització

METODOLOGIA:

Per assolir els coneixements del temari combinarem tres tipus de classe:

1. Les de base teòrica

2. Les pràctiques a classe amb suport de visionat i anàlisi de programes televisius, seqüències cinematogràfiques, espots..., relacionades amb aspectes de gramàtica audiovisual i pràctiques de l'alumnat.

3. Pràctiques amb equips tècnics: coneixement d'equips i pràctiques de rodatge discontinu amb una sola càmera i continu a multicàmera.

AVALUACIÓ:

L'avaluació és continuada i presencial. Per superar l'assignatura cal haver fet un seguiment continuat del curs (tant de les sessions pràctiques com teòriques), amb un mínim del 80% d'assistència.

1. Creació i realització producció AV
a plató (entrevista i magazine) 50%
2. Exercicis teòrics 15%
3. Examen teòric 35%

BIBLIOGRAFIA

Bàsica

- BARROSO, Jaime (1988) *Introducción a la realización televisiva*. IORTV: Madrid
 —(1996) *Realización de los géneros televisivos*. Síntesis: Madrid
 CABEZÓN, Luis A. i GÓMEZ, Félix (2004, 3a ed.) *La producción cinematográfica*. Cátedra: Madrid.
 COMPARATO, Doc (1992) *De la creación al guión*. IORTV: Madrid
 FERNÁNDEZ, Federico i MARTÍNEZ, José (1999) *La dirección de producción para cine y televisión*. Editorial Paidós: Barcelona.
 MARCOS, Ma. del Mar (2009) *Elementos estéticos del cine. Manual de dirección cinematográfica*. Ed. Fragua: Madrid.
 RABIGER, Michel (1994) *Dirección de cine y vídeo*. Focal-IORTV: Madrid
 SÁINZ, Miguel (1994) *Manual básico de la producción en televisión*. IORTV: Madrid.
 ZETTL, Herbert (1999) *Manual de Producción de Televisión*. Paraninfo: Madrid.

Complementària

- BORDWELL, David i THOMPSON, Kristin (1995) *El arte cinematográfico*. Paidós: Barcelona
 CEBRIÁN HERREROS, Mariano (2004) *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*. Gesida: Barcelona
 DAYAN, D. i KATZ, E. (1990) *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos*. Gustavo Gili: Barcelona
 DIMAGGIO, Madeline (1990) *Escribir para televisión*. Paidós: Barcelona
 FERNÁNDEZ, Federico i MARTÍNEZ, José (1999) *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Editorial Paidós: Barcelona.
 HERRERO, R. i GARCÍA SERRANO, F. (1987) *Los procesos de producción de series argumentales*. RTVE: Madrid
 MILLERSON, Gerald (2002) *Técnicas de Realización y Producción en Televisión*. IORTV. Madrid.
 SOLER, Llorenç (1998) *La realización de documentales y reportajes para la televisión*. Editorial Cims: Barcelona.
 VANOYE, Francis (1996) *Guiones modelo y modelos de guión. Argumentos clásicos y modernos en el cine*. Editorial Paidós: Barcelona
 ZUNZUNEGUI, Santos (1998) *Pensar la imagen*. Cátedra-Universidad del País Vasco: Madrid

Taller de Comunicació Interactiva I

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

Introducció a la producció multimedial per a internet mitjançant l'ús de programes informàtics d'*editing* (Dreamweaver) i d'animació interactiva (Flash). Aplicació dels coneixements desenvolupats a l'assignatura Fonaments de Comunicació Digital.

CONTINGUT:

1. Introducció a Internet: aspectes bàsics de les tecnologies i aplicacions web. (4h)
2. -Flux de treball en el desenvolupament web (aplicat al projecte dels alumnes) (2h d'introducció. 1h a la setmana de seguiment)
3. Fonaments bàsics de Dreamweaver MX (4h)
4. Text. Vinculacions (2h)
5. Objectes multimedia: visuals (2h)
6. Disseny intermedi (I) (2h)
7. Objectes multimedia: dinàmics (2h)
8. Objectes multimèdia: sonors (2h)
9. Programació intermèdia (I) (2h)
10. Disseny intermedi (II) (2h)
11. Disseny avançat (2h)
12. Programació intermèdia (II) (2h)
13. Posant-t'ho tot on-line (2h)
14. Introducció a Flash (2h)

METODOLOGIA:

L'assignatura tindrà dos eixos d'avaluació en paral·lel. Per a aprovar el curs, caldrà aprovar les dues àrees. D'una banda, el treball final en grup i de l'altra els dos exercicis pràctics individuals sobre l'eina Macromedia Dreamweaver i un breu examen sobre conceptes teòrics vistos al curs. En cas d'aprovar tan sols una de les parts, caldrà recuperar l'avaluació corresponent. Si se suspèn el treball final, caldrà refer-lo en forma grupal. En qualsevol cas, la suspensió de qualsevol de les dues avaluacions sol·licitades significarà la suspensió del curs i la repetició de les proves no superades.

Respecte al treball final en grup, es valorarà:

20%: Un disseny d'interfície efectiu i de qualitat, segons les pautes dictades en el curs. Respecte envers les normes d'usabilitat web.

15%: Utilització apropiada del programari après en el curs.

15%: Continguts de valor afegit i una arquitectura de la informació adient als objectius comunicació. Coherència general del producte.

AVALUACIÓ:

Examens Pràctics obligatoris (2): 30%

Examen teòric: 20 %

Projecte final en grup: 50%

BIBLIOGRAFIA:

Towers, J. Tarin, *Macromedia Dreamweaver MX para Windows y Macintosh*, Prentice Hall, ISBN: 0-201-84445-1 (2003).

Antonio Fernández-Coca, *Producción y diseño gráfico para la World Wide Web*, Papeles de comunicación

– Paidós.

Jakob Nielsen, Marie Tahir, *Usabilidad de páginas de inicio. Análisis de 50 sitios Web*, Prentice Hall.

Paul Kahn; Krzysztof Lenk, *Mapas de sitios web*, Index Book.

King, Andrew B., *Optimización de sitios web*, ISBN: 84-415-1579-4, Diseño y Creatividad, Anaya Multimedia.

Christine Annwn Page, *Macromedia Dreamweaver MX 2004 : Training from the Source* (3rd Edition) Macromedia Press, ISBN: 0321219198

Garro Green; Abigail Rudner, *Macromedia Dreamweaver MX Hands-On Training*, Peachpit Press, ISBN: 0321112717

Andrew, Rachel, *Dreamweaver MX dinámico*, Anaya Multimedia, ISBN: 84-415-1512-3 (2003)

Laura Gutman, *Extensiones Dreamweaver MX*, Prentice Hall.

Juan Carlos Orós Cabello, *Diseño de páginas Web interactivas con Javascript y CSS*, Ra-Ma.

Castro, Elizabeth, *HTML con XHTML y CSS*, ISBN: 84-415-1533-6, Diseño y Creatividad, Anaya Multimedia.

Jesús Bobadilla Sancho, *Html dinámico: Asp y Javascript a través de ejemplos*, Ra-Ma.

O'Reilly, Tim. 2005. *What Is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. O'Reilly Network.

<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>

Pardo Kuklinski, Hugo; Scolari, Carlos. 2006. *Web 2.0. Caos conceptual y nuevos mitos en el discurso ciber-cultural*. IX Congreso IBERCOM. Universidad de Sevilla.

<http://alojamientos.us.es/cibercom/scolariCarlos.php>

Teoria de la Imatge

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

S'aborda la problemàtica de la imatge des de múltiples perspectives. Es busca conèixer cadascuna de les seves implicacions des de la psicologia de la percepció, la història de l'art i la semiòtica. Per això es necessari estudiar com és el processament de la informació visual de la imatge, qual són las implicacions teòriques i conceptuals de la imatge, es pot parlar de un llenguatge de la imatge? També, s'aborda les postures, les complexitats i la filosofia de la imatge, i les diferents formes de representació, reproducció i expressió.

CONTINGUT:

1. Procés de percepció de la imatge:
 - La percepció.
 - Sensació i percepció. Percepció i cognició
 - La percepció com processament d'informació. La visió. Psicofísica visual
 - Un exemple: les il·lusions òptiques
2. Introducció a l'estudi de la imatge
 - Teories de la imatge
 - Què es una imatge. Conceptes i fonaments de les teories de la imatge
 - La perspectiva artificial en la imatge bidimensional
 - Enquadrament com a punt de vista
3. Formes i tècniques de representació de la imatge
 - Evolució de la tècnica de representació
 - Paradigmes de la imatge: prefotografia, fotografia, postfotografia
 - Imatge fixa: La pintura, el còmic, la fotografia, la imatge publicitària i periodística
 - Imatge fixa vs. imatge en moviment. Imatge aïllada vs. imatge seqüencial.
 - Noves imatges: hologràfiques, sintètiques, etc.
 - Imatge i temporalitat
 - Imatges representativa i referencial.

AVALUACIÓ:

Exàmens parcials	40%
Lectures analítiques (assaig)	30%
Exposicions per grups	20%
Assistència a classe	10%

BIBLIOGRAFIA:

- Aparici , Garcia Matilla, Valdivia Santiago, 1992: *La imagen*, UNED, Madrid
- Aumont Jacques, 1992: *La imagen*, Paidòs, Barcelona
- Barthes Roland, 1992: *Lo obvio y lo obtuso*, Paidòs, Barcelona
- Benjamin Walter, 1983: *Obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*, Edicions 62, Barcelona
- Berger John, 2000: *Modos de ver*, GG, Barcelona
- Gauthier Guy, 1996: *Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido*, Cátedra, Madrid
- Gombrich E.H., 2002: *Arte e ilusión*, Debate, Madrid
- Gubert Román, 2004: *Patologías de la imagen*, Anagrama, Barcelona
- Joly Martine, 2003: *La interpretación de la imagen: entre memoria, estereotipo y seducción*, Paidòs Ibérica, Barcelona

- Navarro Güere Héctor, 1995: *La percepción en el arte cinético. 3 artistas venezolanos*, Fundación Carlos Eduardo Frías. Colección Canícula, n. 7. Caracas
- Prendes Espinosa María, 1998: *El lenguaje de la imagen*, DM, Murcia
- Puig Arnau, 1979: *Sociología de las formas*, GG, Barcelona
- Santaella Lucia y Nöth Winfried, 2003: *Imagen: comunicación, semiótica y medios*, Reichenberger, Basilea
- Tausk Petr, 1978: *Historia de la fotografía en el siglo XX*, GG, Barcelona
- Van Leeuwen, Theo; Jewitt, Carey, 2001: *Handbook of Visual Analysis*, SAGE Publicacions, Londres
- Villafañe Justo, 2003: *Introducción a la teoría de la imagen*, Pirámide, Madrid
- Vitta Mauricio, 2003: *El sistema de las imágenes*, Paidòs, Barcelona
- Zunzunegui Santos, 2003: *Pensar la imagen*, Cátedra/Universidad del País Vasco, Madrid

Estructura del Sistema Audiovisual I

CRÈDITS: 4,5

DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA:

L'assignatura permet conèixer i analitzar la situació actual de la indústria cultural internacional, així com la catalana i espanyola. Es treballaran conceptes i teories per tal de plantejar-nos el sistema comunicatiu actual, la seva influència economicopolítica, així com la teoria chomskiana del pensament únic actual.

OBJECTIUS:

L'assignatura té com a objectiu formar l'alumnat en les bases de l'economia i les regles de funcionament de les empreses mediàtiques, amb especial atenció a l'evolució i situació actual del sistema de grups multimedial internacional, però també el català i l'espanyol.

CONTINGUT:

1. Indústries culturals

- Concepte d'empresa mediàtica
- Desenvolupament
- Polítiques culturals
- Models d'estructuració mediàtica
- Els mitjans de comunicació: de la transnacionalització fins la globalització
- Nacionalització, internacionalització i globalització de la indústria audiovisual

2. Història contemporània de la comunicació

- La premsa: formació dels primers grups fins a la digitalització
- La televisió: concentració, internacionalització del producte
- Situació actual del servei públic
- La ràdio: oligopoli i expansió internacional
- Nous suports (DAB i ràdio digital)
- El cinema: situació de mercat
- Sector discogràfic
- Context internacional
- Pirateria
- Música a la xarxa
- El videojoc
- Oferta nacional i internacional

3. La identitat en la comunicació global

- La identitat cultural mediàtica a Europa. Els grups audiovisuals europeus
- La teoria del pensament únic

4. El futur dels mitjans de comunicació

- Indústries emergents (tecnocultura)
- Convergència i multimèdia
- Comunicació global: integració i desenvolupament

METODOLOGIA:

Els coneixements de l'assignatura es poden seguir a través dels apunts i articles treballats a classe, així com de les classes pràctiques (exposicions i debats). L'assignatura, a banda, treballarà amb pràctiques individuals i en grup. La metodologia del curs que s'impartirà està orientada per seguir una avaluació continuada.

AVALUACIÓ

L'avaluació és continuada i presencial.

Treballs analítics 50%

Seminari de lectures 40%

Sessions tutorials 10%

BIBLIOGRAFIA

Bàsica

Bustamante, Enrique (1998) *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa

(2002) *Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa.

Chomsky, Noam; Ramonet, Ignacio (1995) *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria.

Díaz Nosty, Bernardo (Dtor.) (2006) *Tendencias 2006. Medios de Comunicación. El año de la televisión*. Ed. Fundación Telefónica.

Gillmor, Dan (2004) *We the Media*. California: O'Reilly.

Herman, Edward S.; Mcchesney, Robert (1999) *Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*. Madrid: Cátedra.

Informe de la Comunicació a Catalunya. Incom, UAB.

Thompson, John B. (1997, 2^a Ed.) *Los media y la posmodernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

Complementària

Flichy, P (1982) *Las multinacionales del audiovisual. Por un análisis económico de los media*. Barcelona: Gustavo Gili

Frattini, E.; Colías, Y. (1996) *Tiburones de la comunicación. Grandes líderes de los grupos multimedia*. Madrid: Pirámide (Grandes nombres).

Levis, Diego (1997) *Los videojuegos, un fenómeno de masas*. Barcelona: Paidós (Papeles de Comunicación 17).

McLuhan, Marshall (1996) *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós Comunicación.

McQuail, Denis (1992) *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.

Miguel, J. C. (1993) *Los grupos multimedia*. Barcelona: Bosch.

Reig, Ramón (1998) *Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial*. Barcelona: Paidós (Papeles de Comunicación 17).

Estructura del Sistema Audiovisual II

CRÈDITS: 4,5

OBJECTIUS:

Conèixer l'interès del sistema audiovisual espanyol pels diferents gèneres i formats audiovisuals i les tendències audiovisuals que enriqueixen la nostra oferta programàtica.

CONTINGUTS:

1. Introducció
 - 1.1. De la concentració mediàtica a la globalització de continguts audiovisuals
 - 1.2. Expansió tecnicocomunicativa
2. La nova comunicació audiovisual
 - 2.1. Transformacions en el discurs audiovisual
 - 2.2. Xarxes globals de comunicació
 - 2.3. Els efectes de la nova comunicació audiovisual
3. Els serveis interactius
 - 3.1. Els nous serveis: cap a la reconversió digital
 - 3.2. El model multitemàtic
 - 3.3. La creació de la identitat de canals
4. Els gèneres audiovisuals: els camps temàtics
 - 4.1. Acumulació de continguts
 - 4.2. Diversificació de canals segons la seva especialització temàtica
5. Principals sectors audiovisuals davant la nova era de la digitalització
 - 5.1. La televisió: multiplicació de canals
 - 5.2. La ràdio
 - 5.3. Les noves tecnologies: Internet
 - 5.3.1. VOD: Video on demand
 - 5.3.2. Videojocs
6. Anàlisi de contingut audiovisual
 - 6.1. Anàlisi de contingut
 - 6.2. Anàlisi textual
7. Els gèneres audiovisuals
 - 7.1. Definició de "gènere" audiovisual
 - 7.2. La crisi dels gèneres
 - 7.3. Tipologia de programes
 - 7.3.1. Dramàtics o ficció narrativa
 - 7.3.2. Informatius
 - 7.3.3. Especials
 - 7.3.4. Esportius
 - 7.3.5. Documentals
 - 7.4. Anàlisi d'alguns exemples
8. Els formats audiovisuals
 - 8.1. Definició
 - 8.1.1 Reality Show i Talk Show
 - 8.1.3 Game
 - 8.1.4 Magazine
 - 8.1.5 Humor
 - 8.2. Anàlisi d'alguns exemples: 'Gran Hermano'

METODOLOGIA:

Per assolir els coneixements del temari combinarem tres tipus de classe:

- Les de base teòrica
- Les pràctiques a classe amb suport de visionat i anàlisi de programes/espais
- Treball d'anàlisi d'espais audiovisuals en equips. Aquest treball està pensat perquè l'alumnat elabori una visió crítica davant els diferents projectes audiovisuals que consumeix habitualment.

AVALUACIÓ:

Treball de curs: 30%

Examen teòric: 70%

Per superar l'assignatura cal aprovar aquestes DUES parts.

BIBLIOGRAFIA

- Albederich, Jordi; Roig, Antoni (Coord.) (2005) *Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*. Editorial UOC: Barcelona.
- Barroso, Jaime (1996) *Realización de los géneros televisivos*. Editorial Síntesis: Madrid.
- Bettetini, Gianfranco (1986) *La conversación audiovisual*. Cátedra Signo e Imagen: Madrid.
- Bustamante, Enrique (Coord.) (2002) *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*. Gedisa: Barcelona.
- (2003) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Gedisa: Barcelona.
- Bustamante, Enrique; Zallo, Ramón (Coords.) (1988) *Las industrias culturales en España. Grupos multimedia y transnacionales*. Akal: Madrid.
- Casetti, Francesco; Chio (di), Federico (1999) *Análisis de la Televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Paidós: Barcelona.
- Cebrián Herreros, Mariano (2004) *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Paidós Ibérica: Barcelona.
- Eco, Umberto (1986) *La estrategia de la ilusión*. Editorial Lumen: Barcelona.
- Franquet, Rosa; Larrègola, Gemma (eds.) (1999) *Comunicació a l'era digital*. Societat Catalana de Comunicació: Barcelona.
- González Requena, Jesús (1988) *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Ediciones Cátedra: Madrid.
- Herman, Edwar S.; Mcchesney, Robert W. (1997) *Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*. Ed. Cátedra: Madrid.
- Morley, David (1996) *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Amorrortu Editores: Buenos Aires.
- Pérez de Silva, Javier (2000) *La televisión ha muerto: la nueva producción audiovisual en la era de Internet: la tercera revolución industrial*. Gedisa: Barcelona.
- Saló, Gloria (2003) *¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*. Gedisa: Barcelona.

Taller de Fotografia

CRÈDITS: 6

L'assignatura és una primera aproximació al món de la fotografia des d'un punt de vista tant teòric com pràctic: des de la composició de les imatges fins a la seva realització i posterior postproducció.

Taller d'Infografia

CRÈDITS: 4,5

OBJECTIUS:

Capacitar l'estudiant per entendre i crear infografies per a publicacions periòdiques utilitzant tots els recursos gràfics del disseny.

El programa proporciona els coneixements teòrics i pràctics inherents al desenvolupament del disseny periodístic destacant el tractament dels gràfics informatius estàtics i dinàmics com a noves formes expressives dels mitjans informatius.

CONTINGUT:

1. Introducció a la Infografia

- Història
- Descripció
- Funció de la infografia en la premsa
- Nova disciplina periodística
- La tecnologia al servei de la infografia
- L'infografista

2. Disseny de la informació i procés infogràfic

- El compromís informatiu
- La documentació
- El lloc dels fets i els testimonis
- L'esbós i l'Storyboard
- L'equilibri entre la funció i la forma
- El periodista-infografista
- Treball en grup

3. Elements infogràfics

- La figura humana
- L'infomapa
- La representació geogràfica
- La megainfografia
- Diagrames i icones
- Eines visuals de suport
- Gràfics en moviment

4. Variables gràfiques

- Infografia hardnews i softnews
- Tendències
- La il·lustració com a recurs infogràfic

- La fotografia com a recurs infogràfic
- Tipografia, Color i Coherència
- Introducció a la infografia on-line i les seves possibilitats

METODOLOGIA:

L'ensenyament privilegia l'aprenentatge dels següents coneixements:

- Conèixer i analitzar la importància de la infografia
- Controlar el procés en la realització d'una infografia
- Conèixer les eines tècniques i recursos gràfics per a la creació d'una Infografia
- Crear infografies enfocades a publicacions periòdiques impreses
- Dominar recursos gràfics per a la seva realització mitjançant eines informàtiques adequades.

AVALUACIÓ:

Treballs pràctics: Durant el curs es realitzaran treballs pràctics (6 % de la nota final)

Examen de final de curs amb un valor total equivalent al 40% de la nota final.

BIBLIOGRAFIA:

- Nigel Holmes, *The Best in Diagrammatic Graphics*, Rotovision (March 1, 1994), ISBN: 0823063054
- Paul Mijksenaar, *Una introducció al Diseño de la información*, Mèxic: GG.
- Trevor Bounford, *Diagramas digitales Cómo diseñar y presentar información gráfica*, Barcelona: GG Diseño.
- Michael Burke, Peter Wildbur, *Infográfica. Soluciones innovadoras en el diseño contemporáneo*. Barcelona: GG.
- Society of News Design, *Malofiej 11 premios internacionales de infografía*, Index Book
- Cases i associats, *Diseño de información proyectos 2003-2004*, Sol 90 S.L.
- Joan Esta, *La Esquemática, visualizar la información*, Barcelona: Paidós.
- Ronnie Lipton, *Information Graphics and Visual Clues – new in paperback*.
- Ronnie Lipton, *Communicating Information through Graphic Design*.
- De Pablos, José M, *Infoperiodismo. El periodista como creador de infografía*, Madrid: Síntesis, 1999.
- Ulrich Laurie Ann, *Photoshop 7 La Biblia*, Madrid: Anaya Multimedia.
- Otl Aicher, Martín Kramper, *Sistemas de signos en la comunicación visual*, Barcelona: GG Diseño.
- Gäde Reinhard, *Diseño de periódicos Sistemas y Métodos*, Barcelona: GG Diseño.
- Adrian Frutiger, *Signos, símbolos, marcas, señales*, Barcelona: GG Diseño.
- Blackwell, L. *Tipografía del siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili, 1998.
- Society for News Design, 2002. *The Best of Newspaper Design Society for News Design*.
- Nick Clark, *Cómo combinar y elegir colores para el diseño gráfico*. Barcelona: GG.
- Casasús, J.M.; Nuñez, Ladeveze, L. *Evolución y análisis de los géneros periodísticos*. Barcelona: Ariel, 1991.

Narrativa Audiovisual i Multimèdia

CRÈDITS: 6

L'assignatura està dividida en dues parts. La primera tractarà de comprendre i valorar els elements que configuren la narració audiovisual. També cal distingir els recursos narratius audiovisuals característics dels gèneres i els formats audiovisuals. La segona part tractarà de comprendre i valorar els temes i els coneixements necessaris per a l'anàlisi, la comprensió i la construcció de narracions multimèdia.

CONTINGUT:

PRIMERA PART

Trets necessaris per identificar i analitzar una narració audiovisual.

1. Introducció a la narrativa audiovisual
 - La Narrativa Audiovisual com a disciplina
 - Què entenem per una narració audiovisual?
 - Estratègies de la narració.
2. Teories de l'estructura narrativa
 - La tradició formalista rusa
 - Literatura i cinema
 - Noves mirades
3. La història concebuda com a cadena de successos
 - Elements de la ficció i la seva interrelació.
 - El problema de la verosimilitud
4. La temporalitat en el relat audiovisual.
 - Durada. Ordre. Freqüència.
 - Del pla al pla-seqüència
 - Suspens. Sorpresa. Desordre. Disgressions. Intriga de predestinació. Frase hermenèutica.
5. Els elements de la representació. L'espai i l'escenari.
6. Personatges
 - Arquetipus en la construcció de personatges
 - La marca de l'actor. L'Star System
7. El discurs o les tècniques de la narració
 - Autor i Narrador / Narratari
 - Punt de vista / Veu Narrativa

SEGONA PART

Trets necessaris per a identificar i analitzar una narració multimèdia.

1. Introducció
 - La cultura de la simulació
 - Orígens del GUI
 - Hipertext i interactivitat
2. Interactius digitals
 - Formats informatius (infografia, reportatges, slideshows...)
 - e-documentals
 - Formats educatius (enciclopèdies, e-learning...)
 - Formats d'entreteniment (videojocs, ficció interactiva)
 - Art multimèdia
 - Formats publicitaris (comunitats de fidelització, interstitials, microsites...)
3. Narració no lineal

- Text i cibertext
 - Narrativitat vs interactivitat.
 - Hiperficció
 - Precursors literaris
 - Experiències cinematogràfiques
4. El llenguatge interactiu
- La lectura ergòdica
 - La metàfora visual
 - Històries multiformes

METODOLOGIA:

L'assignatura es basarà en procediments que fomentin processos de participació activa de l'alumnat, ja sigui en les hores presencials o mitjançant debats en comú virtuals.

Les classes es plantegen mitjançant el visionat, valoració i comprensió de materials audiovisuals i multimèdia on es reforçaran els apartats teòrics aplicats a la realitat audiovisual.

BIBLIOGRAFIA:

- Aarseth, Espen J. *Cybertext: Perspectives on Ergodic Literature*, The John Hopkins University Press, 1997
- Almiron, N. De Vannevar Bush a la WWW. València: Edicions 3 i 4, 2001.
- Aumont, J. / Marie, M. *Análisis del film*. Paidós Comunicació, 1990.
- Aumont, J. / Marie, M. *Estética del cine*. Paidós Comunicació, 1990.
- Barthes, Roland *La muerte del autor*, Barcelona: Paidós, 1987
- Barthes, R. *Análisis estructural del relato*. Buenos Aires, 1970
- Bordwell, D. El significado del film. Paidós Comunicació, 1995.
- Bordwell, D. *La Narración en el cine de ficción*. Paidós Comunicació, 1996.
- Casetti, F. / Di Chio, F. *Como analizar un film*. Paidós Comunicació, 1991.
- Chatman, S. *Historia y discurso*. 1990.
- Deleuze, G. *La imagen-movimiento: estudios sobre el cine*. Paidós Comunicació. 1991.
- Eco, U. *Obra abierta*. Barcelona: Ariel, 1979.
- Gadreault, A. / Jost, F. *El relato cinematográfico. Cine y narratología*. Paidós Comunicació. 1995.
- García Jiménez, J. *Narrativa audiovisual*. Cátedra. Signo e imagen, 1993.
- González Requeña, J. *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Cátedra. 1988.
- Götz, V. *Retículas para internet y otros soportes digitales*.
- Landow, G. *Hipertexto*. Barcelona: Paidós, 1995.
- Laurel, Brenda *Computers as Theatre*, Addison-Wesley, 1993
- Manovich, L. *The Language of New Media*. Cambridge, Mass.: The MIT Press, 2001.
- Marcos, M. C. *Interacción en interfaces de recuperación de información: conceptos, metáforas y visualización*. Gijón: Trea, 2004.
- Meadows, Mark S. *Pause & Effect: The Art of Interactive Narrative*, New Riders, Indianapolis, 2003
- Metz, CH. *Psicoanálisis y Cine. El significante imaginario*. Gustavo Gili, 1977
- Mitry, J. *La semiología en tela de juicio*. Akal/Comunicaciones, 1990.
- Montiel, A. *Teorías del cine. Un balance histórico*. Montesinos, 1992.
- Murray, J. *Hamlet en la holocubierta*. Barcelona: Paidós, 1999.
- Ryan, Marie-Laure (ed.) *Narrative across Media. The Languages of Storytelling*, University of Nebraska Press, Lincoln, 2004
- Vouillamoz, N. *Literatura e hipermedia*. Barcelona: Paidós, 2000.
- Vanoye, F. *Guiones modelo y modelos de guión. Argumentos clásicos y modernos en el cine*. Paidós Comunicación, 1996
- Zunzunegui, S. *Pensar la imagen*. Cátedra, 1989.

Fonaments de Programació

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

L'objectiu principal és presentar els diversos protocols, formats i llenguatges en ús dins el domini de la Web, aprofundint en la creació de contingut multimedial per a Internet, i sobretot, en la creació de contingut dinàmic i interactiu.

CONTINGUT:

1. Tecnologia Web
 - 1.1. Xarxes d'ordinadors: Internet
 - 1.2. Què és el WEB: del CERN al W₃C
 - 1.3. Mecanismes del Web
 - 1.4. Protocol HTTP
 - 1.5. Web estàtic / Web dinàmic
 - 1.6. Bases de dades
 - 1.7. Web 2.0
2. Llenguatge HTML
 - 2.1. Introducció
 - 2.2. Història: del HTML 1.0 al XHTML
 - 2.3. Estructura d'un document HTML
 - 2.4. Crear codi "net": HTML, XHTML 1.0 compliant
 - 2.5. Elements de text
 - 2.6. Elements de bloc
 - 2.7. Imatges
 - 2.8. Llistes
 - 2.9. Taules
 - 2.10. Marcs
3. Complementos HTML (1)
 - 3.1. Mapes d'imatge
 - 3.2. Applets
 - 3.3. Video / So
4. Fulls d'estil CSS
 - 4.1. Introducció
 - 4.2. Regles
 - 4.3. Tipus de fulls d'estil
 - 4.4. Selectors
 - 4.5. Colors i fons
 - 4.6. Tipus de lletra, decoració
 - 4.7. Caixes, marges i vores
 - 4.8. Enllaços / Menús
 - 4.9. Situar elements a la pàgina: Layout
5. Complementos HTML (2)
 - 5.1. Formularis. GET / POST
 - 5.2. Google forms
6. Web 2.0
 - 6.1. Web semàntic: RDF
 - 6.2. RSS-Feeds: Sindicació de continguts

- 6.3. Construcció d'un Feed
- 7. Programació client: Javascript
 - 7.1. Introducció a la programació client
 - 7.2. Possibilitats i limitacions
 - 7.3. Sintaxi del llenguatge Javascript
 - 7.4. Exemples: Google Maps, Comptadors, Adsense, Flickr, ...

METODOLOGIA:

El caràcter fonamentalment de consolidació d'aspectes instrumentals d'aquesta assignatura comporta un plantejament eminentment pràctic amb la tutela constant del professor.

La metodologia utilitzada en les 60 hores acadèmiques, es dividirà en dos tipus de sessions: les sessions de teoria estaran dedicades fonamentalment a exposar i explicar els continguts de cada tema, acompanyats d'exemples.

Les sessions pràctiques estaran dedicades a la realització d'exercicis per part dels estudiants. En aquestes sessions els estudiants també realitzaran un projecte propi.

AVALUACIÓ:

Es farà una avaluació contínua a través de la resolució d'exercicis que s'aniran plantejant en el decurs de les sessions pràctiques. Aquests controls constaran d'una llista d'exercicis similars als treballats en les sessions de classe.

La nota final s'obindrà fent una mitjana ponderada de les puntuacions obtingudes en cadascun dels controls, el projecte i l'examen final.

BIBLIOGRAFIA:

Estarà disponible i actualitzada al Campus Virtual.

PROGRAMA DE LES ASSIGNATURES DE QUART CURS

Dret de la Comunicació i la Societat

CRÈDITS: 4,5

Assignatura que introdueix l'alumnat en l'estudi de l'ordenament jurídic, en general, i els drets fonamentals, en particular, posant èmfasi en el dret a comunicar i rebre lliurement informació veraç per qual-sevol mitjà de comunicació, com a dret fonamental reconegut a la Constitució Espanyola de 1978. Seran també objecte d'estudi els principals límits d'aquest dret, així com la interpretació dels Tribunals de Justícia davant la confrontació amb altres drets fonamentals, sense perdre de vista el règim jurídic dels diferents mitjans de comunicació.

CONTINGUT:

- Tema 1.- Els drets fonamentals a la constitució espanyola de 1978
 - 1.1. La constitució espanyola de 1978 i el reconeixement de drets fonamentals
 - 1.2. Les garanties dels drets fonamentals a la constitució. Especial menció a les garanties jurisdiccionals
 - 1.3. Suspensió dels drets: els estats d'excepció i setge
- Tema 2.- El dret a la informació. Evolució històrica.
 - 2.1. El franquisme i a llei de premsa
 - 2.2. La transició democràtica
 - 2.3. La situació actual
- Tema 3.- Dret a la informació *versus* llibertat d'expressió. Anàlisi de l'article 20 de la CE
 - 3.1. Naturalesa jurídica
 - 3.2. Titularitat
 - 3.3. Eficàcia jurídica
- Tema 4. Objecte de la informació
 - 4.1. La veracitat: diligència professional
 - 4.2. Error material *versus* inveracitat.
 - 4.3. La rellevància pública de la informació per raó de l'objecte i dels subjectes
- Tema 5.- Estatut jurídic del periodista
 - 5.1. Principis editorials
 - 5.2. Òrgans de redacció
 - 5.3. Òrgans d'autocontrol
- Tema 6.- Drets del periodista
 - 6.1. La clàusula de consciència
 - 6.2. El secret professional
 - 6.3. La propietat intel·lectual i els drets d'autor
- Tema 7.- Límits a la llibertat d'informació
 - 7.1. Drets de la personalitat. Intromissions il·legítimes des del punt de vista civil
 - 7.2. El dret a l'honor/intimitat/pròpia imatge
 - 7.3. Solució jurisprudencial davant la col·lisió entre dos drets fonamentals. Principi de ponderació de béns en conflicte
- Tema 8.- Els secrets com a límit
 - 8.1. Secrets oficials i dret d'accés als arxius i registres
 - 8.2. Secret del sumari

- 8.3. Sessions parlamentàries i dret a la informació
- Tema 9.- El dret de rectificació
 - 9.1. L'objecte
 - 9.2. El procediment
 - 9.3. La compatibilitat amb altres vies jurisdiccionals
- Tema 10.- Els mitjans de comunicació i el seu règim jurídic
 - 10.1 Les empreses periodístiques
 - 10.2. Els mitjans públics i privats
 - 10.3 Els mitjans de comunicació com a serveis públics

METODOLOGIA:

Tot i que l'assignatura es planteja com a presencial, i per tant s'impartirà a partir de classes magistrals, també s'utilitzarà el Campus Virtual de la Universitat de Vic on es dipositaran puntualment alguns documents (articles doctrinals, sentències de tribunals nacionals i internacionals...) de gran interès per a la formació integral dels alumnes.

Els estudiants hauran de completar la seva formació amb la realització de comentaris i anàlisis de documents que es proposaran, així com treballs sobre aspectes tractats a classe.

AVALUACIÓ:

Lexamen final de la assignatura constarà de dues parts: una de teòrica i una altra de pràctica. Tot i això, es tindrà molt en compte la participació activa de l'estudiant en el seguiment del curs en la forma exposada a la metodologia, de manera que la seva implicació repercutirà en la qualificació final.

BIBLIOGRAFIA:

- Ana Azurmendi Adarraga, *El derecho a la propia imagen: su identidad y aproximación al derecho de la información*, Madrid: Civitas, 1997
- Miguel Ángel Alegre Martínez, *El derecho a la propia imagen*, ed. Tecnos, Madrid, 1997
- Ignacio Bel Mayer, *El derecho a la información: sujetos y medios*, Madrid: CYLSA, 1992..
- Marc Carrillo, *La cláusula de conciencia y el secreto profesional de los periodistas*, Madrid: Civitas, 1993.
- José M. Desantes Guanter, *Derecho a la información II: el derecho del mensaje*, Madrid: CYLSA, 1994.
- Salvador Del Rey Guanter, *Libertad de expresión e información y contrato de trabajo: análisis*, Madrid: Civitas, 1994
- José Augusto De Vega Ruíz, *Libertad de expresión, información veraz, juicios paralelos, medios de comunicación*, Madrid: CE Ramón Areces, 1997.
- Guillermo Escobar Roca, *El Estatuto de los periodistas*, Tecnos, Madrid, 2002.
- Luis Escobar De La Serna, *Manual de derecho de la información*, Madrid: Dickinson, 1997.
- Antonio Fayos Gardó, *Derecho a la intimidad y medios de comunicación*, Madrid: CEC, 2000
- David Ortega Gutiérrez, *Derecho a la información versus Derecho al honor*, Madrid: CEC, 1999.
- Rosa Rodríguez Bahamonde, *El secreto de sumario y la libertad de información en el proceso penal*, Madrid: Dyckinson, 2000.
- C.Rulz Miguel, *La configuración constitucional del derecho a la intimidad*, Madrid: Tecnos, 1995.C. Rulz Miguel, *El derecho a la protección de la vida privada en la jurisprudencia del TEDH*, Madrid, Civitas, 1994.
- Pablo Salvador Coderch, *Prevenir y castigar: libertad de información y expresión, tutela del honor y funciones del derecho de daños*, Madrid, Marcial Pons, 1997.
- Joaquín Urias, *Lecciones de derecho de la información*, Madrid: Tecnos, 2003.

Art Digital i Nous Mitjans

CRÈDITS: 6

Explora les possibilitats de les noves tecnologies de la comunicació per crear conceptes i estètiques pròpies dels temps actuals. Aquesta forma de creació genera sistemes participatius en evolució constant, passant per la robòtica, els vídeojocs i l'art en xarxa. L'art digital promou les interseccions de disciplines per a la suma de coneixements en entorns digitals.

CONTINGUT:

1. L'art digital i els nous mitjans de creació
 - La relació entre art i tècnica
 - Història de l'art electrònic
 - Nous suports tecnològics, noves formes artístiques
 - La numeralització dels llenguatges artístics
 - L'encavallament de les disciplines
2. Ciència-ficció i la seva influència en la creació digital
 - Ciència-ficció al cinema
 - Ciència-ficció a la literatura
3. La transformació de la imatge i el moviment a l'era digital
 - Postfotografia
 - Postcinema
 - Postmedia
4. Eines i tipologies de l'Art Digital i els Nous Mitjans
 - La imatge digital
 - La interfase a la interacció humà-màquina
 - Videocreació
 - Net-Art i col·laboració en xarxa
 - Software-art
 - Telepresència i robòtica
 - Hackers i activisme polític
 - Vídeojocs com suport per a la creació
 - Creació participativa
5. Aplicacions de l'art digital a la comunicació actual
 - Instal·lacions interactives i participatives
 - Publicitat
 - Promoció cultural, events, fires, expos
6. Desenvolupament de projectes
 - Projecte d'Imatge Digital
 - Projecte de New Media

METODOLOGIA:

S'estudiaran línies teòriques, pel·lícules i artistes per tal que l'estudiant generi un discurs teòric enfocant a la realització de dos projectes. Es potenciarà la recerca de conceptes utilitzant els mitjans tecnològics existents. Paral·lelament es realitzaran seminaris amb creadors que treballin actualment amb l'art digital i els nous mitjans.

AVALUACIÓ:

Durant el curs es realitzaran dos projectes (60% de la nota). També es considerarà el desenvolupament d'informes i exposicions referents als seminaris i a l'anàlisi de les línies teòriques (40% de la nota).

BIBLIOGRAFIA:

- Ascott, R. *Connectivity: Art and Interactive Telecommunications*. Leonardo vol.24 n.2, 1991
- Manovich L. *El Lenguaje de los nuevos medios de comunicación la imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós, 2005
- Negroponte N. *El Mundo digital un futuro que ya ha llegado*. Barcelona, 1999
- Kuspit, D. *Arte digital y videoarte. Transgrediendo los límites de la representación*. Círculo de Bellas Artes.
- Iek, S. *Lacrimae Rerum, Ensayos sobre cine moderno y ciberespacio*. Debate, 2006
- Gibson, W. *Neuromante*. Minotauro, 1989
- Haraway D. *Ciencia, cyborgs y mujeres. La reinención de la naturaleza*. Madrid: Cátedra, 1995.
- Andoni A.; Arzoz, I. *La nueva ciudad de Dios*. Madrid: Siruela, 2002
- Francescutti, P. *La pantalla profética, cuando las ficciones se convierten en realidad*. Madrid: Cátedra, 2004.
- Molinuevo J.L. *Arte, cuerpo y tecnología*. Salamanca, 2003
- De Kerckhove, D. *La piel de la cultura: Investigando la nueva realidad electrónica*. Barcelona: Gedisa, 1999
- Campanella. T. *The Robot in the Garden*, MIT Press, 2000
- Wiener, N. *Cybernetics: or, Control and Communication in the Animal and the Machine*. The MIT Press, 1965
- Virilio, P. *Lo que viene*. Arena, Deauville, 2005. ISBN 84-95897-31-8
- Virilio, P. *El cibernundo, la política de lo peor*. Madrid: Cátedra, 1999. ISBN 84-376-1574-7
- Virilio, P. *La bomba informática*. Madrid: Cátedra, 1999. ISBN 84-376-1744-8
- Virilio, P. *El arte del motor*. Editorial Manantial, 1996. ISBN 987-500-000-0
- Virilio, P. *La Máquina de Visión*, Madrid: Cátedra, 1989. ISBN 84-376-0884-8
- Brea J.L., *El tercer umbral, Estatuto de las prácticas artísticas en la era del capitalismo cultural*. Murcia: CEN-DEAC, 2004. ISBN 84-95815-37-0
- Brea J.L. *La Era Postmedia*, Editorial Centro de Arte de Salamanca, 2002. ISBN 84-95719-05-3
- Kac, E. *Telepresence and Bio Art, Networking Humans, Rabbits and Robots*, University of Michigan Press, 2005. ISBN: 0472068105
- Giannetti, C. *Ars telemática: telecomunicación, internet y ciberespacio*, Barcelona: L'Angelot, 1998. ISBN 84-922265-2-8
- Giannetti, C. *Arte en la era electrónica*, Barcelona: L'Angelot, 1997. ISBN 84-922265-1-X
- Giannetti, Claudia, *Media culture*, Barcelona: Genèric. ISBN 84-605-4345-5
- Sterling B. *Mirrorshades: una antología ciberpunk*, Madrid: Siruela, 1998 . ISBN 84-7844-418-1
- Sterling, B. *El Chico artificial*, Madrid: EDAF, 1991. ISBN 84-7640-470-0
- Sterling, B. *Islas en la red*, Barcelona: Destino, 1990. ISBN 84-233-1898-2
- Baigorri Laura, *Net.Art*, Brumaria, 2006.
- Baigorri Laura, *Vídeo, primera etapa*, Brumaria, 2004.
- A mínima, New Media, Actual Art*; revistes, Espacio publicaciones, (tots els números).

Règim Jurídic i Ètic de la Comunicació

CRÈDITS: 4,5

Assignatura de contingut eminentment constitucional, que té per objecte l'estudi del règim jurídic del dret a la informació (distingint clarament entre informació i opinió), els seus principals límits, la interpretació dels Tribunals de Justícia davant la confrontació del dret a la informació i altres drets fonamentals. També analitza la incidència de les noves tecnologies a l'àmbit periodístic i, especialment, tot allò que fa referència a l'aplicació de la normativa sobre protecció de dades i protecció de la propietat intel·lectual (drets d'autor).

PROGRAMA

Introducció: Què és la deontologia? Concepte d'autorregulació. Delimitació Deontologia/Dret.

- Deontologia professional.
- Memòria ètica dels Drets Humans.

Deontologia i comunicació

- La responsabilitat ètica del comunicador audiovisual.
- Utilitats i dèficits dels codis deontològics de televisions i ràdios.
- Les nocions de servei públic, televisió de qualitat i infratelevisió.
- Mecanismes de regulació i control. El CAC (Consell de l'Audiovisual de Catalunya).
- El defensor de l'espectador i del oient.
- El paper de l'ètica en la ficció.

Praxis

- Conflictes ètics de la praxis professional.
- Ètica del llenguatge.
- Tractament de les imatges.

BIBLIOGRAFIA

Aznar, Hugo *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*. Barcelona: Ariel, 1999.

Aznar, Hugo *Ética y periodismo: códigos, estatutos y otros documentos de autorregulación*. Barcelona: Paidós, 1999.

Asius Salvador *Ética i periodisme*, Barcelona: Pòrtic, 1998.

Bonete, Enrique; Aubach Guiu, M. Teresa *Éticas de la información y deontologías del periodismo*. Madrid: Tecnos, 1995.

Lambeth, Edmund B. *Periodismo comprometido. Un código de ética para la profesión*. Mèxic: Limusa, 1992.

Vázquez Fernández, Francisco *Periodismo valorativo: casos ético-deontológicos de actualidad*. Madrid: Carperi, 1996.

Prats, Enric-Buxarrais; M. Rosa-Tey, Amélia *Ética de la información*, Editorial UOC, 2004.

Camps, Victòria *El malestar de la vida pública*. Barcelona: Grijalbo Mondadori, 1996.

Kelly, R. *El título de este libro es Dogma 95*. Barcelona: Alba, 2000.

Moragas, M.; Prado, E. *La televisión pública a l'era digital*. Barcelona: Pòrtic, 2000.

Estatuts i convenis:

Convenio sobre principios para la autorregulación de las cadenas de televisión en relación con la infancia y la juventud del Ministerio de Educación y Ciencia y las cadenas de televisión.

Código de conducta de Antena 3 Televisión.

Libro de estilo de Telemadrid.

Estatuto de redacción de Radiotelevisión Valenciana.

Consell de la Informació de Catalunya (CIC).

Producció i Direcció Audiovisual

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

Aquesta és una assignatura de contingut molt pràctic, pensada per preparar l'alumnat de cara al món professional, en el desenvolupament, la producció, direcció i presentació de projectes audiovisuals. Els treballs es porten a terme en grups tutoritzats pel professor.

Els treballs d'aquesta assignatura poden estar associats al Projecte Final de Carrera.

CONTINGUTS:

- Anàlisi de formats.
- Com es genera una idea per a un format audiovisual.
- Viabilitat i finançament del projecte.
- Estudi de referents.
- Treball de camp.
- Desenvolupament d'un guió o una escaleta de documental.
- Disseny i organització de la producció.
- Disseny d'art.
- Disseny musical i del so.
- Disseny de fotografia.
- Metodologies de realització/direcció.
- Distribució del projecte.

METODOLOGIA:

En la primera part del curs s'analitzen obres i processos i s'estudien casos reals. Es fan exercicis de creativitat per a generar una idea prou sòlida, se'n busquen referents i es desenvolupen els continguts amb criteris de guionització. Es generen debats i exposicions dels treballs. Es prepara el disseny de producció i totes les partides artístiques, sota la tutorització del professor.

AVALUACIÓ:

Durant el curs es portaran a terme treballs individuals (20%), exposicions orals (20%) i el desenvolupament del projecte (treball individual 40%, treball d'equip 20%).

És indispensable aprovar l'assignatura per a poder fer el Taller de Producció Audiovisual II del segon quadrimestre.

BIBLIOGRAFIA:

Barnouw, E. *El documental. Historia y estilo*, Barcelona: Gedisa, 1996

Barroso García, J. *Realización de los géneros televisivos*, Madrid: Síntesis, 1996

Federico Fernández Díez, José Martínez Abadía. *Manual básico de Lenguaje y Narrativa Audiovisual*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Miguel Sáinz Sánchez, *El productor audiovisual*. Madrid: Síntesis, 1999.

Federico Fernández Díez, José Martínez Abadía. *La dirección de producción para cine y televisión*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1994.

Bill Nichols, *La representación de la realidad*. Barcelona: Paidós, 1997.

Michael Rabiger, *Dirección de documentales*. Instituto Oficial de Radio y Televisión, 1989.

Jean Breschand, *El documental, la otra cara de la realidad*, Barcelona: Paidós, 2004.

Simon Fieldman, *El director de cine*. Barcelona: Gedisa, 1974.

Robert McKee. *El Guión*. Barcelona: Alba Editorial, 2002.

Linda Seger, *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente*. Libros de cine Rialp. Madrid, 1991.
Julian Friedmann, Pere Roca, *Writing long-running television series*. Ed. Media, 1993.
Lorenzo Vilches, *Taller de escritura para televisión*. Barcelona: Gedisa, 1999.
Ricardo Aronovich, *Exponer una historia. La fotografía cinematográfica*. Barcelona: Gedisa, 1997.
Francesco Casetti, Federico Di Chio, *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós, Instrumentos. 2003.
Áurea Ortiz, María Jesús Piqueras, *La pintura en el cine. Cuestiones de representación visual*. Barcelona: Paidós, 2003.
Emmanuel Siety, *El plano*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma". 2004.
Jacques Loiseleux, *La luz en el cine*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma", 2005.
Russell Lack, *La música en el cine*. Madrid: Cátedra, Signo e Imagen, 1999.
Michel Chion, *La música en el cine*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1997.
Dennis Shafer/Larry Salvato, *Maestros de la luz*. Plot Ediciones. Madrid, 1990.
Alexander Ballinger, *Nuevos directores de fotografía*. Ed. Ocho y Medio, Libros de Cine.
Producción y dirección de cortometrajes en cine y vídeo. Escuela de Cine y vídeo de Andoain. Oxford.

Taller de Producció Audiovisual II

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

Aquesta és una assignatura de contingut molt pràctic, pensada per preparar l'alumnat de cara al món professional, en el desenvolupament, la producció, direcció i presentació de projectes audiovisuals. Els treballs es porten a terme en grups tutoritzats pel professor.

Els treballs d'aquesta assignatura poden estar associats al Projecte Final de Carrera.

CONTINGUTS:

- Anàlisi de formats.
- Com es genera una idea per a un format audiovisual.
- Viabilitat i finançament del projecte.
- Estudi de referents.
- Treball de camp.
- Desenvolupament d'un guió o una escaleta de documental.
- Disseny i organització de la producció.
- Disseny d'art.
- Disseny musical i del so.
- Disseny de fotografia.
- Metodologies de realització/direcció.
- Distribució del projecte.

METODOLOGIA:

En la primera part del curs s'analitzen obres i processos i s'estudien casos reals. Es fan exercicis de creativitat per a generar una idea prou sòlida, se'n busquen referents i es desenvolupen els continguts amb criteris de guionització. Es generen debats i exposicions dels treballs. Es prepara el disseny de producció i totes les partides artístiques, sota la tutorització del professor.

AVALUACIÓ:

Durant el curs es portaran a terme treballs individuals (20%), exposicions orals (20%) i el desenvolupament del projecte (treball individual 40%, treball d'equip 20%).

És indispensable aprovar l'assignatura per a poder fer el Taller de Producció Audiovisual II del segon quadrimestre.

BIBLIOGRAFIA:

- Barnouw, E. *El documental. Historia y estilo*, Barcelona: Gedisa, 1996
- Barroso García, J. *Realización de los géneros televisivos*, Madrid: Síntesis, 1996
- Federico Fernández Díez, José Martínez Abadía. *Manual básico de Lenguaje y Narrativa Audiovisual*. Barcelona: Paidós Comunicació.
- Miguel Sáinz Sánchez, *El productor audiovisual*. Madrid: Síntesis, 1999.
- Federico Fernández Díez, José Martínez Abadía. *La dirección de producción para cine y televisión*. Barcelona: Paidós Comunicació, 1994.
- Bill Nichols, *La representación de la realidad*. Barcelona: Paidós, 1997.
- Michael Rabiger, *Dirección de documentales*. Instituto Oficial de Radio y Televisión, 1989.
- Jean Breschand, *El documental, la otra cara de la realidad*, Barcelona: Paidós, 2004.
- Simon Fieldman, *El director de cine*. Barcelona: Gedisa, 1974.
- Robert McKee. *El Guión*. Barcelona: Alba Editorial, 2002.

Linda Seger, *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente*. Libros de cine Rialp. Madrid, 1991.

Julian Friedmann, Pere Roca, *Writing long-running television series*. Ed. Media, 1993.

Lorenzo Vilches, *Taller de escritura para televisión*. Barcelona: Gedisa, 1999.

Ricardo Aronovich, *Exponer una historia. La fotografía cinematográfica*. Barcelona: Gedisa, 1997.

Francesco Casetti, Federico Di Chio, *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós, Instrumentos. 2003.

Áurea Ortiz, María Jesús Piqueras, *La pintura en el cine. Cuestiones de representación visual*. Barcelona: Paidós, 2003.

Emmanuel Siety, *El plano*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma". 2004.

Jacques Loiseleux, *La luz en el cine*. Barcelona: Paidós, Los pequeños cuadernos de "Cahiers du Cinéma", 2005.

Russell Lack, *La música en el cine*. Madrid: Cátedra, Signo e Imagen, 1999.

Michel Chion, *La música en el cine*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1997.

Dennis Shafer/Larry Salvato, *Maestros de la luz*. Plot Ediciones. Madrid, 1990.

Alexander Ballinger, *Nuevos directores de fotografía*. Ed. Ocho y Medio, Libros de Cine.

Producción y dirección de cortometrajes en cine y vídeo. Escuela de cine y vídeo de Andoain. Oxford.

Producció i Direcció Multimedial

CRÈDITS: 6

QUADRIMESTRE: II

PROFESSOR: Arnau Gifreu

INTRODUCCIÓ:

L'assignatura té un plantejament teòric amb sessions de pràctica tècnica que tenen com a finalitat aconseguir que l'alumnat comenci a desenvolupar competències de manera efectiva dins del complex entorn multilínia que suposa la nova comunicació digital interactiva multimèdia. La part teòrica comprèn el plantejament d'assolir un bon projecte interactiu en la fase de producció. La pràctica inclou conèixer els fonaments d'un programari vectorial d'animació (Flash), i aspectes més avançats de l'HTML dinàmic (Javascript, DHTML, CSS) per a la creació de diferents aplicacions: interactius on i off-line de tots els gèneres, llocs web per a diferents suports (ordinador, dispositius mòbils...), etc.

OBJECTIUS:

L'objectiu principal és que l'alumnat faci seves un conjunt de reflexions teòriques al voltant de la comunicació interactiva digital, per poder-les aplicar com a eina de treball professional. A la pràctica, cada alumne assumirà un rol professional determinat. A través de l'elaboració inicial d'un projecte en grup cada alumne desenvoluparà la seva part de manera teòrica, necessària per afrontar amb garanties la segona part de l'assignatura.

AVALUACIÓ

L'avaluació constarà de tres parts:

- 1) Avaluació continuada individual. Caldrà presentar un conjunt de pràctiques específiques a l'entorn de:
 - a) desenvolupament de les diferents parts teòriques d'un projecte concret
 - b) treball individual teòric d'algun tema relacionat amb el mitjà digital
 - c) exercicis proposats de programari tècnic específic (Flash CS3)
- 2) Examen pràctic al final del quadrimestre sobre programari específic (individual)
- 3) Presentació del projecte desenvolupat en la seva fase teòrica (grup)

METODOLOGIA

L'ensenyament capacita l'alumnat per a l'aprenentatge de processos com definir, comparar, justificar..., per tal de poder crear, des de la fase més inicial –que sorgeix amb la idea–, el projecte per a un producte interactiu multimèdia. A través d'un conjunt d'apunts teòrics, l'alumnat aprendrà la metodologia necessària per construir un projecte propi i original. S'utilitzaran una sèrie d'instruments didàctics que inclouran guies de lectura i exercicis pràctics amb ordinador amb la finalitat que l'alumnat prengui competències en els àmbits del grafisme, l'animació vectorial, el disseny multimèdia, la integració de recursos web 2.0, etc.

El treball del curs s'estructurarà al voltant de grups de treball de set persones (vuit en casos excepcionals i amb el vistiplau dels professors). En total es comptabilitzaran un conjunt de sis grups i cada professor de les assignatures de *Producció i Direcció Audiovisual* (Rosa Pons, Joan Frigola) i *Producció i Direcció Multimèdia* (Arnau Gifreu) podrà dirigir un màxim de dos projectes per a ser presentats al tribunal de projecte final de carrera (PFC).

Pel que fa al format i la temàtica dels projectes (seguint els eixos clars de transversalitat i treball en grup) es proposa als grups tres tipus de projecte amb una temàtica en principi lliure, però sempre intentant reflexionar a l'entorn de temes socials d'actualitat i valorant especialment els productes edu-

catius, didàctics i divulgatius. Es donarà prioritat a les idees desenvolupades en altres cursos.

Es proposen els següents formats i rols professionals (cada estudiant té un rol diferent a l'assignatura de Multimèdia i un altre a la d'Audiovisual, amb diferents responsabilitats):

- a) Documental interactiu
- b) Curtmetratge interactiu
- c) Conte/exploració interactiva

Rols necessaris per al desenvolupament teoricopràctic del treball:

Multimèdia	Audiovisual
Dissenyador gràfic (2)	Ajudant de producció/Ajudant de direcció
Arquitecte de la informació	Director de fotografia i d'Art
Responsable continguts textuais/audiovisuais	Director (realitzador)
Programador (2)	Guionista-documentalista/ Muntador-Script-Disseny del so
Coordinador	Productor

A. Desenvolupament teòric del projecte multimedial

Fases de realització del projecte: timing (pdf)

Perfils professionals necessaris (pdf)

1. Preproducció

Conceptualització i definició del projecte (doc)

- a) Definició i elecció del projecte
- b) Elecció de la metàfora
- c) Exploració de webs

Anàlisi de la competència i redefinició

- a) Benchmarking i estudi del mercat potencial (doc)
- b) Fase de redefinició

Arquitectura de la informació (pdf)

- a) Continguts
- b) Estructura
- c) Navegació
- d) Interacció (guió multimèdia)

2. Producció

Fase de disseny

- a) Imatge corporativa (pdf)
- b) Interfície (pdf I i II)

Elaboració de continguts (pdf)

- a) Desenvolupar continguts textuais
- b) Desenvolupar continguts gràfics
- c) Desenvolupar continguts audiovisuals i integració d'eines web 2.0

Exemples de briefings creatius i requisits tècnics (pdf)

Memòria del projecte (pdf)

Taller de Comunicació Interactiva II

CRÈDITS: 6

Introducció:

L'alumne haurà de desenvolupar el projecte planificat en l'assignatura "Producció i Direcció Multimedial" en un producte final: una web interactiva. Cada fase del projecte s'anirà desenvolupant conforme a la planificació establerta fins arribar a completar un portal o espai web que comptarà amb un conjunt d'elements i una estructura coherent de navegació, nivells d'interacció, continguts hipermedials (video, música, imatges, text, etc.).

OBJECTIUS:

La finalitat de la segona part de l'assignatura és que l'alumne assumeixi plenament un paper actiu durant la realització del projecte teòric plantejat el trimestre anterior. En funció del seu rol o perfil professional escollit, haurà d'assumir responsabilitats en àrees el disseny gràfic, l'arquitectura de la informació, els continguts textuais o la creació dels continguts audiovisuals.

CONTINGUTS:

- Classes pràctiques de reforç de programari concret. Dubtes pràctiques primer trimestre.
- Connexió multimèdia: Flash i Dreamweaver.
- Connexió multimèdia: Flash i Illustrator.
- Connexió multimèdia: Flash i Photoshop.
- Exercicis avançats de connexió amb bases de dades i incorporació de continguts dinàmics

AVALUACIÓ:

La presentació del portal o pàgina web i una breu presentació conformaran la nota final sempre que no es tracti del Projecte Final de Carrera, ja que en aquest cas els requeriments seràn més específics. L'assistència a classe (a les classes de repàs i de connexió multimèdia) comptarà un 10% de la nota final. Caldrà penjar el projecte al servidor propi de la Universitat, que servirà com a *hosting* dels diferents grups durant els anys posteriors als seus estudis.

METODOLOGIA:

La metodologia utilitzada es basarà en sessions particulars a cada grup amb l'objectiu d'atendre d'una manera més personalitzada els possibles dubtes i problemes que vagin sorgint durant la realització pràctica del projecte amb els programes Flash i Dreamweaver. Els alumnes que tinguin coneixements d'altres tecnologies també les podran usar per enriquir el projecte i dotar-lo de més funcionalitats (com funcionalitats col·laboratives pròpies de la Web 2.0, mobileWeb, continguts dinàmics amb connexió a servidor i llenguatge SQL, XML, DHTML...).

Vegeu la metodologia de la primera part de l'assignatura (*Producció i Direcció Multimedial*) on s'especifica el nombre de persones que formaran els grups de treball, el format demanat i la distribució de rols professionals.

BIBLIOGRAFIA:

- Aicher, Otl *Analógico y digital*, Barcelona: Gustavo Gili, 1978.
Berenguer, Xavier *Una dècada d'interactius*, Temes de Disseny, 2004
Bettetini, G.; Colomba, F. (ed.) *Las nuevas tecnologías de la comunicación*, Barcelona: Paidós, 1995.
Bolter, D.J.; Grusin, R. *Remediation. Understanding new Media*, Cambridge: MIT Press, 1999.
Bush, Vannevar «As we may think», *The Atlantic Monthly*, 1945.
Castells, Manuel *La Galaxia Internet*, Barcelona: Areté, 2001.

- Crawford, Chris *The Art of Interactive Design*, San Francisco: No Starch Press, 2003.
- Darley, Andrew *Cultura visual digital*, Barcelona: Paidós, 2002.
- Garrand, Timothy *Writing for Multimedia*, Focal Press, 1997.
- Grau, Oliver *Virtual Art. From Illusion to Immersion*, Cambridge: The MIT Press, 2003.
- King, Lucien (ed.) *Game On. The History and Culture of Videogames*, New York: Universe, 2002.
- Landow, G. *Hipertexto: la convergencia de la teoría crítica contemporánea y la tecnología*, Barcelona: Paidós, 1995.
- Landow, G. *Teoría del hipertexto*, Barcelona: Paidós, 1997.
- Laurel, Brenda *Computers as Theatre*, Addison-Wesley, 1993.
- Levinson, Paul *Digital McLuhan*, London: Routledge, 2001.
- Lister, M.; Dovey, J.; Giddings, S.; Grant, I.; Kelly, K. *New Media: a Critical Introduction*, Londres: Routledge, 2003.
- Manovich, Lev *The Language of New Media*, The MIT Press, 2001.
- Mayer Paul, A., ed. *Computer Media and Communication. A Reader*, New York: Oxford University Press, 2003.
- McLuhan, M. *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*, Barcelona: Paidós, 1996
- Meadows, Mark S. *Pause & Effect: The Art of Interactive Narrative*, New Readers, Indianapolis, 2003.
- Murray, Janet H. *Hamlet en la holocubierta: el futuro de la narrativa en el ciberespacio*, Barcelona: Paidós, 1999.
- Packer, Randall; Jordan, Ken, ed. *Multimedia: from Wagner to Virtual Reality*, New York: WW Norton, 2002.
- Picht, Rebecca; Stöckmann, Birgit, ed. *Media-Art-History*, New York: ZKM, Prestel, 1997.
- Piscitelli, A. *Ciberculturas*, Buenos Aires: Paidós 1997.
- Piscitelli, A. *Internet, la imprenta del siglo XXI*, Buenos Aires: Gedisa, 2005.
- Rheingold, H. *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*, Barcelona: Gedisa, 1996.
- Rheingold, H. *Multitudes inteligentes*, Barcelona: Gedisa, 2004.
- Schneiderman, B. *Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction*, Massachusetts: Addison-Wesley, 1998.
- Tufte, Edward R. *Visual Explanations: Images and Quantities, Evidence and Narrative*, Cheshire: Graphic Press, 1997.
- Wardrip-Fruin, Noah; Montfort, Nick, ed. *The New Media Reader*, Cambridge: The MIT Press, 2003.

ASSIGNATURES OPTATIVES I DE LLIURE ELECCIÓ

Investigació d'Audiències (Opt)

CRÈDITS: 6

El principal objectiu de l'assignatura és presentar a l'estudiant una visió de la investigació d'audiències, veient les diferents bases de dades. Es mostra com les audiències afecten al negoci audiovisual i publicitari. Es farà un repàs sobre l'audiència en els diferents mitjans i, incidint més en la televisió, es veuran les tendències per gèneres i continguts.

CONTINGUTS

1. Panorama general de mitjans.
 - 1.1. TV Convencional/Digital/Cable.
 - 1.2. Premsa Convencional/Gratuïta.
 - 1.3. Suplements dominicals.
 - 1.4. Revistes.
 - 1.5. Ràdio.
 - 1.6. Exterior.
 - 1.7. Cinema.
 - 1.8. Internet.
2. Anàlisi d'audiències.
 - 2.1. Conceptes més utilitzats: Target, Cobertura, Rating, GRP, OTS, Freqüència, Nombre d'Impactes, Cost Per Mil, C/GRP, Share, Afinitat, Share of Spending, Share of Voice i Share of Noise.
 - 2.2. Diferents Bases de Dades: AIMC/EGM, Infoadex, Sofres, Iope.
3. La televisió.
 - 3.1. Escenari actual de la TV.
 - 3.2. Consum de TV.
 - 3.3. Share per cadenes.
 - 3.4. El més vist de l'any.
 - 3.5. Tendències per gèneres i continguts.
4. El Futur dels mitjans de comunicació.
 - 4.1. Ampliació del panorama televisiu.
 - 4.2. Previsions de futur.

AVALUACIÓ

Durant el curs hi haurà diferents treballs i exercicis pràctics que comptaran un 20% de la nota final. L'examen comptarà un 80%.
Cal tenir aprovades ambdues parts per tal de poder aprovar l'assignatura.

METODOLOGIA

La metodologia bàsica estarà basada en el plantejament de les qüestions generals del tema, la reflexió en grup a partir de la lectura dels annexos recomanats i la realització d'exercicis lligant la teoria amb la pràctica.

BIBLIOGRAFIA BÀSICA

- Bigné, E: *Temas de Investigación de Medios Publicitarios*. Madrid: ESIC.
- Díaz, Lorenzo: *La Caja Sucia. Telebasura en España*. Madrid: La Esfera de los Libros, 2005.
- Pérez-Latre, Francisco J.: *Centrales de Compra de Medios*. Pamplona: EUNSA, 1995.
- Pérez-Latre, Francisco J.: *Planificación y Gestión de Medios Publicitarios*. Barcelona: Ariel, 2000.

Sistemes d'Àudio Digital (Opt)

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

L'objectiu de l'assignatura és donar a l'estudiant les eines necessàries per a poder editar, manipular, construir i experimentar amb el so, ja sigui per crear un producte professional des del punt de vista estètic i tècnic o potenciar la creació experimental-sonoromusical.

També és bàsic que l'estudiant conegui els fonaments del so com a part integrant dels productes audiovisuals, i especialment de l'àudio digital, enfocat a web, interactius multimèdia on-line o off-line. Saber quins formats són més adequats per a cada canal de distribució.

Es donarà una visió del programari i del maquinari que actualment permet generar so i música, i dels elements que configuren un estudi de so i música semiprofessional basat en un sistema informàtic mitjà.

Alhora, es pretén que l'estudiant aconsegueixi la capacitat de crear una banda sonora per a qualsevol tipus de producció audiovisual i/o digital, combinant correctament ambients, efectes, música i locucions.

CONTINGUT:

1. Introducció

Presentació de l'assignatura. Programa. Avaluació i pràctiques

Conceptes bàsics del so a l'ordinador

Fonaments del so.

2. El so

El món analògic-digital. Visualització del so en el domini temporal. La informació temporal. Regla i Unitats. La informació d'amplitud dB, % i el mesurador de nivells. Tallar, copiar i enganxar.

Programari d'edició de so: Sony Sound Forge Audio Studio.

Formats d'Audio digital (amb i sense compressió). Audio MPEG (MP3). Encoding.

3. Processament del so

L'Amplitud. Volum, Distorsió. Normalització, Mute, Fades, Gate Noise.

Modulació de l'amplitud.

Rang Dinàmic. Compressors, Limitadors, Expansors. Bandes de freqüència. Harmonicitat, soroll, contingut i balanç espectral.

Efectes sobre la freqüència. Equalitzadors: gràfics, paramètrics, paragràfics. Transposició, Pitch Bend, glissando.

Efectes sobre el so basats en el retard.

Percepció, Realimentació, Línies de multiretard. Reverberació

Efectes de So basats en retards que varien en el temps.

Flanger, Phaser, Wah-Wah, Chorus.

Tècniques avançades de Processat

Pitch shift i time shift. Plugins i efectes Direct-X, VST. Noise Reduction.

4. El protocol MIDI

MIDI. Missatges de Nota, Control, Programa, sistema.

Ports virtuals. MIDI Yoke

Instruments MIDI

5. Enregistrament del so

Microfonia, Previs, Taula Analògica-Digital, Connexions digitals.

Enregistrament a Disc dur. Reproducció. Escolta. Efectes.

6. La Música – Introducció

- Conceptes bàsics, estils, usos. Instruments acústics, la orquestra.
 Música Digital: a la web, radio a internet, música mòbil.
 Música a l'audiovisual: televisió i cinema. Bandes sonores
 Programari de creació de música: Sony Acid Music Studio.
7. La Música Digital – Programari i maquinari
 Instruments electrònics: seqüenciadors, sintetitzadors, samplers, etc.
 Instruments digitals. Versions dels instruments analògics.
 Programari i maquinari.
 Editors d'àudio, programari Audio + Midi, notació Musical.
 Instruments Virtuals VST i Direct-X.
 Programari alternatiu o lliure.
8. Postproducció i mescla
 Programari multipistes
 Mescla. Organització. Processat Habitual. Criteris. Producció.
 Sincronització audio-video, premuntatges i premescles. SMPTE-MTC.
 Consideracions sobre el so multicanal. So envoltent.
 Sonorització. Master. Formats definitius.

AVALUACIÓ:

Examen teòric	20%
Pràctiques personals	30%
Projecte final (2 pers)	50%

Per aprovar, caldrà superar el projecte (50%) i les parts individuals (examen i dues pràctiques), que en total suma l'altre 50%.

Només es farà mitjana si tot està aprovat, a excepció d'una de les pràctiques. El projecte i l'examen (i l'altra pràctica) s'han de superar.

BIBLIOGRAFIA BÀSICA:

- Collins, Mike: *Herramientas de Audio y Música digital*. Alianza Multimedia. Medios Digitales y Creatividad 480 pag., 53,00€, 18,50 x 24,00 cm. Novembre 2004
- Fries, Bruce; Fries, Marty: *Audio digital práctico*. Alianza Multimedia. Medios Digitales y Creatividad. 464 pag., 39,50€, 18,50 x 24,00 cm. Agost 2005
- Vergara Luján, Víctor: *Música digital (edició especial. Inclou CD-Rom)* Alianza Multimedia. Guías Prácticas. 336 pags., 14,40€, 12 x 20,50 cm. Setembre 2003
- Ruiz Antón, V.J.; Rajadell Segundo, S.; Capilla Martínez, R. *El ordenador como instrumento musical MIDI (inclou CD-Rom)* Alianza Multimedia. Guías Prácticas. 368 pags., 14,40€, 12,00 x 20,50 cm. Desembre 2001

Webgrafia

- <http://www.kvraudio.com> (Programari i forums, en anglès)
<http://www.laorejadigital.com> (Cursos i fòrums, en castellà)
<http://www.northernsounds.com> (Fòrum general)

Teoria i Tècnica de la Animació Digital (Opt)

(s'impartirà a Barcelona: Escola BAU)

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

El curs Teoria i Tècnica de la Animació Digital té per objectiu principal que l'estudiant conegui dels instruments bàsics per a la creació d'animacions digitals. Per tal d'assolir aquest objectiu s'introduirà l'estudiant en els principis tècnics i narratius del llenguatge de l'animació.

CONTINGUT:

1. Estudi del moviment (humà i animal)
2. Anàlisi d'animacions.
3. La importància del timing i l'acting en l'acció
4. Introducció al disseny i estudi de personatges (Model Sheets)
5. Les fases d'un projecte i la seva realització: Story board / Lay Out / Leika / Animació

Teoria i Tècnica del Videoclip (Opt)

CRÈDITS: 6

Sessions presencials i treball dirigit:

1. Definició de videoclip. Precedents i antecedents.
Visionat de treballs realitzats en cursos anteriors en referència a l'assignatura
2. Història del videoclip
Visionat obra Michel Gondry 1
3. Gèneres i tipologies
Visionat obra Michel Gondry 2
4. Influències i relacions amb altres formats
Visionat obra Chris Cunningham 1
5. Esquema del procés complet d'un clip
Visionat obra Chris Cunningham 2
6. Idea inicial
Visionat obra Spike Jonze 1
7. Desenvolupament del guió literari
Visionat obra Spike Jonze 2
8. Anàlisi de la cançó
Visionat obra Anton Corbijn 1
9. Disseny de la producció
Visionat obra Anton Corbijn 2
10. Pressupost. Partides bàsiques
Visionat obra Jonathan Glazer 1
11. Fotografia i tècniques de rodatge. Videoart, cinema
Visionat obra Jonathan Glazer 2
12. La direcció artística
Visionat obra Mark Romanek 1
13. Realitzadors top. Exemples concrets
Visionat obra Mark Romanek 2
14. Artistes: imatges i evolució de les seves obres
Visionat obra Stéphane Sednaoui 1
15. Producció, realització i rodatge
Visionat obra Stéphane Sednaoui 2
16. Captura i muntatge
Visionat altres directors importants/MySpace
17. Postproducció
Visionat altres directors importants/YouTube

Es reserven un parell de sessions per invitar persones relacionades amb la indústria del videoclip com ara les realitzadores i fundadores de RitaClip! Pila Sanz i Núria Monferrer, i Benet Roman, director de la productora LaChula.

AVALUACIÓ:

Es formaran grups de treball d'entre tres i quatre alumnes i hauran de crear un projecte teòric i realitzar un videoclip de temàtica lliure. L'assistència a classe comptarà com un 15% de la nota final.

BIBLIOGRAFIA VIDEOCLIP

Ana María Sedeño Valdellós, *Lenguaje del videoclip, textos mínimos*; Universidad de Málaga.
Paolo Peverini, *Il videoclip*; Roma: Meltemi.

- Isabella Pezzini, *Trailer, spot, clip, siti, banner*; Roma: Meltemi.
- R. Durà, *Video musical: precedentes, orígenes y características*. València: Universitat Politècnica de València, 1988.
- J.A. Leguizamón, *El videoclip como formato o género b*; 2001, Tesis doctoral.
- J. González Requena, *El discurso televisivo: el espectáculo de la posmodernidad*; Madrid: Cátedra, 1992.
- M. Chión, *La audiovisión: Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*; Barcelona: Paidós, 1993.
- S. Frith, *Music for Pleasure. Essays in the sociology of Pop*, Cambridge: Cambridge University Press, 1988.
- Mario Villagrán Fernández, *Definiciones de videoclip, apartado inicial del estudio: Inentio Video-clip: lecturas en la búsqueda del lector modelo de la videomúsica*; Mèxic D.F., 2003.
- Mario Villagrán Fernández, *Breve historia del videoclip, apartado introductorio del estudio: Inentio Video-clip: lecturas en la búsqueda del lector modelo de la videomúsica*; Mèxic D.F., 2003.
- Mario Villagrán Fernández, *Visualizando la música: la imagen en la canción, apartado introductorio del estudio: Inentio Video-clip: lecturas en la búsqueda del lector modelo de la videomúsica*; Mèxic D.F., 2003.
- Ana María Sedeño Valdellós, *Videoclip musical: desarrollo industrial y últimas tendencias internacionales*; Universidad de Málaga, revista electrónica Ciencias Sociales Online.
- Ana María Sedeño Valdellós, *Estética del videoclip musical: el formato neobarroco*; 2004.
- Ana María Sedeño Valdellós, *El papel del videoclip musical en la creación de la identidad juvenil*; en el marco del XII Encuentro de Facultades de Comunicación Social, Felafacs, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá 2006.
- Ana María Sedeño Valdellós, *El videoclip como mercanarrativa*; UNED, *Revista Signa* 16, 2007, pp 493-504.
- Manuel Fandós Igado, "El video-clip musical"; *Comunicar*, octubre, número 1, Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación, 1993, PP 94-97.
- Ricardo Duque *Videosfera: Fragmentación, Simultaneidad, Choque o Contraste y Modularidad en la Videosfera*, 2002.

Taller de Producció Documental (Opt)

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

1. Presentar projectes de guions documentals a televisions i a productores.
2. Diferenciar entre reportatge i documental.
3. Analitzar els diferents formats documentals de l'actualitat televisiva i cinematogràfica.
4. Conèixer les tècniques per fer un bon pitching-presentació oral per vendre un documental.
5. Descobrir les tècniques necessàries de producció d'un documental: guió, realització, àudio, vídeo i muntatge.
6. Produir un documental de 24 minuts.

CONTINGUT:

1. Presentació de l'assignatura. Temari.
2. Diferència entre el documental i el reportatge. Visionat de diferents formats de documental i de reportatge.
3. Elecció del tema per al documental. Presentació de projectes previs a la producció. Preproducció.
4. Realització d'un pitching. Estudi de mercat per a la presentació de possibles guions.
5. Producció documental. Pla de producció. La flexibilitat en el guió inicial.
Les entrevistes. Direcció de personatges.
6. La realització. La posada en escena del guió. La creació audiovisual.
Tècniques de rodatge: l'àudio, el so, la imatge. Preparació de localitzacions i d'escenaris.
7. El muntatge. El lloc de creació del documental. El ritme en l'edició.
Selecció de seqüències. Transcripcions de diàlegs i minutats. Presentació de l'esquelet.
8. Presentació de projectes acabats a televisions i productores.

AVALUACIÓ:

Per avaluar l'assistència i exercicis a classe i en grup 20%. Pitchig 10%. Projecte final 10%. Documental final (preproducció, realització i muntatge) 60%.

BIBLIOGRAFIA:

Llorenç Soler, *El reportatge i el documental televisiu*. Barcelona: Edicions, 1992.
Michael Rabiger, *El documental*. Madrid: Instituto de Radio Televisión Española, 2000.
Annette Kuhn. *La cámara y yo: observaciones sobre el documental*. Filmoteca Nacional, 1977.
El efecto de la TV sobre la estética cinematográfica. JeanDebrix. 1989.
Robert J. Flaherty. *La función del documental*. 1989.
Vídeo digital, la solución global. IORTV. 1997.

FILMOGRAFIA:

Nanook, el esquimal. 1922. Robert J. Flaherty.
El hombre de la cámara. 1929. Dziga Vertov.
El triunfo de la voluntad. 1937. L. Riefenstahl.
El sol del membrillo. 1992. Víctor Erice.
Baraka. 1993.
La batalla de Chile. 1976. P. Guzman.
Boix, un fotógrafo del infierno. 2000. Llorenç Soler.
En construcción. 2001. J.L. Guerin.
El blues. 2003-2006. M. Escorsese.

Fahrenheit 9/11. 2004. Michael Moore.
Juguets rotos. 1996. Manuel Summers.
Grizzly Man. 2005. W. Herzog

Teoria i Tècnica del Videojoc (Opt)

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

Conèixer els orígens tecnològics i culturals dels videojocs i el seu paper com a mitjà de comunicació de masses. El coneixement de les seves possibilitats tecnològiques i expressives i del procés creatiu i comercial que l'envolta, així com les seves relacions amb altres mitjans d'expressió és indispensable en una formació sobre la comunicació digital present i futura.

CONTINGUT:

1. Orígens i antropologia del joc.
 - El joc com a base de la cultura
 - Característiques del joc
 - Les regles del joc
 - L'element lúdic a la cultura actual
2. Història dels videojocs
 - Orígens tecnològics dels videojocs
 - Primers videojocs
 - Naixement de la indústria
 - Plataformes i cicles
3. Tècnica, estètica i continguts
 - Evolució tecnològica
 - Evolució de l'estètica
 - Noves tecnologies, nous continguts
4. Gèneres del videojoc
 - Del pur entreteniment a la narrativa interactiva
 - Videojocs a la butxaca
 - Còmics, cinema i videojocs
 - Esports
 - Sistemes: simulacions i estratègia
5. Narrativa vs Interactivitat
 - Els problemes de la narrativa interactiva
 - Aventures gràfiques vs rol
 - És pot computar el drama?
 - Sistemes d'entrada i sortida de dades
 - Estructures narratives (Propp, Campbell, Polti)
 - És la simulació el futur de la narrativa interactiva?
6. Indústria
 - Videojocs com a producte
 - Públic dels videojocs
 - Convergència mediàtica
 - Videojocs i mitjans
 - Relació entre creador i usuari
 - Mod Scene i independents
7. Disseny de videojocs
 - Del garatge a la producció en sèrie
 - Perfils professionals
 - El document de disseny

- Postmortem
- 8. Crítica de videojocs
 - Periodisme d'entreteniment
 - Periodisme cultural
 - Qui necessita un expert en videojocs?
 - Crítics cercant el vuitè art: Ludology
 - Futur de la crítica i la indústria

METODOLOGIA:

A l'assignatura es dóna prioritat a les classes pràctiques, com ara el visionat i posterior comentari de videojocs, tant oral com escrit. La part teòrica es proporcionarà en base a apunts, xerrades del professor, lectura d'articles i debats sobre l'actualitat dels mitjans audiovisuals.

AVALUACIÓ:

Treballs pràctics: Durant el curs es realitzaran treballs pràctics i exposicions (15% de la nota final)

Examen de final de curs sobre continguts parcials de l'assignatura amb un valor total equivalent al 60% de la nota final.

L'avaluació constarà de diferents parts, marcades per l'elaboració de diferents pràctiques i exàmens, amb un valor equivalent al 20% de la nota final. La qualificació final de l'assignatura serà la mitjana entre la part teòrica i la part pràctica, sempre que s'hagin aprovat totes les parts.

BIBLIOGRAFIA:

Huizinga, Johan *Homo Ludens*. Madrid: Alianza Editorial, 1983.

Levis, Diego *Videojuegos, un fenómeno de masas*. Barcelona: Paidós, 1997.

Murray, Janet *Hamlet en la holocubierta*. Barcelona: Paidós, 1999.

Gubern, Roman *El eros electrónico*. Madrid: Taurus, 2000.

Tècniques de l'Entrevista (Opt)

CRÈDITS: 6

DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

L'assignatura treballa els processos de producció i realització d'entrevistes de personalitat en profunditat en premsa ràdio i televisió atenent les especificitats propies de cada mitjà.

OBJECTIUS:

Treballar intensament i extensa totes les fases del procés de realització d'una entrevista en els processos de producció i de creació.

Conèixer les especificitats del gènere en funció del mitjà.

CONTINGUTS:

1. L'entrevista de caràcter
 - Característiques generals
 - Processos de producció i documentació
 - Preparació del guió de l'entrevista
2. Entrevista en premsa
 - Aproximació històrica
 - Característiques específiques del mitjà
 - Fases de producció i creació de l'entrevista en premsa
3. Entrevista en ràdio
 - Característiques específiques del mitjà
 - Fases de producció i creació de l'entrevista en ràdio
4. Entrevista en televisió
 - Característiques específiques del mitjà
 - Fases de producció i creació de l'entrevista en televisió

METODOLOGIA:

Per assolir els coneixements del temari combinarem tres tipus de classe:

Classes teòriques

Anàlisi i visionat d'entrevistes

Producció i realització individual d'entrevistes de premsa i treball en equip per a la producció i realització d'entrevistes en ràdio i televisió.

AVALUACIÓ:

L'avaluació és continuada i presencial. Per superar l'assignatura cal haver fet un seguiment continuat del curs, amb un mínim del 80%.

Entrevista en premsa	33%
Entrevista en ràdio	33%
Entrevista en televisió	33%

BIBLIOGRAFIA

Bàsica

Balsebre, A.; Vidal, D.; Mateu, M. (1998) *La entrevista en radio, televisión y prensa*, Madrid: Cátedra.

Complementària

Quesada, M. (1984) *La entrevista: obra creativa*, Barcelona: Mitre.

Televisió Educativa (Opt)

CRÈDITS: 6

DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA:

L'accés al coneixement i als continguts és i serà cada vegada més a partir de codis audiovisuals interactius i multimèdia. La responsabilitat en l'accés al coneixement recau sobre els comunicadors i els educadors com a creadors de continguts que es construeixen amb els llenguatges de les Tecnologies de la Informació i de la Comunicació.

OBJECTIUS:

Dotar dels coneixements per a l'anàlisi i relació dels processos essencials de la societat de la informació: el procés comunicatiu i el procés educatiu.

Analitzar l'audiovisual com a context formatiu.

Repensar l'educació en funció de l'audiovisual.

Aprendre a crear i dirigir projectes multimèdia en l'àrea de la comunicació i l'educació, amb l'objectiu final d'entendre l'edu-comunicació com el paradigma de la ciutadania visible.

CONTINGUT:

1. El binomi audiovisual / educació.
 - a. Noves formes de comunicació, noves cultures
 - b. El procés comunicatiu vers el procés educatiu
 - c. L'audiovisual com a context formatiu.
 - d. La informació forma i la formació informa
2. Noves formes de processament de la informació
 - a. Els llenguatges racionals i els llenguatges emocionals.
 - b. Del racional a l'emocional.
 - c. De l'emocional al racional.
 - d. La seducció com a exigència i garantia de l'eficàcia.
3. Criteris per a la construcció de nous llenguatges audiovisuals.
 - a. Els continguts de risc.
 - b. Els continguts de la nova era digital. Imatges televisives i televisió digital.
 - c. Canvis de representació i percepció en la comunicació en xarxa.
 - d. Desenvolupament legislatiu i deontològic. Directiva de la televisió sense fronteres.
 - e. Models d'elaboració d'elements audiovisuals i multimèdia.
4. La ficció com a tutor informal de la societat.
 - a. Agents, rols i referents.
 - b. La realitat en un text
5. L'entorn audiovisual en constant adaptació evolutiva. Incidència educativa.
 - a. De l'escriptura al hipermedia.
 - b. Quins llenguatges per les noves pantalles?
 - c. De la informació a l'oci global.
 - d. De l'analfabetisme tradicional a l'alfabetització audiovisual crítica.

METODOLOGIA:

Per assolir els coneixements del temari combinarem dos tipus de classe:

a) Les classes de base teòrica.

b) Les pràctiques amb equips tècnics on es realitzarà un segment audiovisual de curta durada.

AVALUACIÓ:

1. Examen teòric escrit corresponent al temari de l'assignatura, documents, visionat i lectures de l'assignatura (40%).
2. Realització d'un segment audiovisual de curta durada (40%).
3. Visionat, anàlisi i lectura de text de diferents llenguatges i formats (20%).

Per la qualificació final cal aprovar les tres parts. De no ser així es mantindrà la nota de les parts aprovades fins a la segona convocatòria de l'assignatura.

BIBLIOGRAFIA:

- Delors, J. *Educació: Hi ha un tresor amagat a dins*, Barcelona: UNESCO, 1996.
- Ferrés, J. *Educar en una cultura del espectàculo*. Barcelona: Paidós, 2000.
- Ferrés, J. *La publicidad, modelo para la enseñanza*, Madrid: Akal, 1994.
- Morcellini, M. *La televisione fa bene ai bambini*, Roma: Malmetti Editore, 1999.
- Pérez Tornero, J.M. *El desafío educativo de la televisión*, Barcelona: Paidós, 1994.
- Pérez Tornero, J.M. *Comunicación y educación en la sociedad de la información*, Barcelona: Paidós, 2000.
- Rivière, M. *El malentendido: como nos educan los medios de comunicación*. Barcelona: Icaria, 2003.

Teoria i Tècnica del Guió Cinematogràfic (Opt)

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

Entendre i reconèixer els fonaments tècnics i teòrics de l'escriptura de guions cinematogràfics. Obtenir les tècniques, conceptes i eines necessàries per analitzar i crear guions de ficció cinematogràfica en les seves fases successives.

CONTINGUT:

1. La vida de les idees: guió original i adaptació.
 - L'ofici de guionista – Original i adaptació – Tipus i mecanismes d'adaptació.
2. Gènesi i metamorfosi del guió: de la idea al guió literari.
 - Idea motriu– Sinòpsi – Argument – Escaleta – Tractament – Guió Literari.
3. L'estructura narrativa clàssica en tres actes.
 - Estructura dramàtica – Estructura narrativa – Els Actes – La Trama – Plantejament: del detonant al nus de la trama – Confrontació: del conflicte al punt de gir – Desenllaç: del clímax a la resolució
4. Estructures narratives alternatives.
 - Avantguardes històriques: Antinarració - Lògica associativa – Nous Cinemes: Descripció, contemplació i temps morts – Metallenguatges: meta-històries, discursos autoreferencials. – Històries de l'altre costat: visions alternatives i ghettos subculturals.
5. La construcció de personatges.
 - El Personatge – La Caracterització – Les Vides del personatge
6. Les unitats del guió que fan que l'acció avanci.
 - L'Escena – La Seqüència – Els Límits entre escena y seqüència
7. L'economia del coneixement.
 - Selecció i dosificació de la informació – El Punt de vista - Els Nivells de la historia
8. Alguns principis per a l'elaboració de diàlegs.
 - Funcions del diàleg – Tipus de diàleg – Errades a evitar a l'hora d'escriure diàlegs

METODOLOGIA:

S'impartiran classes magistrals en les quals l'estudiant participarà a través de comentaris i debats oberts al voltant d'algun dels conceptes centrals de cada tema. Les classes es recolzen en exemples audiovisuals (fragments de produccions cinematogràfiques) i en material complementari fotocopiats (lectures, esquemes, models formals...). Al llarg del quadrimestre, l'estudiant haurà de realitzar diferents exercicis pràctics amb l'objectiu de lliurar un treball pràctic final avaluable.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

- Carrière, Jean-Claude; Bonitzer, Pascal; *Práctica del guión cinematográfico*. Barcelona: Paidós, Comunicación 47, 1998 (1991).
- Field, Syd; *El libro del guión. Fundamentos de la escritura de guiones*. Madrid: Plot, 1994 (1982)
- Goldman, William; *Las aventuras de un guionista en Hollywood*. Madrid: Plot, 2002.
- King, Stephen; *Mientras escribo*. Barcelona: Mondadori Debolsillo, 2005.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTÀRIA

- Buñuel, Luís; *Mi último suspiro*. Barcelona: Plaza & Janes, 1993.
- Chion, Michel; *Como se escribe un guión*. Madrid: Cátedra, Signo e Imagen 11, 1988.
- Comparato, Doc; *De la creación al guión*. Madrid: IORTV, 1992.

- Dimaggio Madeleine; *Escribir para televisión. Cómo elaborar guiones y promocionarlos en las cadenas públicas y privadas*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1992.
- Fernán-Gómez, Fernando; *El vendedor de naranjas*. Madrid: Espasa, 1999.
- Mckee, Robert; *El guión. Sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. Barcelona: Alba Editorial, 2002.
- Riambau, Esteve; Torreiro, Casimiro; *En torno al guión. Productores, directores, escritores y guionistas*. Barcelona: Festival de Cinema de Barcelona-SGAE, 1990.
- Seger, Linda; *Como convertir un buen guión en un guión excelente*. Madrid: Rialp, 1991.
- Tibias, Ronald B.; *El guión y la trama*. Madrid, Ediciones Internacionales Universitarias / Umelia Textos, 1999.
- Vale, Eugene; *Técnicas del guión para cine y televisión*. Barcelona: Gedisa, 1993.
- Vilches, Lorenzo (Comp.); *Taller de escritura para cine*. Barcelona: Gedisa, 1998.

Producció per a Dispositius Mòbils (Opt)

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

L'assignatura té per objectiu principal que l'estudiant conegui les tendències actuals de producció i distribució de continguts audiovisuals per a tota mena de dispositius mòbils: telèfons, PDA's, consoles de videojocs, reproductors multimèdia, etc... Aquest coneixement parteix d'una doble vessant: la producció i de continguts «tradicionals» –televisió, ràdio, videojocs, etc.– que s'adapten als nous canals de distribució i la creació de nous continguts «des de zero» ja pensats per a aquests noves plataformes (per exemple, comunitats als voltants de la telefonia mòbil, jocs basats en localització, etc.).

També es donaran a conèixer els models de negoci que s'estan desenvolupant perquè l'estudiant reflexioni sobre la viabilitat dels nous projectes multiplataforma.

CONTINGUT:

1. Introducció: producció i distribució de continguts multiplataforma

Dispositius mòbils

Telefonia mòbil – De l'SMS al 3G..

SMS, la “killer app” del mòbil.

TV al mòbil: la nova “killer app” mòbil

La convergència de dispositius i funcionalitats en un sol aparell mòbil.

2. Continguts audiovisuals per a dispositius mòbils

TV i altres continguts audiovisuals al mòbil

Ràdio i música al mòbil.

Videojocs al mòbil.

Mòbil i Web 2.0

Altres sinergies entre dispositius mòbils i fixos: iTunes, TivoToGo, etc.

Continguts i serveis basats en localització

Bluetooth: continguts i serveis basats en proximitat

Altres casos i Models de negoci

3. Continguts mòbils per a mitjans tradicionals: “Citizen Media”

Cas d'estudi BBC

4. Noves plataformes, nous continguts

Comunitats mòbils

Localització: geocaching, etc.

Experimentació

METODOLOGIA:

Aquesta assignatura està molt en contacte amb el que passa al mercat. Sobre una base teòrica del que és la producció i distribució de continguts multiplataforma (web, mòbils, TV, ràdio, etc...), s'exemplificarien els casos més rellevants, innovadors i profitosos d'arreu del món, amb èmfasi especial al que passa en el nostre entorn més proper (Catalunya i Espanya). Tractant-se d'un terreny en què la bibliografia és escassa (per no dir nul·la), es convidaria a alguns dels actors que treballen els continguts mòbils en el seu dia a dia: gent de les operadores de telefonia com Amena o Telefónica Movistar, desenvolupadors de videojocs i aplicacions mòbils, productors audiovisuals, etc.

AVALUACIÓ:

Durant el curs es realitzaran 2 treballs pràctics (projecte d'adaptació d'un contingut audiovisual “tradicional” a dispositius mòbils i projecte de contingut de nova creació) i es farà un examen final amb part teòrica i pràctica.

BIBLIOGRAFIA:

Diversos autors: *Comunicación audiovisual digital: nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*. Editorial UOC, 2006

BIBLIOGRAFIA ON LINE:

www.moconews.net

www.paidcontent.org

www.umtsforum.net

www.3g.co.uk

www.160characters.org

www.cellular-news.com/

www.pbs.org/mediashift

www.lostremote.com

www.vayatele.com

www.geocaching.com

www.blasttheory.co.uk

www.vayatele.com

www.xatakamovil.com

<http://gamdala.blogspot.com>

www.mobiletv.info

www.mobiletvreview.com

www.personalizemedia.com

www.mobiletvforum.com

Creació de Formats Televisius (Opt)

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

El format televisiu és l'equivalent a la recepta de cuina: si està ben escrita, qualsevol cuiner amb ofici pot dur-la a terme. Actualment el mercat televisiu va a la recerca d'idees originals i –del que és encara més important– del know-how per produir-les. En aquesta assignatura es vol fer una introducció exhaustiva al món dels formats televisius: la seva història, la seva conceptualització, distribució, evolució i també tota la seva problemàtica legal. L'estudi dels formats televisius ens durà a enfrontar-nos amb el nou repte de la producció audiovisual: fer “Televisió 360”, és a dir, fer que el format sigui multiplataforma i que es produeixin sinergies entre canals (TV, web 2.0, mòbils....).

CONTINGUTS:

1. Introducció
2. Mercat televisiu 2.0: situació al 2007
 - La idea, primer esglaió per conceptualitzar un format
 - Idees: gratuïtes, universals, no registrables
 - Diferències entre idea, format i producció televisiva
 - Tipologia de gèneres televisius
 - Infantils, musicals, documental, informatius, docusoap, reality....
3. Formats televisius
 - Què és el format?
 - Una mica d'història
 - Conceptualització i desenvolupament del format: Del “paper” al “pack”
 - Primers passos per vendre una idea
 - El pilot
 - Evolució del format després de l'emissió
 - Adaptació de formats
 - Hibridació de formats
 - Distribució i mercats
 - Empreses i productores de formats
4. Aspectes legals: registre, drets d'autor, etc.
5. Autoregulació del sector (FRAPA)
6. Models de negoci publicitari:
 - Patrocini
 - Product placement
 - Bartering
7. -Creació de formats multiplataforma: TV360. Big Brother Second Life, MTV Virtual Laguna Beach, etc.

METODOLOGIA:

A banda de l'exposició teòrica, es visionaran programes d'arreu del món basats en formats de tota mena de gèneres (reality, quiz-show, docu-soap, ficció, etc.). També es convidaran ponents que treballen en el dia a dia de la conceptualització i distribució de formats.

AVALUACIÓ:

Durant el curs es faran dos treballs pràctics, un d'anàlisi d'un format ja existent i l'altre de conceptualització des de zero d'un nou format televisiu i dels components necessaris per convertir-lo en un contingut “360”. Es farà un examen final amb part teòrica i pràctica.

BIBLIOGRAFIA

- Saló, Gloria (2003) *¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*, Barcelona: Gedisa.
- Moran, Albert; Mallbon, Justin (2006) *Understanding the Global TV Format*. Ed. Intellect, Bristol/Portland
- Ortega, M.L. (Coord.) (2005) *Nada es lo que parece Falsos documentales, hibridaciones y mestizajes del documental en España*.
- Cebrián Herreros, M. (2004) *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con internet*.

Crítica Audiovisual i Multimedia (LLE)

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

El Cinema: Assignatura teòrica i pràctica destinada a aprendre a mirar i valorar els productes audiovisuals tenint en compte el cos teòric que sovint determina l'enfocament a prendre davant del producte, analitzar l'objecte visualitzat tenint en compte el propi llenguatge del mitjà, desenvolupar una valoració i manifestar-la per escrit.

CONTINGUT:

1. Crítica cinematogràfica després del cinema
 - Definicions, utilitat i viabilitat.
 - Impasse actual.
 - Història de la crítica cinematogràfica
 - Nord-Amèrica –Andrew Sarris
 - França –Cahiers du Cinema
 - Espanya –Film ideal/Vuestro cine
 - Catalunya –José Luis Guarner.
2. Teoria i crítica. Influències de la lingüística, la psicologia, la narratologia
 - Antecedents i inicis, teoria del cinema.
 - Formalistes russos, escola de Frankfurt i política dels autors.
 - Estructuralisme i semiologia, feminisme, teories postcoloniales.
 - Posmodernisme, multiculturalisme, teories postcine.
3. Anàlisi relats audiovisuals. El film com a text
 - Procediments.
 - Anàlisi components cinematogràfics: codis visuals, gràfics i sons.
 - Anàlisi de la representació: l'espai i el temps cinematogràfic.
 - Anàlisi narratiu: personatges i esdeveniments.
 - Anàlisi comunicatiu: punts de vista. La mirada i els seus recorreguts.
4. Estètica i cinema
 - L'enunciació fílmica. Relat i narració.
 - El muntatge.
 - El realisme en el cine.
 - Cinema i llenguatge. La intel·ligibilitat del film.
 - L'espectador de cinema. La identificació.
 - Cinema i música.
5. La indústria cinematogràfica
 - Distribució global.
 - Cinemes nacionals.
 - Magma audiovisual.
 - Consum.
6. Publicacions especialitzades i diverses
 - Com sobreviure a la sobreinformació.
7. Festivals cinematogràfics
 - Novetats, modes i premis
 - Circuits alternatius.

METODOLOGIA:

L'assignatura dóna prioritat a les classes pràctiques, com ara el visionat i posterior comentari de material audiovisual, tant oral com escrit. La part teòrica es proporcionarà en base a apunts, xerrades del professor, lectura d'articles i debats sobre l'actualitat dels mitjans audiovisuals.

BIBLIOGRAFIA:

Cinema

Bazin, André. *¿Qué es el cine?* Madrid: Rialp, 1990.

Cabrera Infante, G. *Cine o sardina*. Madrid: Alfaguara, 1997.

García, J. L. *Morir de cine*. Madrid: Nickel Odeon, 1996.

Stam, R. *Nuevos conceptos en la teoría del cine*. Barcelona: Paidós, 1999.

Truffaut, F. *El cine según Hitchcock*. Madrid: Alianza Editorial, 1974.

Tubau, I. *Crítica cinematográfica española. Bazin contra Aristarco: la gran controversia de los años 60*. Barcelona: Publicacions Edicions Universitat de Barcelona, 1983.

Diversos autors. *José Luis Guarnier. Autorretrato del cronista*. Barcelona: Anagrama, 1994.

Filmografia

Fragments seleccionats per il·lustrar classes, motiu d'anàlisi i comentari.

Infografia II (LLE)

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

Capacitar l'estudiant per entendre i crear infografies interactives per a publicacions on-line utilitzant tots els recursos gràfics del disseny.

El programa proporciona els coneixements teòrics i pràctics inherents al desenvolupament del disseny multimèdia destacant el tractament dels gràfics informatius dinàmics com a noves formes expressives dels mitjans audiovisuals.

CONTINGUT:

1. Noves formes narratives a la infografia multimèdia
 - Diferències de les formes narratives
 - Avantatges de les noves possibilitats
 - Funció de la infografia a internet
 - Amplificació de la informació
 - La tecnologia al servei de la infografia interactiva
2. Disseny de la informació al procés infogràfic
 - Límits de la infografia multimèdia
 - Qualitats de l'infografista interactiu
 - Diferències respecte de la infografia impresa
 - Ús de la imatge i les seves noves possibilitats
 - Les noves maneres de plantejar la informació
3. Elements i estructura dels infogràfics multimèdia
 - So
 - Vídeo
 - Moviment vectorial
 - Animació
 - Interface
 - Navegació
4. Variables gràfiques
 - Infografia on-line fotogràfica
 - Infografia on-line il·lustrada
 - El collage a la Infografia on-line
 - La «timeline» interactiva
 - Tipografia i color

METODOLOGIA:

L'ensenyament privilegia l'aprenentatge dels següents coneixements:

- Conèixer i analitzar la importància de la infografia als medis interactius
- Controlar el procés de realització d'una infografia fins a la seva publicació
- Conèixer les eines tècniques i els recursos gràfics per a la creació d'una infografia
- Crear infografies enfocades a publicacions on-line i electròniques
- Dominar els recursos gràfics per a la seva realització mitjançant eines informàtiques adequades.

AVALUACIÓ:

Treballs pràctics: Durant el curs es realitzaran treballs pràctics (60% de la nota final)

Examen de final de curs amb un valor tota equivalent al 40% de la nota final.

BIBLIOGRAFIA:

- Nigel Holmes, *The Best in Diagrammatic Graphics*. Rotovision (March 1, 1994).
- Paul Mijksenaar, *Una introducción al Diseño de la información*. Mèxic: GG.
- Trevor Bounford, *Diagramas digitales Cómo diseñar y presentar información gráfica*, Barcelona: GG Diseño.
- Michael Burke, Peter Wildbur, *Infográfica. Soluciones innovadoras en el diseño contemporáneo*.
- Society of News Design, *Malofiej 11 premios internacionales de infografía*. Index Book.
- Cases i associats, *Diseño de información proyectos 2003-2004*. Sol 90.
- Joan Costa, *La Esquemática, visualizar la información*. Barcelona: Paidós.
- Ronnie Lipton, *Information Graphics and Visual Clues* – new in paperback.
Communicating Information through Graphic Design.
- De Pablos, José M, *Infoperiodismo. El periodista como creador de infografía*, Madrid: Síntesis, 1999.
- Gäde Reinhard, *Diseño de periódicos. Sistemas y métodos*. Barcelona: GG Diseño.
- Adrian Frutiger, *Signos, símbolos, marcas, señales*. Barcelona: GG Diseño.
- Blackwell, L. *Tipografía del siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili, 1998.
- Society for News Design, 2002. *The Best of Newspaper Design Society for News Design*.
- Casasús, J.M.; Nuñez Ladeveze, L. *Evolución y análisis de los géneros periodísticos*. Barcelona: Ariel, 1991.

Taller de Ràdio (LLE)

CRÈDITS: 6

DESCRIPCIÓ DE L'ASSIGNATURA

Aquesta assignatura és un segon nivell de les característiques del llenguatge radiofònic. Suposa l'acostament al mitjà des d'un punt de vista més periodístic, aprofundint en els gèneres més típics per dotar l'estudiant de Comunicació Audiovisual d'unes nocions bàsiques del criteri periodístic a l'hora d'afrontar gèneres com l'entrevista o el reportatge.

CONTINGUTS:

- 1.- Gèneres radiofònics informatius I
 - La notícia i la crònica
 - Els butlletins
 - L'informatiu o servei principal de notícies
- 2.- Gèneres radiofònics informatius II
 - L'entrevista radiofònica: tipologia i tècniques.
- 3.- Gèneres radiofònics informatius III
 - El reportatge a la ràdio
- 4.- Gèneres d'opinió radiofònics
 - Monòlegs i diàlegs
 - Debat, tertúlia i taula rodona
 - Vox populi
- 5.- La música a la ràdio

METODOLOGIA

L'assignatura consta de sessions teòriques on es treballaran els conceptes que s'aplicaran a les pràctiques setmanals.

Les pràctiques seran individuals o en grup, en funció del temari, i es duran a terme tant a l'estudi de ràdio com a les cabines habilitades per muntar el material sonor.

SISTEMA D'AVUACIÓ

Primera convocatòria: Avaluació continuada durant el curs

- Reportatge final (30%)
- Entrevista individual (30%)
- Exercicis setmanals (40%)

Assistència obligatòria a totes les pràctiques.

Segona convocatòria: Examen teoricopràctic i lliurament de pràctiques individuals.

BIBLIOGRAFIA

Bàsica

Cebrián, M. (1994). *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Madrid: Síntesis.

Cebrián, M. (1992). *Géneros Informativos Audiovisuales*. Madrid: Ciencia 3.

Huertas, Amparo; Perona, Juan J. (1999). *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*. Barcelona: Bosch.

Complementària

Balsebre, A.; Mateu, M.; Vidal, D. (1998) *La entrevista en radio, televisión y prensa*. Madrid: Cátedra.

- Castellanos, J.A. (2004) *Manual de pronunciació. Criteris i exercicis de locució*. Vic: Eumo Editorial.
- Cuní, J. (1999) *La ràdio que triomfa. L'abecedari d'això que en diem magazín*. Barcelona: Pòrtic. Eines de periodistes, núm. 4.
- Fagoga, C. (1988) "El sistema de fuentes informativas" a *Revista de Ciencias de la Información*. UCM. Vol. 5. 139-149
- Martí, J.M. (2000) *De la idea a l'antena. Tècniques de programació radiofònica*. Barcelona: Pòrtic. Col·lecció "Eines de periodistes" núm. 5.
- (1990): *Modelos de programació radiofònica*. Barcelona: Feed-Back.
- Martí, J.M. (director), Bonet, M., Perona, J.J.; Salvador M. (1996): *La ràdio a Catalunya*. Centre d'Investigació de la Comunicació. Generalitat de Catalunya.
- Merayo, A. (1992): *Estructura del proceso informativo radiofónico*. Madrid: Complutense.
- Prósper, J.; López, C. (2001), *Elaboración de noticias y reportajes*. València: Fund. Univ. San Pablo.
- Tuchman, G. (1983), *La producción de la noticia*. G. Gili. Barcelona
- Villafañé, J., Bustamante, E.; Prado, E. (1987), *Fabricar noticias. Las rutinas productivas en radio y televisión*. Barcelona: Mitre.

Taller Avançat de Ràdio (LLE)

CRÈDITS: 6

L'assignatura completa el cicle del mitjà radiofònic amb una perspectiva global, treballant gèneres més híbrids i lligats al magazín on els estudiants poden conèixer una ràdio més creativa i menys informativa. L'objectiu és abordar programes complexos del panorama actual a partir de la interacció d'alumnes provinents de Comunicació Audiovisual i Periodisme.

Taller de Weblogs (LLE)

CRÈDITS: 6

L'assignatura proporciona a l'estudiant una visió àmplia de les capacitats comunicatives d'aquest format de publicació tant per a l'ús particular com per al professional en totes les àrees de comunicació possibles. Al final del curs l'alumne podrà crear i mantenir una weblog tant textual com multimedial que compleixi els objectius de comunicació establerts.

Cultura Pop/Cultura de masses (LLE)

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

Anàlisi de pràctiques i teories artístiques pop. Es posa èmfasi en l'anàlisi de textos, de visuals, i d'obres artístiques en relació amb els debats culturals teòrics.

CONTINGUT:

1. Cultura Pop (o no): nivells de cultura, cultura de masses, modernitat, posmodernitat, crítiques post-colonials, marxistes, feministes.
2. Música, literatura i cultura pop (I): poesia de la modernitat (T.S. Eliot), cultures urbanes, poesia de la posmodernitat (hip-hop). El cas estatal: Polen i la Mala Rodríguez.
3. Música, literatura i cultura pop (II): beatniks i cultura pop, el cas folk (Bob Dylan), feminisme i música de la posmodernitat (grrrl riot i PJ Harvey), influències en l'art (Barbara Krueger) i el cas britànic de la lluita de classes (Pulp)
4. Art al carrer: graffitis i stencils: cultura urbana, la ciutat. Polítiques urbanes. El cas espanyol: Los Reyes del Mambo.
5. El còmic en el món modern: Masotta i l'aproximació al pop art. Còmic i cinema. El còmic com a fenomen de memòria (Maus).
6. Gèneres cinematogràfics: ciència-ficció, transgressió dels ordres establerts i "the Teen Movie"

METODOLOGIA:

L'ensenyament privilegia l'aprenentatge dels següents coneixements

1. Debatre i participar en relació al nivells de cultura.
2. Sintetitzar les diferents posicions teòriques.
3. Aportar coneixements relacionats amb les disciplines que tractem.
4. Reconèixer els trets fonamentals de la cultura pop.
5. Analitzar obres artístiques de tot tipus: videoclip, pel·lícula, còmic, música, graffitti.
6. Relacionar els continguts amb les nocions de transgressió i nivells culturals.
7. Teoritzar i argumentar la validesa (o no) dels fets artístics.

AVALUACIÓ:

Treballs pràctics: Durant el curs es realitzaran treballs pràctics

Examen de final de curs sobre el contingut de l'assignatura.

L'avaluació constarà de diferents parts i s'haurà d'aprovar cada una per separat. La qualificació final de l'assignatura serà la mitjana entre la part teòrica i la part pràctica, sempre que s'hagin aprovat totes les parts.

BIBLIOGRAFIA:

(a determinar)

Taller de Fotografia i Il·luminació (LLE)

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

Assolir uns coneixements avançats en el procés fotogràfic digital, així com en les seves eines de post-producció. I introduir-se en les tècniques d'il·luminació en plató fotogràfic.

Aconseguir elaborar un discurs visual propi a partir d'un encàrrec professional o d'una inquietud personal.

Per tal d'assolir aquests objectius s'impartiran coneixements teòrics que seran portats a la pràctica als diferents platós de fotografia..

CONTINGUT:

- Diferències entre fotografia analògica i digital, avantatges i inconvenients
- Software i càmeres del mercat: Nikon, Canon, Hasselblad, Capture One, Leaf...
- Procés fotogràfic digital: tipus de CCD del mercat i funcionament
- Calibratge del monitor.
- Resolució, qualitat i mida de la imatge. Formats d'arxiu fotogràfic digital, característiques de captura i postproducció
- Mètodes d'emmagatzematge de la imatge digital

Pràctica. Comparativa analògica/digital

Luminometria:

- Teoria de la llum i propietats: intensitats, fonts.....
- Color i temperatura de la llum. Balanç de blancs personalitzat
- Graus Kèlvin, colorímetres...

Fotometria:

- Aparells de mesura i funcionament: fotòmetre de mà, fotòmetre integrat, càlcul del gris mig de la imatge...
- Mesura dels diferents tipus de llum: incident, reflectida, flash

Exercici pràctic per resoldre a classe i a l'estudi

- Il·luminació natural i artificial, flash, tipus de focus i complements: espots, lents fresnel, finestres, paraigües, viseres, panells d'abella....
- Il·luminació bàsica, llum de fons, suma de llums i mètode dels números guia
- Funcions de les llums, il·luminació en triangle, retrat i grups
- Control del contrast per il·luminació.
- Càlcul i correcció de dominants de color

Tipus de fotografia al carrer:

- Retrat
- Fotoperiodisme
- Casaments
- Documental
- Fotografia d'autor

Tipus de fotografia d'estudi:

- Retrat
- Moda
- Bodegó d'alimentació

- Fotografia de reproducció
- Macrofotografia

Anàlisi de fotògrafs relacionats amb els diferents àmbits de la fotografia d'estudi: Biografia i obra.

AVALUACIÓ:

L'avaluació de l'assignatura es farà a través d'exercicis pràctics en l'horari de classe i l'elaboració de treballs fotogràfics a fora.

L'assistència a les classes és molt important.

Teoria i Tècnica de l'Espot (LLE)

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS

L'objectiu del curs es proporcionar a l'estudiant el coneixement dels fonaments teòrics del llenguatge audiovisual publicitari i la comprensió de la correlació de la teoria amb els procediments pràctics d'ideació i realització d'un espot publicitari. Entendre la teoria d'una pràctica per practicar amb coneixement. Capacitar l'estudiant perquè pugui participar professionalment en el procés de creació i de realització d'un espot publicitari.

CONTINGUT

Introducció:

Objectius de l'emissor.

L'univers del receptor.

Ideació del missatge.

La realització de l'espot.

Formes comunicatives de l'espot

Del discurs denotatiu al enunciatiu.

Persuasió vs. seducció.

Funció de les figures retòriques.

Gèneres narratius. Tipologia dels anuncis.

Lestructura narrativa

Anècdota. Acció. Història.

Els personatges. Funcions i interaccions.

Espai i temps a l'espot.

La trama.

El procés creatiu

Tècniques i procediments.

Determinació de l'univers visual.

Determinació de l'univers textual i gràfic.

Determinació de l'univers sonor.

La realització

Acting. Camera. Llum. Estilisme. Art.

Preproducció: Càsting, decorats, atrezzo.

Producció: Rodatge.

Postproducció: Muntatge imatge, edició banda sonora.

METODOLOGIA

El curs combinarà classes teòriques i classes pràctiques; la participació dels alumnes en ambdues és imprescindible.

Les classes teòriques constaran d'una lliçó magistral, d'un visionat i anàlisi col·lectiu d'espots i, d'un debat, prèviament programat, sobre un text d'un dels llibres de la bibliografia o d'un llibre ad hoc adient a la temàtica programada.

Las classes pràctiques s'organitzaran al voltant de la ideació i realització d'un espot seriat d'un producte imaginari o real. Els grups d'alumnes assumiran successivament els rols corresponents als diversos actors del procés: Empresa, Agència de publicitat, Productora Audiovisual i Equip de rodatge. En aquest procés els alumnes hauran de produir tots els documents i processos corresponents: briefing, investigació, brainstorming, guió i storyboard, shootingboard, briefing agència-productora, animàtic, producció, realització i muntatge.

AVALUACIÓ

L'examen de final de curs sobre el contingut de l'assignatura representarà el 50% de la nota final.

Els treballs escrits i gràfics corresponents a les classes pràctiques representaran el 25% de la nota final.

El spot realitzat per cada grup d'alumnes representarà el 25% de la nota final.

BIBLIOGRAFIA

Saborit, J. *La imagen publicitaria en televisión*, Madrid: Cátedra, 2000.

González, J.; Ortíz, A. *El spot publicitario*, Madrid: Cátedra, 1999.

Moreno, I. *Narrativa audiovisual publicitaria*, Barcelona: Paidós, 2003.

Bassat, L. *El libro rojo de las marcas*, Barcelona: Random House Mondadori, 2006.

Fernández, J.D. *Aproximación a la estructura de la Publicidad*, Sevilla: CSEP, 2005.

Joannis, H. *El proceso de creación publicitaria*, Bilbao: Deusto, 1986.

Zelinsky, E.J. *Pensar a lo grande*, Barcelona: Oniro, 2001.

De Bono, E. *El pensamiento lateral*, Barcelona: Paidós, 1992.

Marina, J.A. *Elogio y refutación del ingenio*, Barcelona: Anagrama, 1995.

Lipovetsky, G.; Roux, E. *El lujo eterno*. Barcelona: Anagrama, 2003.

Bauman, Z. *Amor líquido*, Madrid: Fondo de Cultura Económica, 2005.

Teoria i Tècnica del Tràiler (LLE)

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS

Proporcionar a l'estudiant el coneixement dels mitjans teòrics de l'anàlisi fílmica per capacitar-lo per a la realització de tràilers de manera professional. La doble vessant teoricopràctica del curs persegueix formar els alumnes tant en els elements conceptuals com en els aspectes tècnics de la realització de tràilers cinematogràfics.

CONTINGUT

La pel·lícula i l'espectador

- El punt de vista de l'autor.
- L'espectador. Percepció i cognició.
- Cinema i societat.

El tràiler

- El tràiler com a epítome de la pel·lícula.
- La funció promocional del tràiler.
- Formes narratives del tràiler.

La narració fílmica

- Història i narració.
- Temps fílmic.
- Espai fílmic.

Estructures narratives

- Funció de les estructures.
- El model canònic i altres models d'estructures.
- Escena. Seqüència. Acte.

Codis narratius dels gèneres

- Còmic.
- Dramàtic.
- Èpic.
- Fantàstic.
- Policíac.

METODOLOGIA

A les classes es combinaran les explicacions teòriques amb el visionat i anàlisi col·lectiu de pel·lícules. Els treballs pràctics consistiran en la realització d'un total de cinc tràilers per alumne que hauran d'anar acompanyats de treballs teòrics d'anàlisi de les pel·lícules escollides.

AVALUACIÓ

Elaboració d'un tràiler (avaluació final)	30%
Els tràilers (treball individual)	50%
Treballs escrits	20%

BIBLIOGRAFIA

- Casetti, F. *Teorías del cine*, Madrid: Cátedra, 2000.
- Aumont, J.; Marie, M. *Análisis del film*, Barcelona: Paidós, 2002.
- Bordwell, D. *La narración en el cine de ficción*, Barcelona: Paidós, 1996.
- Bordwell, D.; Thompson, K. *El arte cinematográfico*, Barcelona: Paidós, 1996.

- Bordwell, D. *El significado del film*, Barcelona: Paidós, 1996.
- Nichols, B. *La representación de la realidad*, Barcelona: Paidós, 1997.
- Carrière, J.C. *La película que no se ve*, Barcelona: Paidós, 1997.
- Aumont, J. *Las teorías de los cineastas*, Barcelona: Paidós, 2004.
- Altman, R. *Los géneros cinematográficos*, Barcelona: Paidós, 2004.
- Mckee, R. *El guión*, Barcelona: Alba Editorial, 2002.

Bandes Sonores (LLE)

CRÈDITS: 6

OBJECTIUS:

L'assignatura aborda la utilitat de la música en l'espai audiovisual, les seves singularitats, el seu bon ús i les característiques diferenciades entre el cinema, la televisió, el documental, la publicitat i el vídeo-joc. L'assignatura es fonamenta en teoria i pràctica per fer assequible l'ús de la música per aquells que no són músics.

CONTINGUTS:

I.- INTRODUCCIÓ: La música en el medio audiovisual. Elements indentificativos.

II.- LA MÚSICA EN EL CONTEXTO AUDIOVISUAL:

- 1.- Música necesaria y música creativa.
- 2.- Música original, preexistente y adaptada.
- 3.- Música diegética y música incidental.
- 4.- Música empática y música anempática.
- 5.- Música integrada

III- DISTRIBUCIÓN MUSICAL:

- 1.-Estructura musical
- 2.- Tema inicial y tema final.
- 3.- Tema principal, tema central y tema secundario.
- 4- Subtema.
- 5.- Contratema.
- 6- Motivos y fragmentos: el leit-motif.
- 7.- La música repetida, variada y repercutida.
- 8.- El silencio musical

IV- NIVELES DE LA MÚSICA:

- 1.- Nivel sonoro.
- 2.- Nivel argumental.
- 3.- Nivel espacial.
- 4.- Nivel dramático

V- PROCESOS DE DINAMIZACIÓN:

- 1.- La música y los diálogos.
- 2.- La conexión secuencial.
- 3.- Alargamiento e intensificación de la secuencia

VI.- FORMAS Y MODOS MUSICALES:

- 1.- Estilos y géneros.
- 2.- Los instrumentos.
- 3.- Métodos creativos y de grabación

VII- LA TÉCNICA:

- 1.- Criterios de elección musicales.
- 2.- Los preliminares en la composición.
- 3.- La composición.
- 4.- El proceso posterior a la composición

VIII- EL DOCUMENTAL:

- 1.- Singularidades en la creación musical

IX.- EL VIDEOJUEGO:

- 1.- Paralelismos con el medio cinematográfico.
- 2.- Métodos creativos

