

**GUIA DE  
L'ESTUDIANT  
2011-2012**

FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ

**GRAU EN COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL**

# ÍNDEX

PRESENTACIÓ	1
FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ	2
Estructura	2
Departaments	2
Òrgans de govern	4
CALENDARI ACADÈMIC	6
ORGANITZACIÓ DELS ENSENYAMENTS	7
Objectius generals	7
PLA D'ESTUDIS	8
Ordenació temporal de l'ensenyament	8
ASSIGNATURES DE PRIMER CURS	13
Història Contemporània	13
Història de l'Art	16
Història de la Comunicació	19
Llengua Catalana	21
Sociologia General i de la Comunicació	25
Economia i Empresa	28
Estructura del Sistema de Comunicació	30
Fonts d'Informació	33
Introducció a l'Anglès per la Comunicació Audiovisual	35
Taller d'Informàtica	39
Taller de Redacció Periodística	41
ASSIGNATURES DE SEGON CURS	44
Anglès Escrit per a la Comunicació Audiovisual	44
Taller de Comunicació Gràfica I	46
Taller de Guió	48
Taller de Redacció i Locució en Mitjans Audiovisuals	50
Teories de la Comunicació	52
Anglès Oral per a la Comunicació Audiovisual	54
Llenguatges de la Comunicació	56
Taller de Radió	58
Taller de Televisió	60
Teoria i Estructura de la Comunicació a l'Empresa	62
ASSIGNATURES DE TERCER CURS	64
Comunicació Digital Interactiva	64
Dret de la Comunicació	68
Mètodes d'Investigació en Comunicació	70
Narrativa Audiovisual i Multimèdia	72
Optatives	75
Taller de Comunicació Gràfica II	77
Taller de Fotografia I	80
Bandes Sonores	84
Investigació d'Audiències	87
Optatives	88
Taller d'Infografia	90
Taller de Comunicació Interactiva	92
Taller de Producció Audiovisual	94
Teoria de la Imatge	96
OPTATIVES	98
Arquitectura de la informació	98
Comunicació i Educació	100
Conflictes i Relacions Internacionals	102
Convergència Mediàtica	103
Fonaments de Programació	105

Història del cinema . . . . .	108
Introducció als Videojocs . . . . .	112
Lideratge i habilitats directives . . . . .	114
Optatives . . . . .	115
Optatives . . . . .	117
Optatives . . . . .	118
Taller de Videoclips . . . . .	119

## PRESENTACIÓ

Aquesta Guia et proporciona la informació imprescindible de cara a planificar el curs amb encert, a més de donar-te referència de tots els serveis i possibilitats que t'ofereix la Facultat.

Els titulats i titulades de la nostra facultat estan notablement satisfets tant dels resultats com de la bona inserció professional que obtenen curs rere curs. Això ens estimula encara més a millorar en tot el que sigui possible la nostra oferta educativa, els nostres serveis i la nostra organització.

A nivell acadèmic, els plans d'estudi ofereixen optativitat per tal que puguis configurar l'itinerari curricular que més encaixi amb les teves característiques i interessos. Cal, però, que coneguis els perfils dels diversos tipus d'assignatures abans de prendre decisions que afectin la teva matriculació.

Un any més, voldríem 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 realitzar pràctiques en empreses, l'oportunitat de fer estades d'estudis a l'estranger en el marc dels programes d'intercanvi internacional que tenim a l'efecte, de recórrer a les tutories que t'hem assignat, d'ampliar la teva formació en idiomes més enllà de les assignatures obligatòries de la carrera, de treure tot el partit dels recursos informàtics i audiovisuals al teu abast

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

Amb aquest objectiu treballem i restem a la teva disposició.

# FACULTAT D'EMPRESA I COMUNICACIÓ

## Estructura

La Facultat d'Empresa i Comunicació de la Universitat de Vic imparteix 11 titulacions:

- Diplomatura de Ciències Empresariales
- 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)
- 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

## Departaments

- Departament de Comunicació
- Departament d'Economia i Empresa
- Departament de Llengües, Ciències Socials i Jurídiques.

### Departament d'Economia i Empresa

- Alejandra Aramayo García
- Núria Arimany Serrat
- Joan Bou i Geli
- Jordi Casas Vilaró
- Enric Casulleras Ambrós
- Ariadna Codina Ylla
- Jose A. Corral Marfil
- Josefina Damian Castellví

- Ramon Fabre Vernedes
- Josep L. García Domingo
- Ferran Gustau Jaen Coll
- Raymond Lagonigro Bertran
- Rafael Madariaga Sánchez
- Joan Carles Martori Cañas
- Ramon Oller Piqué
- Elisabet Paxau Tura
- Anna M. Pérez Quintana
- M. Antònia Pujol Famadas
- Anna M. Roma Vilanova
- Anna Sabata Aliberch
- Josep Terradellas Cirera
- Robert Vendrell Cirera
- Xavier Vicente Soriano
- Carme Viladecans Riera
- Jesús Vinyes Vila

### **Departament de Comunicació**

- Eva Arderiu Pi
- Oreste Attardi Colina
- Jordi Badia Perea
- Mar Binimelis Adell
- Xavier Carmaniu Mainadé
- Eva Caro Domínguez
- Montse Casas Arcarons
- Irene Colom Valls
- Carme Colomina Salo
- Ruth Contreras Espinosa
- Xavier Docampo Sellarès
- Óscar Fernández Ferrer
- Efraín Foglia Romero
- Maria Forga Martel
- Gerard Franquesa Capdevila
- Joan Frigola Reig
- Oriol Gifra Durall
- Arnau Gifreu Castells
- Irene García Medina
- Xavier Ginesta
- Daniel Gómez Cañete
- Zahaira González Romo
- Santiago Jordán Ávila
- Diego Linares Romera
- Guillem Marca Frances
- Raúl Martínez Corcuera
- Eulàlia Massana Molera
- Santos Mateos Rusillo
- Henry Naranjo Pérez
- Héctor Navarro Guere
- Julio Panizo Alonso
- Hugo Pardo Kuklinski
- Cristina Perales García
- Rosa Pons Cerdà

- Jordi Ribot Puntí
- Francesc Roma Casanovas
- Jordi Serrat Manén
- Sergi Solà Saña
- Jordi Trassiera Rodríguez
- Clara de Uribe Gil
- Marc Vaillo Daniel
- Conrad Xalabarder Voltas

### **Departament de Llengües, Ciències Socials i Jurídiques**

- Josep Burgaya Riera
- Gonçal Calle Rosingana
- Ignasi Coll Parra
- Jordina Coromina Subirats
- Eusebi Coromina Pou
- Montse Corrius Gimbert
- M. Carme Crivillés Grau
- Jordi De San Eugenio Vela
- Josefina Domènech Rierola
- Sandra Ezquerria Samper
- Amèlia Foraster Serra
- Miquel Genís Serra
- Josefina Guix Soldevila
- Teresa Julio Giménez
- Félix Jurado Escobar
- Manuel Llanas Pont
- Irene Llop Jordana
- Enric Martín Tubau
- Anna Masferrer Giralt
- Joan Masnou Suriñach
- Daniel Nicholls
- Anna M. Palomo Chinarro
- Dolors Palomo Chinarro
- Àngels Pinyana Garriga
- Santi Ponce Vivet
- Pere Quer Aiguadé
- Llorenç Soldevila Balart
- Lourdes Vilardell Bujons

### **Òrgans de govern**

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

Degà

- Antoni Soy i Casals

Adjunta al degà per a la Innovació Docentl

- Eulàlia Massana i Molera

Adjunta al Degà per a la Recerca i Transferència de Coneixement i coordinadora dels estudis d'Empresa

- Anna Sabata i Aliberch

Cap d'Estudis

- Xavier Vicente i Soriano

Coordinador de Periodisme

- Xavier Ginesta i Portet

Coordinador de PIRP

- Carles Grau i Bartrina

Coordinadora de Comunicació Adiovisual

- Anna Palomo Chinarro

Directors de Departament

- Jordi De San Eugenio Vela. Director del Departament de Comunicació
- Josep Lluís Garcia i Domingo. Director del Departament d'Empresa i Economia
- Llorenç Soldevila i Balart. Director del Departament de Llengües, Ciències Socials i Jurídiques

Coordinador acadèmic de Relacions Internacionals

- Pere Morera

Delegat de Recerca

- Ramon Oller

Responsable de l'Àrea de Pràctiques

- Dolors Vinyet

# CALENDARI ACADÈMIC

## Calendari acadèmic 2011-2012

Docència:

- Les 36 setmanes del curs acadèmic es distribuïran entre el 6 de setembre i el 2 de juliol
- Les 30 setmanes de docència es distribuïran entre el 6 de setembre i el 4 de juny

Docència 1rQ:

- Del 26 de setembre al 25 de gener

Docència 2nQ:

- Del 20 de febrer al 6 de juny
- Els ensenyaments de Màster i de Formació Continuada podran allargar aquests períodes

Vacances de Nadal:

- Del 24 de desembre de 2011 al 6 de gener de 2012, inclosos

Vacances de Setmana Santa:

- Del 2 al 9 d'abril de 2012, inclosos

Dies festius:

- Dimecres 12 d'octubre de 2011- El Pilar
- Dissabte 29 d'octubre de 2011- No lectiu
- Dilluns 31 d'octubre de 2011- Pont
- Dimarts 1 de novembre de 2011 - Tots Sants
- Dimarts 6 de desembre de 2011 - La Constitució
- Dijous 8 de desembre de 2011 - La Puríssima
- Divendres 9 de de desembre de 2011- Pont
- Dissabte 10 e desembre de 2011- No lectiu
- Dissabte 7 de gener de 2012 - No lectiu
- Dilluns 23 d'abril de 2012- Sant Jordi
- Dimarts 1 de maig de 2012- Festa del treball
- Dilluns 28 de maig de 2012 - Segona Pasqua (festa local pendent d'aprovació)
- Pont Dijous 5 de juliol de 2012 - Festa Major (festa local)
- Divendres 6 de juliol de 2012- Pont
- Vacances Dimarts 11 de setembre de 2012- Diada Nacional

Observació: Aquest calendari està supeditat a la publicació de les festes locals i autonòmiques locals i autonòmiques.

# ORGANITZACIÓ DELS ENSENYAMENTS

## Objectius generals

1. Tenir coneixement teòric i metodològic de la professió.
  1. Tenir coneixement dels fonaments teòrics de la comunicació audiovisual i multimèdia.
  2. Tenir coneixement de la metodologia d'investigació en comunicació audiovisual i multimèdia.
  
1. Tenir coneixement i domini dels llenguatges de la comunicació
  1. Tenir coneixement i domini de la llengua catalana i castellana
  2. Tenir coneixement avançat de la llengua anglesa
  3. Tenir coneixement i domini dels sistemes de significació gràfics, audiovisuals i multimèdia
  4. Tenir coneixement de les formes d'analitzar, sintetitzar, corregir i produir textos.
  
1. Tenir coneixement del context cultural i professional
  1. Tenir coneixement del context cultural, artístic, econòmic, social i històric
  2. Tenir capacitat de respectar i aplicar la pràctica professional als drets fonamentals
  3. Tenir coneixement de la concepció cultural europea
  
1. Tenir coneixements instrumentals i de mètodes de treball professionals
  1. Tenir coneixement i domini de tècniques instrumentals de la professió
  2. Tenir mètode de treball, qualitat, rigor i professionalitat per tal d'assegurar nivells homologats de qualitat en la professió.
  
1. Tenir coneixements associats a perfils professionals
  1. Formats Televisius: Professionalitzar-se en el sector televisiu
  2. Comunicació Digital Interactiva: Professionalitzar-se en el sector multimedia interactiu (*online*, *offline*)
  3. Cinema i Cultura Audiovisual: Professionalitzar-se en el sector del cinema i la cultura audiovisual
  4. Business and Communication: Professionalitzar-se en els aspectes comunicatius i empresarials amb perfil internacional
  5. Gestió de la Informació Multimèdia: Professionalitzar-se en l'àmbit de la gestió de la informació en entorns multimèdia.

## PLA D'ESTUDIS

Tipus de matèria	Crèdits
Formació Bàsica	60
Obligatòria	129
Optativa	30
Treball de Fi de Grau	9
Pràctiques Externes	12
Total	240

---

### Ordenació temporal de l'ensenyament

#### PRIMER CURS

##### Primer semestre

	Crèdits	Tipus
Història Contemporània	6,0	Formació Bàsica
Història de l'Art	6,0	Formació Bàsica
Història de la Comunicació	6,0	Formació Bàsica
Llengua Catalana	3,0	Obligatòria
Sociologia General i de la Comunicació	6,0	Formació Bàsica

##### Segon semestre

	Crèdits	Tipus
Economia i Empresa	6,0	Formació Bàsica
Estructura del Sistema de Comunicació	6,0	Formació Bàsica
Fonts d'Informació	3,0	Obligatòria
Introducció a l'Anglès per la Comunicació Audiovisual	6,0	Formació Bàsica
Taller d'Informàtica	3,0	Obligatòria
Taller de Redacció Periodística	6,0	Formació Bàsica

## SEGON CURS

### Primer semestre

	<b>Crèdits</b>	<b>Tipus</b>
Anglès Escrit per a la Comunicació Audiovisual	6,0	Formació Bàsica
Taller de Comunicació Gràfica I	6,0	Obligatòria
Taller de Guió	9,0	Obligatòria
Taller de Redacció i Locució en Mitjans Audiovisuals	6,0	Obligatòria
Teories de la Comunicació	6,0	Formació Bàsica

### Segon semestre

	<b>Crèdits</b>	<b>Tipus</b>
Anglès Oral per a la Comunicació Audiovisual	3,0	Obligatòria
Llenguatges de la Comunicació	6,0	Obligatòria
Taller de Radió	6,0	Obligatòria
Taller de Televisió	6,0	Obligatòria
Teoria i Estructura de la Comunicació a l'Empresa	6,0	Obligatòria

## TERCER CURS

### Primer semestre

	<b>Crèdits</b>	<b>Tipus</b>
Comunicació Digital Interactiva	3,0	Obligatòria
Dret de la Comunicació	3,0	Obligatòria
Mètodes d'Investigació en Comunicació	6,0	Obligatòria
Narrativa Audiovisual i Multimèdia	6,0	Obligatòria
Optatives	0,0	Optativa
Taller de Comunicació Gràfica II	3,0	Obligatòria
Taller de Fotografia I	3,0	Obligatòria

### Segon semestre

	<b>Crèdits</b>	<b>Tipus</b>
Bandes Sonores	3,0	Obligatòria
Investigació d'Audiències	3,0	Obligatòria
Optatives	12,0	Optativa
Taller d'Infografia	3,0	Obligatòria
Taller de Comunicació Interactiva	3,0	Obligatòria
Taller de Producció Audiovisual	9,0	Obligatòria
Teoria de la Imatge	3,0	Obligatòria

## QUART CURS

### Primer semestre

	<b>Crèdits</b>	<b>Tipus</b>
Direcció i Producció Audiovisual i Multimèdia	6,0	Obligatòria
Nous Formats Audiovisuais	6,0	Obligatòria
Optatives	9,0	Optativa
Pràctiques en Empreses	12,0	Pràctiques Externes
Treball de Fi de Grau	9,0	Treball de Fi de Grau

### Segon semestre

	<b>Crèdits</b>	<b>Tipus</b>
Art Digital i Nous Mitjans	3,0	Obligatòria
Ètica Professional	3,0	Obligatòria
Optatives	9,0	Optativa
Taller de Postproducció Audiovisual	3,0	Obligatòria

## OPTATIVITAT

### Menció en Cinema i cultura audiovisual

	<b>Crèdits</b>
Història del cinema	3,0
Crítica Audiovisual	3,0
Cultura Pop - Cultura de Masses	3,0
Introducció a l'Animació Digital	6,0
Taller de Documentals	6,0
Taller de Guió Cinematogràfic	6,0
Taller de Tràiler	3,0
Taller de fotografia II	3,0

### Menció en Comunicació Digital Interactiva

	<b>Crèdits</b>
Arquitectura de la informació	3,0
Introducció als Videojocs	3,0
Comunicació Mòbil	6,0
Disseny d'Interfícies i Usabilitat	3,0
Taller d'Àudio Digital	3,0
Taller de comunicació Col·laborativa	3,0
Fonaments de Programació	6,0
Taller d'Infografia Interactiva	6,0

### **Menció en Negocis i Comunicació**

	<b>Crèdits</b>
Conflictes i Relacions Internacionals	6,0
Convergència Mediàtica	3,0
Xarxes Socials	3,0
Lideratge i habilitats directives	6,0
Anglès per als Negocis	3,0
Construcció de Marca	6,0
Cultura Internacional de Negocis	6,0
Estratègies de Comunicació Global	6,0
Màrqueting Internacional	6,0

### **Itinerari en Formats Televisius**

	<b>Crèdits</b>
Comunicació i Educació	6,0
Taller de Documentals	6,0
Taller de Tràiler	3,0
Taller de Videoclips	6,0
Taller d'Anuncis Televisius	3,0

## Itinerari en Gestió de la Informació Multimèdia

	<b>Crèdits</b>
Arquitectura de la Informació	3,0
Bases de Dades	3,0
Fonaments de la Programació	6,0
Gestió del Coneixement	3,0
Programació Web Avançada	3,0
Visualització de la Informació	3,0

### Optatives sense itinerari

	<b>Crèdits</b>
Optatives	12,0
Optatives	9,0
Taller de Documentals	6,0
Optatives	9,0

# ASSIGNATURES DE PRIMER CURS

## Història Contemporània

Crèdits: 6.00

Primer semestre

### OBJECTIUS:

Història Contemporània és una assignatura de sis crèdits de formació bàsica on s'analitza la formació del món contemporani. Amb ella, els alumnes assoleixen uns coneixements fonamentals i imprescindibles en el desplegament de l'itinerari curricular del Grau.

### Objectius:

1. Conèixer els principals esdeveniments de la història contemporània per tal d'entendre el món actual.
2. Entendre la societat actual.
3. Analitzar les relacions econòmiques, polítiques, socials, culturals, artístiques i ideològiques de les distintes comunitats internacionals.
4. Reflexionar sobre la unitat i la diversitat del procés globalitzador.

### CONTINGUTS:

#### 1. Els fonaments del món contemporani

- 1.1. Europa abans de la Revolució Francesa
- 1.2. La Reforma protestant
- 1.3. La Il·lustració
- 1.4. El significat de la Revolució Francesa

#### 2. Les revolucions burgeses i la societat industrial

- 2.1. Liberalisme polític i liberalisme econòmic
- 2.2. Les transformacions industrials
- 2.3. Romanticisme i Nacionalisme
- 2.4. El Socialisme
- 2.5. Colonialisme i Imperialisme

#### 3. El Món entre les dues Grans Guerres

- 3.1. La Primera Guerra Mundial i les seves conseqüències
- 3.2. El nou paper dels EEUU
- 3.3. La Revolució Russa i el model soviètic

3.4. Els “feliços” anys vint, la crisi de 1929 i la Depressió

3.5. Els moviments totalitaris

#### 4. De la reconstrucció postbèlica a la fi del segle XX

4.1. Creixement econòmic i bipolarització

4.2. Keynes i l'Estat del Benestar

4.3. Desenvolupament i Subdesenvolupament

4.4. Crítics i utòpics

4.5. Els grans temes a l'entorn del canvi de Mil·lenni

#### AVALUACIÓ:

Tipus d'acció	Dates	% nota	Presentació	
			obligatòria	Resultat d'aprenentatge relacionat
Prova de lectura obligada	Setmana 11	20	Sí	Sap discernir els trets principals de la societat actual.
Prova de comprensió general	Setmana 15	20	Sí	Comprèn els principals esdeveniments de la història contemporània per tal d'entendre el món actual
Lliurament i exposició del treball en equip.	Setmanes 13 i 14	30	Sí	Sap expressar correctament els coneixements adquirits sobre la història contemporània. Sap comprendre la naturalesa dels canvis històrics i les seves conseqüències econòmiques, culturals i socials.
Ressenyes i exposicions de lectures.	Setmanes 6-10	20	Sí	Sap reconèixer les relacions econòmiques, polítiques, socials, culturals, artístiques i ideològiques en les distintes comunitats internacionals de forma sincrònica i diacrònica.

#### Sistema d'avaluació

L'avaluació final de l'assignatura és el resultat de la mitjana aritmètica ponderada de les diferents parts.

#### BIBLIOGRAFIA:

- Miguel Artola-Manuel Pérez Ledesma. (2005). *Contemporánea. La historia desde 1776*. Madrid. Alianza Editorial.
- Javier Paredes (Coordinador). (2004). *Historia Universal Contemporánea* (2 volums). Barcelona. Ariel.
- Eric J.Hobsbawn. (1995). *Historia del siglo XX*. Barcelona. Crítica.
- Joan Antón Mellón (Editor). (1998). *Ideologías y movimientos políticos contemporáneos*. Madrid.

Tecnos

- Peter Watson. (2002). *Historia intelectual del siglo XX*. Barcelona. Crítica

## Història de l'Art

Crèdits: 6.00

Primer semestre

### OBJECTIUS:

Aquesta assignatura facilita als estudiants una visió general i històrica de la producció artística contemporània, tot aportant el marc conceptual per valorar-la estèticament.

Durant tot aquest passeig per dos segles d'història artística, s'analitzarà fonamentalment:

- La producció artística contemporània des de l'arribada de la Modernitat a la Postmodernitat;
- La utilització de l'art com a mitjà de propaganda política;
- La relació entre el món de l'art, les revolucions tecnològiques i la cultura de masses.

L'objectiu final és triple:

1. Facilitar eines de capacitació crítica davant dels fenòmens estètics;
2. Augmentar la cultura visual de l'estudiant, tot desenvolupant la seva capacitat d'anàlisi del lèxic i la sintaxi visual;
3. Despertar el seu interès per la cultura artística contemporània i pels binomis art-propaganda política i art-cultura de masses.

### CONTINGUTS:

1. QÜESTIONS FONAMENTALS AL VOLTANT DE L'ART, L'ARTISTA I L'ESTÈTICA.
  1. Objectius.
  2. Orígens dels conceptes.
  3. Evolució de l'art, de la figura de l'artista i de l'experiència estètica.
2. L'ARRIBADA DE LA MODERNITAT EN EL MÓN DEL MAQUINISME.
  1. L'arribada de la Modernitat: del Realisme al calaix de sastre del Postimpressionisme.
  2. L'"Art Nouveau" i l'obra d'art total.
  3. William Morris i les "Arts & Crafts": la tensió epocal art-artesania-indústria.
  4. El cartellisme: punt de trobada entre el llenguatge artístic, el disseny gràfic i la publicitat.
  5. Jules Chéret, Henri de Toulouse-Lautrec i Alphonse Mucha, pares del cartellisme.
  6. El cartellisme català: els concursos, Ramon Casas i Alexandre de Riquer.
  7. El camí cap al funcionalisme racionalista: menys és més.
  8. El procés de depuració formal i funcional del cartell: Leonetto Cappiello i el "Plakatstil" alemany.
3. LA MODERNITAT I EL NAIXEMENT DE L'ART DE MASSES.
  1. El naixement de la fotografia i del cinema.
  2. Art i fotografia.
  3. Paul Valéry i Walter Benjamin: l'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica.
  4. Les Primeres Avantguardes del segle XX.
  5. La Bauhaus: gresol de la Modernitat.
  6. Art i disseny al servei d'una causa: el constructivisme rus.
  7. Cartell i avantguarda: Cassandre.
  8. La introducció de l'art auràtic en la cultura de masses: el cas de la Monna Lisa.
  9. Art i cultura de masses: el cas de Dalí.
4. ÈTICA I ESTÈTICA: ART I PROPAGANDA POLÍTICA.
  1. El paper de l'art en els règims totalitaris d'Alemanya, Itàlia i Rússia.
  2. El cas espanyol durant la Guerra Civil: el Pavelló d'Espanya a "l'Exposition Internationale des Arts

- et des Tècniques dans la Vie Moderne” de París de 1937.
3. El cas espanyol durant la Guerra Civil: la salvaguarda del patrimoni artístic.
  4. El cartellisme polític: de la I a la II Guerra Mundial.
  5. El cartellisme polític: la Guerra Civil espanyola.
  6. Cinema i propaganda política.
5. L'ART A L'ÈPOCA D'ESPLENDOR DE LA CULTURA DE MASSES.
1. La crisi del Moviment Modern: la resposta pop i postmoderna.
  2. L'obra d'art auràtica a l'època de la seva reproductibilitat digital.
  3. La relació actual entre art auràtic i cultura de masses: apocalíptics o integrats.

## AVALUACIÓ:

Tipus d'acció	Dates	% nota	Aprovar obligatori (Sí/No)	Resultat d'aprenentatge relacionat
Pràctica 1 (lectures)		10%	No	3
Pràctica 2 (lectures)		10%	No	3
Pràctica 3 (lectura)		10%	No	3
Pràctica 4		10%	No	5, 6
Debat		10%	No	5, 6
Treball de curs (en grup)		20%	No	7, 8
Prova		30%	No	1, 2, 4

Sistema d'avaluació continuada conformat per:

- un treball en grup (20% de la nota final),
- pràctiques i debat individuals (50%)
- examen parcial individual (que sumarà l'altre 30% restant).

La qualificació final serà la suma d'aquests tres ítems, la superació dels quals demostra la suficiència de l'alumnat en els diferents resultats d'aprenentatge vinculats a l'assignatura.

## BIBLIOGRAFIA:

- *Art i poder. L'Europa dels dictadors: 1930-1945*, Barcelona: Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, 1996.
- BENJAMIN, Walter. *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*, Barcelona: Edicions 62, 1983.
- BUSQUET DURAN, Jordi. *El sublim i el vulgar. Els intel·lectuals i la «cultura de masses»*, Barcelona: Proa, 1998.
- CLARK, Toby. *Arte y Propaganda en el siglo XX. La imagen política en la era de la cultura de masas*, Madrid: Ediciones Akal, 2000.
- COLORADO, Arturo. *Hipercultura visual. El reto hipermedia en el arte y la educación*, Madrid: Editorial Complutense, 1997.
- CORONADO HIJÓN, Diego. *La metáfora del espejo: Teoría e Historia del cartel publicitario*, Sevilla: Ediciones Alfar, 2001.
- ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*, Barcelona: Editorial Lumen i Tusquets Editores, 2003.

- FURIÓ, Vicenç. *Sociología del arte*, Madrid: Ediciones Cátedra, 2000.
- GOMBRICH, E.H. *La Historia del arte*, Madrid: Debate, 2002.
- GUBERN, Román. *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*, Barcelona: Gustavo Gili, 1987.
- JIMÉNEZ, José. *Teoría del arte*, Madrid: Tecnos, 2002.
- LOOS, Adolf. Ornamento y delito, a *Escritos I. 1897-1909*. Madrid: El Croquis Editorial, p. 346-355.
- MORRIS, William. *Cómo vivimos y cómo podríamos vivir*, Logroño: Pepitas de calabaza ed., 2004.
- MORRIS, William. *Noticias de ninguna parte*, Barcelona: Ediciones Minotauro, 2004.
- MORRIS, William. *Escritos sobre arte, diseño y política*, Sevilla: Editorial Doble J., 2005.
- MORRIS, William. *El propósito de la fundación de Kelmscott Press*, Londres, 1895.
- PEZZELLA, Mario. *Estética del cine*, Madrid: Antonio Machado Libros, 2004.
- RAMÍREZ, Juan Antonio. *Medios de masas e Historia del Arte*, Madrid: Ediciones Cátedra, 1976.
- SCHARF, Aaron. *Arte y fotografía*, Madrid: Alianza Editorial, 2001.
- SOUGEZ, Marie-Loup. *Historia de la fotografía*, Madrid: Ediciones Cátedra, 1994.
- TALENS, Jenaro; ZUNZUNEGUI, Santos (coord.). *Historia general del cine. Orígenes del cine*, vol. I, Madrid: Ediciones Cátedra, 1998.
- VALÉRY, Paul. *La conquista de la ubicuidad*, 1982.

## Història de la Comunicació

Crèdits: 6.00

Primer semestre

### OBJECTIUS:

L'objectiu principal de l'assignatura és proporcionar instruments de reflexió sobre l'evolució del paper de les tecnologies comunicatives a la societat.

### COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.

### CONTINGUTS:

Unitats docents

1. Ciències socials i història de la comunicació
2. L'escriptura en l'Antiguitat
  1. De l'oralitat a l'escriptura
3. Edat mitjana i silenci comunicatiu
  1. Circulació i còpia de llibres i còdex
  2. Els *scriptoriums*
  3. La lectura silenciosa
  4. Arquitectura i arts plàstiques com a formes de comunicació
4. La modernitat comunicativa
  1. Orígens i expansió de la impremta
  2. Textos impresos de difusió popular
  3. Orígens i evolució de la premsa
  4. L'*Encyclopédie* i la cultura il·lustrada
5. L'Edat Contemporània
  1. Els efectes de la Revolució Industrial
  2. Novetats comunicatives entre les dues guerres mundials (1914-1945)

### AVALUACIÓ:

Ítems del sistema d'avaluació:

- Pràctiques i exercicis individuals 50%
- Treball grupal (desembre) 20%
- Prova parcial individual (gener) 30%

NOTA del CURS: 100%

## BIBLIOGRAFIA:

Lectures recomanades:

- Borderia, E.; Laguna, A.; Martínez, F. A. (2010). *Historia de la comunicación social. Voces, registros y conciencias*. Madrid: Síntesis.
- DeFleur, M. i Ball Rokeach, M. (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós. Pàgs. 19-71 (Cap. 1, Etapas del desarrollo de la comunicación humana).
- Eisenstein, E. (1994). *La revolución de la imprenta en la Edad Moderna europea*. Madrid: Akal. Pàgs. 5-12 (Prólogo); 15-22 (cap. 1, Una revolución no reconocida) i 51-93 (cap. 3, Características de la cultura impresa).
- Paz Gago, J.M. (2006). *La máquina maravillosa. Tecnología y arte en el Quijote*. Madrid: Sial Ediciones. Pàgs. 59-70 (cap. 3, Aquí se imprimen libros. Tecnologías de la comunicación: la imprenta) i 71-83 (cap. 4, La cabeza encantada. Nuevas tecnologías de la comunicación en la novela cervantina).
- Tozzi, V. (1994). Introducción. A: White, H., *El texto histórico como artefacto literario y otros escritos*. Barcelona: Paidós. Pàgs. 9-42.
- Vázquez Montalbán, M. (2000). *Historia de la comunicación social*. Barcelona: Mondadori.

## Llengua Catalana

Crèdits: 3.00

Primer semestre

### OBJECTIUS:

- Treballar els aspectes descriptius i normatius de les llengües catalana i espanyola que facilitin la competència lingüística en català i espanyol estàndard i la pràctica de l'escriptura per part dels estudiants.
- Compondre textos amb coherència, cohesió i precisió lèxica.
- Conèixer la diversitat funcional de totes dues llengües.
- Familiaritzar els estudiants amb l'estructura dels textos i els diversos formats textuais.
- Desenvolupar la destresa en l'ús de la llengua escrita a partir d'exercicis pràctics.
- Analitzar els recursos d'estil i els mecanismes lingüístics associats.

### COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.

### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Saber resumir o adaptar textos especialitzats mitjançant un llenguatge o lèxic comprensible per a un públic majoritari.

### CONTINGUTS:

- Llengua catalana
- Llengua espanyola
- La llengua estàndard. Els gèneres discursius de l'àmbit professional
- Acentuación
- Tipologia de textos: expositius, argumentatius, descriptius, narratius, instructius
- Puntuación
- Principis d'adequació del text. El paràgraf
- Ortografia
- Aspectes de la cohesió sintàctica
- Morfología léxica
- Qüestions de morfosintaxi
- Género
- Precisió lèxica
- Número
- Pràctiques textuais
- Adjetivo
- Determinativos
- Pronombre
- Verbo
- Adverbio

- Conjunció
- Preposició

## AVALUACIÓ:

Tipus d'acció	Dates	% nota	Aprovar obligatori (Sí/No)	Resultat d'aprenentatge relacionat
Bloc ortogràfic	Quadrimestral	Apte/No apte	Sí	1, 3
Pràctica text explicatiu	Mensual	30%	No	1, 2, 3, 4, 5, 6
Pràctica text argumentatiu	Mensual	30%	No	1, 2, 3, 4, 5, 6
Pràctica a l'aula	Mensual	40%	Sí	1, 2, 3, 4, 5, 6

## Sistema d'avaluació

La nota final de l'assignatura és la mitjana de les qualificacions obtingudes en l'avaluació contínua de cada llengua, en el benentès que cal aprovar-les prèviament totes dues per separat.

En la matèria de llengua catalana, l'examen del final del quadrimestre permet recuperar la qualificació del bloc ortogràfic i la de la pràctica individual, però no pas les de les dues pràctiques anteriors (text explicatiu i text argumentatiu).

En la matèria de llengua espanyola, al llarg del semestre es fan dues proves parcials que donaran el 50% de la nota. Aquestes proves poden ser recuperables en una prova de validació final. La resta, l'altre 50%, s'obté de les redaccions, que s'han de lliurar el dia que es fixi. Un endarreriment en el lliurament suposarà un descompte del 20% de la nota. Les redaccions no són recuperables.

Les dates dels exàmens es fixaran al començament del curs i són inamovibles. Els alumnes hauran d'examinar-se el dia que s'hagi assignat i no es podran fer exàmens individuals a no ser per les causes majors indicades per llei: mort de familiar proper, baixa o citació judicial. Es recorda que el plagi és un delictes i, per tant, està penalitzat. La primera detecció de plagi suposarà un 0 de l'activitat i una segona detecció comportarà un suspens en l'assignatura.

## BIBLIOGRAFIA:

### Llengua catalana

#### *Tipologia textual i composició de textos*

- Bibiloni, Gabriel. *Llengua estàndard i variació lingüística*. València: Eliseu Climent, 2000. (1a edició: 1997.)
- Cassany, Daniel. «Què és el codi escrit?», dins *Descriure escriure. Com s'aprèn a escriure*. Barcelona, Empúries, 1995, p. 21-26. (1a edició: 1987.)
- Castellà, Josep M. *De la frase al text. Teories de l'ús lingüístic*. Barcelona: Empúries, 1996. (1a edició: 1992.)
- Coromina, Eusebi. «Signes de puntuació», dins *El 9 Nou / El 9 TV. Manual de redacció i estil*. Vic: Premsa d'Osona, 2008, p. 173-188.
- Toutain, Ferran. *Sobre l'escriptura*. Barcelona: Blanquerna Tecnologia i Serveis, S.L., Facultat de Comunicació Blanquerna, 2000.

## Manuais i gramàtiques

- Abril, Joan. *Diccionari pràctic de qüestions gramaticals*. Barcelona, Edicions 62, 1997.
- Badia, Jordi; Brugarola, Núria; Torné, Rafel; Fargas, Xavier (1997). *El llibre de la llengua catalana*. Barcelona: Castellnou.
- Castellanos i Vila, Josep Anton (1998). *Quadern: Normativa bàsica de la llengua catalana. Amb exercicis autocorrectius*. 6a ed. Barcelona: Institut de Ciències de l'Educació de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Ginebra, Jordi; Montserrat, Anna. *Diccionari d'ús dels verbs catalans*. Barcelona: Edicions 62, 1999.
- Ruaix, Josep (1998). *Català complet/1. Curs superior de llengua. Fonètica i ortografia*. Moià: J. Ruaix.
  - (1998). *Exercicis del català complet/1*. Moià: J. Ruaix.
  - (1998). *Clau dels exercicis del català complet/1*. Moià: J. Ruaix.
  - (1998). *Català complet/2. Curs superior de llengua. Morfologia i sintaxi*. Moià: J. Ruaix.
  - (1998). *Exercicis del català complet/2*. Moià: J. Ruaix.
  - (1998). *Clau dels exercicis del català complet/2*. Moià: J. Ruaix.
- Xuriguera, Joan B. (1993). *Els verbs catalans conjugats*. 30a ed. Barcelona: Claret. [1a ed., 1972]

## Diccionaris generals

- Institut d'Estudis Catalans (2007). *Diccionari de la llengua catalana*. Barcelona: Edicions 62; Enciclopèdia Catalana.
- *Gran diccionari de la llengua catalana* (1998). Barcelona: Enciclopèdia Catalana.

## Llengua espanyola

### Diccionaris

- Casares, J. *Diccionario ideológico de la lengua española*, Barcelona: Gustavo Gili, 1985.
- *Diccionario ideológico de la lengua española*, Barcelona: Biblograf, 1995.
- Gili Gaya, S. *Diccionario de sinónimos*, Barcelona: Biblograf, 1980.
- Martínez de Sousa, J. *Diccionario de usos y dudas del español actual*, Barcelona: Biblograf, 1996.
- Moliner, M. *Diccionario de uso del español*, Madrid: Gredos, 1984.
- Real Academia Española. *Diccionario de la lengua española*, Madrid: Espasa-Calpe, 1992.
- Seco, M.; Andrés, O.; Ramos, G. *Diccionario del español actual*, Madrid: Aguilar, 1999.
- Seco, M. *Diccionario de dudas y dificultades de la lengua española*, Madrid: Aguilar, 1993.

## Gramàtiques i manuals de referència

- Alarcos Llorach, E. *Gramática de la lengua española*, Madrid: Espasa Calpe. 1994.
- Alcina, J.; Blecua, J.M. *Gramática de la lengua española*, Barcelona: Ariel. 1994.
- Casado Velarde, M. *Introducción a la gramática del texto del español*, Madrid: Arco Libros, 1995.
- Gómez Torrego, L. *Hablar y escribir correctamente*, 2 vols., Madrid: Arco Libros, 2007.
- Real Academia Española *Ortografía de la lengua española*, Madrid: Espasa, 1999.

## Enllaços Llengua catalana

- Diccionari normatiu de la llengua catalana DIEC (<http://dlc.iec.cat>)
- Recurs per millorar les competències lingüístiques i comunicatives en l'àmbit acadèmic i professional ([http://antalya.uab.es/gab-llengua-catalana/web\\_argumenta\\_obert/](http://antalya.uab.es/gab-llengua-catalana/web_argumenta_obert/))
- Recull de nous termes CERCATERM (<http://www.termcat.cat>)
- Llibre d'estil de Vilaweb (<http://10anys.vilaweb.com/livreestil/pdf/Llibreestil-v1.pdf>)
- Portal lingüístic de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (<http://esadir.cat>)
- Portal sobre llengua catalana enlloc.com (<http://www.enlloc.com/enlloc/index.html>)
- Portal de recursos lingüístics de les universitats de parla catalana (Xarxa Vives d'Universitats: Llengua.info)(<http://www.llengua.info>)

## Llengua espanyola

- [<http://www.rae.es> [www.rae.es](http://www.rae.es)]

## **Sociologia General i de la Comunicació**

Crèdits: 6.00

Primer semestre

### **OBJECTIUS:**

La disciplina de Sociologia pretén, d'una banda, fomentar l'adquisició, per part de l'alumnat, dels conceptes clau de l'anàlisi sociològica i, de l'altra, desenvolupar les seves dots analítiques per tal de garantir la seva capacitat per interpretar els fenòmens socials contemporanis.

L'assignatura vol ser una introducció a l'anàlisi bàsica de l'entorn social. Aquest coneixement ha de refermar-se en els conceptes que permeten comprendre l'estructura i la dinàmica de les societats i en els procediments que fan possible d'analitzar-les críticament i amb rigor de mètode. Des d'aquest punt de vista, el coneixement conceptual que la matèria de Sociologia aporta, la capacitat reflexiva que desperta, els procediments que activa i les actituds que genera, són la clau que ha de facilitar una major comprensió de la societat on es viu i una resposta més conscient als reptes de la vida social.

En conseqüència, i per assolir aquest objectiu, caldrà que, a la fi del curs, l'alumne conegui i identifiqui els principals actors, institucions i estructures socials, així com els diferents autors i paradigmes que han tractat de descriure d'una manera científica la realitat social.

### **COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:**

- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.

### **CONTINGUTS:**

1. Introducció a la Sociologia
  1. Què és la sociologia
  2. Els orígens de la sociologia
  3. La sociologia com a ciència
  4. Conceptes bàsics
  5. Debats fonamentals

#### **#Mètodes i tècniques d'investigació**

1. El mètode científic
2. El procés de recerca
3. Elecció del tema
4. Formulació dels objectius i de la pregunta
5. Les hipòtesis
6. El marc teòric
7. El marc conceptual i les variables
8. El disseny de la recerca
9. El debat qualitatiu / quantitatiu
10. El mostreig
11. El treball de camp
12. Tècniques d'investigació
13. L'anàlisi de la informació

#### 14. Les conclusions i la presentació de l'informe

1. El procés d'inserció de l'individu a la societat
  1. El procés de socialització
  2. Els agents de socialització: família, escola i mitjans de comunicació
  3. Control social
  4. Desviació social
2. La interacció social i el procés d'institucionalització
  1. El procés d'institucionalització
  2. Els rols socials
3. Estructura i canvi social
  1. El concepte d'estructura social
  2. Classe social
  3. Estatus
  4. El gènere i la sexualitat
  5. Factors i dinàmiques del canvi social
  6. La immigració
4. Institucions socials
  1. La família
  2. L'educació
  3. El treball
  4. La religió
  5. Els mitjans de comunicació
5. Autors, corrents i teories
  1. Karl Marx
  2. Emile Durkheim
  3. Max Weber
  4. Corrents contemporanis

#### AVALUACIÓ:

Tipus d'acció	Dates	% nota	Aprovar obligatori (Sí/No)	Resultat d'aprenentatge relacionat
Ressenya crítica individual	08/11/10	10%	no	1,4,5,6,7
Treball d'investigació en grup Entrega 1	15/11/10	20%	sí	1,2,4,6,7,8,9
Presentació oral Entrega 1	01 i 03/12/10	5%	no	1,2,4,6,7,8,9
Treball d'investigació en grup Entrega 2	22/12/10	20%	no	1,2,4,6,7,8,9
Presentació oral Entrega 2	19 i 21/01/11	5%	sí	1,2,4,6,7,8,9
Examen parcial 1	22/11/10	20%	sí	1,2,3,4,5,6,7
Examen parcial 2	24/01/11	20%	sí	1,2,3,4,5,6,7

## Sistema d'avaluació

Amb la finalitat de comprovar que l'alumnat ha assolit perfectament els objectius d'aprenentatge inicialment fixats, els estudiants hauran de demostrar els coneixements adquirits mitjançant un procés d'avaluació continuada que consta de tres blocs:

1. En grups de tres persones s'haurà de realitzar una investigació sociològica en què s'integrin elements teòrics prèviament estudiats amb dades empíriques. Es presentarà de forma escrita (en dues entregues) i en dues presentacions orals. El darrer dia de classe es podran tornar a lliurar les entregues revisades per tal de pujar la nota inicial. Cada entrega valdrà el 20% de la nota i cada presentació, el 5%. Per tant, en total, el treball representa el 50% de la nota.
2. A nivell individual s'ha de fer una ressenya crítica de la lectura obligatòria ("Divertim-nos fins a morir"), que valdrà un 10% de la nota final.
3. Exàmens de caire teòric sobre la totalitat dels continguts explicats a classe durant el present quadrimestre. Es faran dos parcials cadascun dels quals suposarà el 20% de la nota final.

## BIBLIOGRAFIA:

### Manuais

- Giddens, Anthony (1998) *Sociología*. Madrid: Alianza Editorial.
- Giner, Salvador (1991) *Historia del pensamiento social*. Barcelona: Ariel.
- Cardús, Salvador *La mirada del sociòleg*. Biblioteca Oberta Àgora.
- Ritzer, George (1993) *Teoría sociológica clásica y Teoría sociológica contemporánea*. 2 Vol. Madrid: McGraw Hill.

### Complemetària

- Fichter, Joseph H. (1993) *Sociología*. Barcelona: Herder 17a ed.
- Berger, L.P. (1992) *Invitación a la sociología*. Barcelona: Herder.
- Berger, L.P.; Luckman Thomas (1996) *La construcción social de la realidad*. Barcelona: Herder 2ª ed.
- Bell, Daniel (1976) *El advenimiento de la sociedad postindustrial*. Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, Manuel (2000) *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura*. 3 Vol. (2003) Galaxia Internet. Barcelona: Debolsillo.
- Durkheim, Emile (1985) *La división del trabajo social*. Barcelona: Planeta-Agostini.
- Goffmann, Erving (1971) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrutu.
- Hall, Stuart (1981) La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico. Dins: James Curran, et. al. *Sociedad y comunicación de masas*. Mèxic: FCE.
- Katz, E.; Lazarsfeld, P.F. (1971) *La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas*. Barcelona: Hispano-Europea.
- Kuhn, Thomas (1985) *La estructura de las revoluciones científicas*. Barcelona: Planeta-Agostini
- McLuhan, Marshall (1987) *El medio es el mensaje*. Barcelona: Paidós, (1993)
- Moragas, M. de (1986) *Sociología de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Weber, Max (1993) *Economía y sociedad*. Mèxic: FCE.

## Economia i Empresa

Crèdits: 6.00

Segon semestre

### OBJECTIUS:

L'objectiu de l'assignatura és introduir l'alumnat del Grau en Comunicació Audiovisual al coneixement econòmic del marc empresarial en el qual s'hauran d'inserir professionalment, i fer-ne servir la informació. En l'àmbit de l'economia, es tracta de donar-los les eines necessàries per a la comprensió de l'activitat pròpia del sector emmarcat en el circuit econòmic general, i fer-los capaços d'analitzar la informació estadística habitual en el sector, tant en el marc nacional com internacional.

L'assignatura té importància cabdal com a base general per a la comprensió del que l'alumne farà professionalment en l'entorn empresarial. Donat que es tracta d'una assignatura introductòria als conceptes i eines d'anàlisi de les dades, correspon al primer curs del Pla d'Estudis. La major part de l'activitat del futur graduat tindrà a veure amb la significació econòmica del que fa, emmarcat la majoria de vegades en l'exercici de la professió dins d'una organització empresarial, per la qual cosa li és del tot necessari conèixer i saber interpretar la significació econòmica i empresarial del que farà.

### CONTINGUTS:

1. Introducció.
  1. Els audiovisuals, el sector serveis i l'economia general.
2. Els comptes econòmics. Conceptes.
  1. El procés productiu.
  2. El flux circular de la renda.
  3. Les macromagnituds derivades de la interpretació macroeconòmica.
3. Les macromagnituds a la SEC 95 de la U.E.
  1. Estructura dels comptes de la Nació (SEC 95). Les macromagnituds al SEC 95
4. Comparacions en el temps i en l'espai.
  1. Les comparacions intertemporals. Les comparacions espacials.
  2. El balanç dels pagaments.
5. L'anàlisi del sector serveis
  1. Europa
  2. Espanya
  3. Catalunya
6. L'anàlisi del sector audiovisuals
  1. Europa.
  2. Espanya.
  3. Catalunya.
7. Coordinació de l'activitat econòmica
  1. Divisió del treball, interdependència i coordinació
  2. Mercat i empresa com a mecanismes alternatius de coordinació
  3. La figura de l'empresari
8. Funcions de l'empresari
9. Mida i formes d'empresa
10. Direcció i organització de l'empresa moderna
11. Principals subsistemes
  1. RR.HH.
  2. Comercial

- 3. Producció
- 4. Financer

### AVALUACIÓ:

Tipus d'acció	% nota	Aprovar obligatori (sí/no)	Resultat d'aprenentatge relacionat
ECO. Examen final tipus test amb 20 preguntes.	50%	sí	Comprensió de la matèria del curs
ECO. Lliurament d'informació cercada per ordinador a l'aula	20%	no	Sap cercar la informació del sector
ECO. Lliurament d'exercicis tractament de dades	30%	no	Sap tractar les dades econòmiques generals
EMP. Resums d'article 1	5%	no	Entendre el procés de coordinació de l'activitat econòmica
EMP. Resum article 2	5%	no	Entendre el paper i la funció de l'empresari
EMP. Resum article 3	5%	no	Importància de la mida i de les formes d'empresa
EMP. Resum article 4	5%	no	Elements importants de l'organització actual del treball
EMP. Resum xerrada 1 i xerrada 2	5%	no	Problemes actuals dels RRHH i de les finances
EMP. Presentació final	5%	no	Saber fer una explicació oral relativa a temes econòmics

### BIBLIOGRAFIA:

- Muñoz, C. (2000): *Las cuentas de la nación. Introducción a la economía aplicada*. Madrid: Civitas, Biblioteca Civitas de economía y empresa. 2a ed.
- Piriou, J.P. (2008): *La comptabilité nationale*. París: Éditions La Découverte, Collection Repères, 15<sup>a</sup> ed.
- Putterman, L (1994): *La naturaleza económica de la empresa*. Madrid: Alianza Editorial, 1a ed.
- Requeijo, J. et al. (2001): *Los indicadores económicos*. Madrid: Editorial AC, 2a ed.
- Serra Ramoneda, A. (1993): *La empresa análisis económico*. Barcelona: Editorial Labor, 1a ed.
- Teulon, F. (2009): *Initiation à la comptabilité nationale*. París: Presses Universitaires de France. Collection Major, 1a ed.

### Enllaços

- <http://www.ine.es/>
- <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CONSLEG:1996R2223:20071230:ES:PDF>

## Estructura del Sistema de Comunicació

Crèdits: 6.00

Segon semestre

### OBJECTIUS:

L'assignatura permet conèixer i analitzar la situació actual de la indústria cultural internacional, així com la catalana i espanyola. Es treballarà la manera com els diversos mitjans de comunicació (premsa, ràdio, televisió i noves tecnologies) han configurat sistemes de comunicació complexos, amb múltiples sinergies entre actors participants, aproximant-nos-hi des del punt de vista històric, polític, social i econòmic.

### Objectius:

L'assignatura té com a objectiu formar l'alumnat en les bases de l'economia-política i les regles de funcionament de les empreses de mitjans de comunicació, amb especial atenció a l'evolució i situació actual dels grups mediàtics a nivell internacional, però també als mercats català i espanyol.

### COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.

### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els fonaments i les pràctiques habituals dels processos de producció, distribució i recepció de la comunicació audiovisual.
- Conèixer l'estructura dels mitjans de comunicació i els seus principals formats.
- Conèixer l'impacte social de les tecnologies informatives i la comunicació.

### CONTINGUTS:

1. Conceptes inicials. Origen i primers mitjans de comunicació.

§ Concepte d'estructura. Estructura i comunicació.

§ Els orígens de la comunicació. L'impremta i la llibertat d'expressió.

§ La premsa.

2. La formació del món global

§ La revolució industrial.

§ La formació dels mitjans globals. Postguerra i free-flow.

§ El debat NOMIC i l'informe MacBride.

§ El Neoliberalisme i la comunicació.

§ El sistema de mitjans globals. Grups de comunicació.

§ Els think tanks. Creadors d'ideologies per un món global.

### 3. Estructura actual del sistema audiovisual

§ Conceptes inicials: els models de Hallin i Mancini.

§ La ràdio i la televisió. Situació en els principals mercats europeus i als EUA.

§ La radio i la televisió a Catalunya i Espanya. Orígens, reforma i nova legislació.

§ El cinema: situació de mercat.

### 4. El futur del sector de la comunicació

§ Indústria emergents: sector discogràfic (context internacional, pirateria i música a la xarxa) i el videojoc (oferta nacional i internacional).

§ Internet: convergència i multimèdia. Xarxes socials.

§ Comunicació en el món global. Noves relacions de poder entre actors implicats.

## **AVALUACIÓ:**

L'avaluació és continuada i presencial. Per superar-la cal una assistència mínima del 80% de les sessions i haver superat les quatre parts de la nota.

- Prova teòrica: 30%
- Treball pràctic en grup: 30%
- Carpeta de premsa en grup: 10%
- Pràctiques: 30%

El treball en grup consistirà en fer una radiografia del sistema de mitjans d'un dels països membres del Consell d'Europa i, posteriorment, exposar-ho a l'aula. El professor donarà durant el curs les pautes per fer el treball i farà el seguiment durant les classes marcades com a tutoria.

El mateix grup farà una carpeta de premsa, durant una setmana al curs, que exposarà al principi de la classe pràctica. La carpeta de premsa consisteix en fer un repàs de les notícies que han sortit durant aquella setmana als mitjans de comunicació relatives al sistema de comunicació i exposar-les a classe per generar debat entre la resta de companys del curs.

Les pràctiques es faran a través d'articles o altres lectures que el professor encarregarà a classe al llarg del curs i s'hauran de presentar a les sessions pràctiques, de forma oral i escrita.

Finalment, hi haurà una prova teòrica d'una part del temari de l'assignatura.

## **BIBLIOGRAFIA:**

### **Bàsica per a examen**

- Blumler, J.G. *Televisión e interés público*. Barcelona: Bosch, 1993.
- Hallin, Daniel C.; Mancini, Paolo. *Comparing media systems: three models of media and politics*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.
- Herman, E.; McChesney, R. *Los medios globales*. Madrid: Cátedra, 1997.

### Complementària

- Collins, R, Murrioni, C. *New Media, New Policies*. Cambridge: Polity Press, 1996.
- Fernández, Juan José; Rueda, José Carlos; Sanz, Carlos (eds.). *Prensa y periodismo especializado: historia y realidad actual*. Guadalajara: Ayuntamiento de Guadalajara, 2002
- Filgueira, Carlos; Nohlen, Dieter (comp.). *Prensa y transición democrática: experiencias recientes en Europa y América Latina*. Madrid [etc.]: Iberoamericana [etc.], 1994
- Humphreys, P.J. *Mass Media and Media Policy in Europe*. Manchester: Manchester UP, 1996
- Moragas, Miquel; Garitoanandia, Carmelo i López, Bernat (eds.). *Televisión de proximidad en Europa. Experiencias de descentralización en la Era digital*. Bellaterra: Aldea Global, 1999.
- Murciano, Marcial. *Estructura y dinámica de la comunicación internacional*. Barcelona: Bosch, 1992.
- Pérez del Toro, Laura. *La prensa de prestigio en la Comunidad Económica Europea*. Barcelona: Mitre, 1984.
- Rifkin, J. *La era del acceso*. Barcelona: Paidós, 2000.
- Sánchez-Bravo, Antonio. *Europa y la información: (prensa)*. Madrid: Fundación Universidad-Empresa: Universidad de Alcalá, Centro de Estudios Europeos, 1989.
- Sanz, Carlos; Sotelo, Joaquín; Rubio, A. Luís (coords.). *Prensa y periodismo especializado II*. Guadalajara: Asociación de la Prensa de Guadalajara, 2004.
- Sopena, Chordi; Reguero, Núria; Ginesta, Xavier. “Los Centros Territoriales y de Producción de TVE: una radiografía antes de la reforma del Ente”. *Actas del I Congreso Nacional ULEPICC-España “Pensamiento crítico, comunicación y cultura”*. Sevilla: ULEPICC, 2006. p. 1-18.

## Fonts d'Informació

Crèdits: 3.00

Segon semestre

### OBJECTIUS:

L'objectiu general de la matèria és capacitar els estudiants en les tècniques documentals més necessàries per desenvolupar-se en el món de la Comunicació Audiovisual. Més específicament, l'assignatura es basa en l'ús dels sistemes d'informació (tradicionals i en línia) per tal que avancin en el domini de les fonts d'informació, la seva tipologia i la seva rendibilitat informativa. També és objectiu de l'assignatura proporcionar algunes tècniques bàsiques del treball intel·lectual i científic i els hàbits de rigor i coherència que li són imprescindibles.

L'assignatura pretén oferir un esquema clar dels diferents tipus de fonts d'informació generals aplicables a l'estudi de la Comunicació Audiovisual. Amb això es vol formar persones més expertes i amb més coneixement dels recursos d'informació que tenen al seu abast immediat i dels més especialitzats en el seu camp. També es pretén dotar les persones que la cursen de referents perquè valorin la qualitat de la informació obtinguda (tant en fonts d'informació general o específica, en paper o electròniques) i que coneguin els sistemes d'indexació, posicionament i visibilitat de la informació en recursos digitals que es poden trobar a Internet. L'assignatura de Fonts d'Informació té una orientació que la fa aplicable a les ciències socials en general, tot i que s'introdueixen recursos d'informació propis de la disciplina. A més, introdueix algunes convencions importants en el maneig de la informació, com ara les referències bibliogràfiques i les citacions. Aquest plantejament generalista i la visió principalment instrumental de les Fonts d'Informació s'adapta a la seva situació a primer curs dels estudis, ja que les competències adquirides amb l'assignatura representaran una bona base per al treball posterior dels estudiants a totes les assignatures i projectes de la carrera.

### COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.

### CONTINGUTS:

1. Conceptes bàsics de la Documentació
  1. Informació
  2. Documentació
  3. Document
  4. Indexació
2. Fonts d'informació generals
  1. Descripció i tipologia de les fonts d'informació generals
  2. Cerca en fonts d'informació generals
3. Recuperació d'informació i recursos documentals per a la Publicitat i les Relacions Públiques
  1. Tècniques de recuperació d'informació en motors de cerca
4. Operadors
5. Metacercadors
6. Posicionament de llocs web
7. Rellevància i Clustering
  1. Anàlisi i valoració de la informació recuperada
  2. Ús de les fonts i recursos especialitzats en Publicitat i Relacions Públiques

## 8. Metodologia i pràctica del treball científic

1. Referències bibliogràfiques
2. Citacions

### **AVALUACIÓ:**

Consulteu les condicions generals d'avaluació, els exercicis i el pes que tenen a la nota final a l'Aula Virtual de l'assignatura, al Campus Virtual de la UVic.

### **BIBLIOGRAFIA:**

- Abadal, E. *La documentació a l'era de la informació*. Barcelona: UOC, 1998.
- Carrizo, G.; Irueta-Goyena, P.; López de Quintana Sáenz, E. *Manual de fuentes de información*. Madrid: CEGAL, 1994.
- 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.
- 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.
- Slype, G. van. *Los lenguajes de indización: concepción, construcción y utilización en los sistemas documentales*. Salamanca: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1991.
- Tramullas, J.; Olvera, M.D. *Recuperación de la información en Internet*. Madrid: Ra-Ma, 2001.

## Introducció a l'Anglès per la Comunicació Audiovisual

Crèdits: 6.00

Segon semestre

### OBJECTIUS:

L'assignatura Introducció a l'Anglès per a la Comunicació Audiovisual té per objectiu que l'estudiant sàpiga utilitzar la llengua anglesa en l'entorn professional. Es fa èmfasi en la capacitat comunicativa en anglès de nivell intermedi-avançat a partir d'exercicis pràctics basats en situacions relacionades amb el món de la comunicació audiovisual.

Es tracta el vocabulari específic i s'aprofundeix en les habilitats d'expressió i comprensió oral i escrita. També es revisa la gramàtica de la llengua anglesa. L'aprenentatge de llengua anglesa és clau en el context de la comunicació audiovisual tant durant la formació a la universitat, com en la pràctica professional.

Una gran part de les referències bibliogràfiques i fonts d'informació diverses, així com la comunicació oral i escrita dins d'aquest àmbit, són majoritàriament en llengua anglesa.

### COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en una llengua estrangera.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.

### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Dominar el vocabulari específic de la comunicació audiovisual.

### CONTINGUTS:

#### Part A: Audiovisual Communication

##### 1. New Media

##### 1.1. Skills

- 1.1.1. Briefing a website designer
  - 1.1.2. Analysing problems and providing solutions
  - 1.1.3. Planning and writing a blog
  - 1.1.4. Creating a podcast
- ##### 1.2. Language focus
- 1.2.1. Technical vocabulary of websites
  - 1.2.2. Using adjective to enhance a text
  - 1.2.3. Words with multiple meanings
  - 1.2.4. The vocabulary of spoken language
  - 1.2.5. Collocations
- ##### 1.3. Listening
- 1.3.1. A meeting with a website designer
  - 1.3.2. A podcast
- ##### 1.4. Reading
- 1.4.1. A project vision statement
  - 1.4.2. A web page

## 2. *Radio*

### 2.1. Skills

2.1.1. Understanding the language of presenters

2.1.2. Understanding the production process

2.1.3. Planning a news list

2.1.4. Giving post-production feedback

### 2.2. Language focus

2.2.1. Introducing radio programmes

2.2.2. The language of radio production

2.2.3. Phrases followed by a noun or gerund

2.2.4. Giving instructions

2.2.5. Phrasal verbs

### 2.3. Listening

2.3.1. Briefing someone over the phone

### 2.4. Reading

2.4.1. Radio commissioning brief

2.4.2. 24-schedule of a radio producer

2.4.3. A news list

2.4.4. Post-production feedback email

## 3. *Television*

### 3.1. Skills

3.1.1. Understanding the pre-production process

3.1.2. Organising a filming schedule

3.1.3. Filming on location

3.1.4. Editing a TV documentary

### 3.2. Language Focus

3.2.1. The language of television production

3.2.2. Expressing modality

3.2.3. Vocabulary of filming procedures and equipment

3.2.4. Asking for and making suggestions

3.2.5. Vocabulary of editing a television documentary

### 3.3. Listening

3.3.1. Planning the agenda of a news broadcast

3.3.2. Planning the making of a TV documentary

3.3.3. Filming on location

3.3.4. Editing a TV documentary

### 3.4. Reading

3.4.1. A filming schedule

3.4.2. An email giving editing instructions

## 4. *Film*

### 4.1. Skills

4.1.1. Writing a screenplay

4.1.2. Pitching successfully

4.1.3. Organising a shoot

4.1.4. Writing a film review

### 4.2. Language focus

4.2.1. Features of written dialogue

4.2.2. Technical vocabulary of filming

4.2.3. Vocabulary of film distribution

4.2.4. Language connectors

4.2.5. Language of film reviews

### 4.3. Listening

4.3.1. A pitching session

4.3.2. A pre-filming meeting

### 4.4. Reading

4.4.1. Scenes from a screenplay

- 4.4.2. A query letter
- 4.4.3. Internet advert for a pitching training session
- 4.4.4. A film review

#### **Part B:**

- Grammar

1. Present tenses
2. Past tenses
3. Future tenses and prepositions of time and place
4. Articles, countable and uncountable nouns and quantifiers
5. Conditionals
6. Comparatives and superlatives

- Vocabulary

1. Travel and transport
2. Hobbies, sport and games
3. Science and technology
4. The Media
5. People and society

#### **AVALUACIÓ:**

Tipus d'acció	Dates	% nota	Aprovar obligatori (Sí/No)	Resultat d'aprenentatge relacionat
in-course exercises	-	20%	sí	
reading book exercise	-	10%	sí	
creating a podcast	-	10%	sí	
soap opera project	-	10%	sí	
vocabulary tests	-	25%	sí	
grammar tests	-	25%	sí	

#### **Sistema d'avaluació:**

L'avaluació de l'assignatura Introducció a l'Anglès per a la Comunicació Audiovisual és continuada. La nota final és la mitjana de les accions d'avaluació. Si la mitjana no està aprovada, NO es podrà recuperar. Per fer mitjana de les notes de curs caldrà obtenir un cinc sobre deu de la part de gramàtica. Si no s'obté aquesta nota de gramàtica, al final del curs hi haurà un examen de recuperació. En el cas que l'alumnat no presenti alguna de les activitats de les accions d'avaluació en el termini indicat, la nota del treball serà zero.

## **BIBLIOGRAFIA:**

### **Obligatòria**

- Llibre de gramàtica i vocabulari: Malcolm Mann and Steve Taylore-Knowles. (2008). *Destination B2: Grammar and Vocabulary*. Oxford: Macmillan

### **Recomanada:**

- Ceramella, Nick and Elizabeth Lee. (2008). *Cambridge English for the Media: Intermediate Student's Book*, Cambridge: Cambridge University Press. (Units: 2, 4, 5, 6)

## Taller d'Informàtica

Crèdits: 3.00

Segon semestre

### OBJECTIUS:

- Analitzar, avaluar i sintetitzar les necessitats de la informació de l'organització i saber aplicar les tecnologies de la informació més adequades a les seves necessitats.
- Ser capaç d'operar en diferents entorns informàtics
- Conèixer software bàsic d'ofimàtica, centrant-se en aspectes avançats
- Conèixer alternatives de software lliure al software d'ofimàtica comercial
- Conèixer els formats estandarditzats d'intercanvi de dades i la gestió de la informació a internet

### COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.

### CONTINGUTS:

1. Introducció a les TIC
2. Entorns Operatius
3. Eines de Productivitat: Presentacions corporatives digitals
4. Eines de Productivitat: Processament de textos

### AVALUACIÓ:

Tipus d'acció	Dates	% nota	Aprovar obligatori (Sí/o)	Resultat d'aprenentatge relacionat
Exercicis Sessions Presencials	Tot el curs	10	No	2, 3, 4
Treball en grup	-	20	Sí	1, 2, 3
Examen	-	70	Sí	1, 2, 3, 4

### Sistema d'avaluació

Descripció de les accions d'avaluació:

- Exercici sessions presencials: es tracta de realitzar individualment un conjunt d'exercicis a classe. Es pot fer ús de qualsevol material de suport. Cada conjunt d'exercicis es corregiran en la sessió presencial posterior a la seva realització. El professor qualificarà globalment l'evolució de l'estudiant en l'assoliment dels resultats d'aprenentatge.
- Treball en grup: es tracta de realitzar un treball en grup. Es pot fer ús de qualsevol material de suport i exposar-lo a classe.
- Examen: Per superar l'examen hi ha dues alternatives:
- Avaluació Contínua: Consta de dos exercicis individuals (Avaluació 1 i 2 en el pla de treball) que s'han

d'aprovar per separat. En cas que alguna Avaluació no se superi, es pot recuperar en l'examen final.

- Examen Final: Consta de 2 blocs (equivalents a les 2 Avaluacions) que cal aprovar per separat.

La nota final de l'examen és una mitja ponderada dels dos blocs.

### **BIBLIOGRAFIA:**

De cada tema es proporcionarà el material necessari a través del Campus Virtual

## Taller de Redacció Periodística

Crèdits: 6.00

Segon semestre

### OBJECTIUS:

L'assignatura es planteja com l'aprenentatge d'un seguit de tècniques bàsiques necessàries per poder escriure de manera informativa als mitjans de comunicació. El curs busca, així mateix, que l'estudiant sàpiga aplicar el codi lingüístic (la normativa fonamental) en l'expressió escrita i que aprengui a ordenar el discurs escrit amb competència i eficàcia en diferents registres i usos. Aquesta és una assignatura transversal en les carreres de Comunicació (Periodisme, CAV i PiRP) però en cada estudi té una orientació diferent. En el Grau de Comunicació Audiovisual es posa èmfasi en la redacció de notícies. L'equivalent d'aquesta assignatura en les antigues llicenciatures és Teoria i Tècnica dels Mitjans Escrits I. S'entén que l'assignatura és clau per a la professió ja que un bon comunicador audiovisual no només ha de saber editar peces audiovisuals. El text escrit té una gran importància en l'exercici de la seva feina.

### COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.

### CONTINGUTS:

1. L'oralitat i l'escriptura: llengua col·loquial i llengua formal.
  1. La importància de l'escriptura
  2. No s'escriu com es parla
  3. La transformació escrita de la informació oral als mitjans de comunicació
  4. Citacions i talls de veus en premsa, ràdio i televisió
2. La llegibilitat lingüística: recursos bàsics de redacció.
  1. La llengua als mitjans de comunicació
  2. L'escriptura funcional a la ràdio i la televisió
3. El registre informatiu.
  1. L'estructura de la notícia (titular, entradeta, cos)
  2. Les 6 W
  3. La tècnica de la piràmide invertida
  4. Criteris de noticiabilitat
4. La modalització
  1. Textos modalitzats als mitjans de comunicació
  2. Aproximació bàsica als gèneres periodístics
  3. L'opinió en els informatius
5. Els llibres d'estil
  1. Convencions i normativa als mitjans de comunicació
  2. Criteris bàsics d'ortotipografia

### AVALUACIÓ:

Tipus d'acció	Dates	% nota	Aprovar obligatori (Sí/No)	Resultat d'aprenentatge relacionat
Exercici llegibilitat	Es comunicarà al Campus Virtual	La nota final serà la mitjana resultant de les 5 accions obligatòries.	No	1, 2, 3
Escriure una notícia	Es comunicarà al Campus Virtual	La nota final serà la mitjana resultant de les 5 accions obligatòries.	No	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Escriure una notícia	Es comunicarà al Campus Virtual	La nota final serà la mitjana resultant de les 5 accions obligatòries.	No	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Escriure una notícia	Es comunicarà al Campus Virtual	La nota final serà la mitjana resultant de les 5 accions obligatòries.	No	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9
Recensió llibre	Es comunicarà al Campus Virtual	La nota final serà la mitjana resultant de les 5 accions obligatòries.	No	1, 2, 8
Exercici voluntari per apujar nota	Veure pla de treball	No	2, 8	
Exercici de recuperació d'una de les proves d'avaluació: notícia	Després del període de docència	La nota servirà per recuperar un dels exercicis de la notícia si està suspès	No	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9

### Sistema d'avaluació

Per poder acollir-se a l'avaluació caldrà assistir a classe en un 70% del total de les sessions, com a mínim, a més de fer regularment les pràctiques. A les aules d'ordinadors es faran dos tipus de pràctiques:

- les pràctiques d'ensinistrament, que es comentaran i corregiran de manera col·lectiva a classe (seminaris, subgrups) i de manera individual en tutories si l'alumne ho demana;
- les pràctiques puntuables o accions d'avaluació. De les 5 pràctiques puntuables, l'estudiant n'haurà d'haver fet com a mínim 4 per optar a superar l'assignatura.

La qualificació final de la matèria serà la nota mitjana obtinguda de les diverses activitats puntuables. Es valorarà la progressió de l'alumne.

### BIBLIOGRAFIA:

- Avui. *Llibre d'estil*. Barcelona: Empúries, 1997.
- Cassany, Daniel. *La cuina de l'escriptura*. Barcelona: Empúries, 2005.
- Cassany, Daniel. *Esmolar l'eina. Guia de redacció per a professionals*. Barcelona: Empúries, 2007.

- Catalunya Ràdio. *Conceptes i materials bàsics de redacció. Les notícies a la ràdio. Pensem, redactem, revisem*. Barcelona: Catalunya Ràdio, 2008. [no editat]
- Coromina, Eusebi. "El llenguatge eficaç", dins CAMPS, A. (coord.) *Context i aprenentatge de la llengua escrita*. Barcelona: Barcanova, 1994, p. 153-174.
- Coromina, Eusebi. *El 9 Nou / El 9 TV. Manual de redacció i estil*. Vic: Premsa d'Osona, 2008.
- Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, portal lingüístic: <http://esadir.cat>
- Diccionari de la llengua catalana de l'Institut d'Estudis Catalans, 2a edició: <http://dlc.iec.cat/>
- Grijelmo, Álex. *El estilo del periodista*. Madrid: Santillana-Taurus Ediciones, 2008. (16a edició.)
- Oliva, Lúcia; Sitjà, Xavier. *Las noticias en radio y televisión*. Barcelona: Omega, 2007. (5a edició.)
- TERMCAT, centre de terminologia catalana: <http://www.termcat.cat>
- Vilaweb, llibre d'estil: <http://10anys.vilaweb.com/lilibreestil/pdf/Llibreestil-v1.pdf>

## **ASSIGNATURES DE SEGON CURS**

### **Anglès Escrit per a la Comunicació Audiovisual**

Crèdits: 6.00

Primer semestre

#### **OBJECTIUS:**

L'objectiu general del curs és que l'estudiant sàpiga utilitzar la llengua anglesa escrita en un context professional. El curs pretén millorar l'expressió escrita a nivell intermedi-avançat i introduir alhora el vocabulari i conceptes específics a partir de situacions relacionades amb la comunicació audiovisual.

#### **CONTINGUTS:**

1. Expressió oral: es demana als alumnes la participació activa en les activitats orals proposades a classe. Dur a terme la presentació d'una notícia d'actualitat i una presentació oral.
2. Comprensió escrita: lectures curtes de diferents tipologies de textos acadèmics i la lectura d'un llibre no graduat.
3. Expressió escrita: es demana als estudiants la producció escrita de diversos tipus de text acadèmic.
4. Gramàtica:
  - 5.1 Connectors and linking words.
  - 5.2 Modal verbs
  - 5.3 The passive
  - 5.4 Infinitive and gerund
  - 5.5 Reported Speech and reported questions
6. Vocabulari:
  - 6.1 Health and fitness
  - 6.2 Food and drink
  - 6.3 Education and learning
  - 6.4 Weather and the environment
  - 6.5 Money and shopping

#### **AVALUACIÓ:**

L'avaluació és continuada al llarg del curs. L'estudiant haurà de fer:

- Grammar and Vocabulary test (20%)
- Writing portfolio (45%)
- Reading Comprehension test (15%)
- Oral Presentation (10%)
- Class speaking practice (10%)

La mitjana de les diferents parts de l'avaluació només es farà un cop s'hagi aprovat l'apartat de Grammar and Vocabulary.

Al final de curs l'alumne tindrà l'oportunitat de repetir la prova de Grammar and Vocabulary en cas que hagi suspès la mitjana de proves d'aquest apartat o bé en el cas que no s'hagi examinat d'aquestes proves.

Al final de curs l'alumne que hagi aprovat la prova de Grammar and Vocabulary però que tingui la mitjana de curs suspesa, tindrà l'oportunitat de presentar-se a una prova d'expressió escrita sempre i quan hagi lliurat un mínim del 80% dels textos que ha d'incloure el Writing Portfolio.

## **BIBLIOGRAFIA:**

### **Bàsica**

Dossier de curs

Llibre de gramàtica: Malcolm Mann and Steve Taylore-Knowles. (2008). Destination B2: Grammar and Vocabulary. Oxford: Macmillan

Llibre de lectura. Bill O'Reilly. *Those Who Trespass: a Novel of Murder and Television*. New York: Broadway Books Cambridge, 2004.

## Taller de Comunicació Gràfica I

Crèdits: 6.00

Primer semestre

### OBJECTIUS:

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

### CONTINGUTS:

#### 1. Introducció al disseny

- Una vella disputa: Disseny vs. Art. Disseny de l'Art o l'Art del disseny.
- Què és el disseny, què és un dissenyador gràfic
- El disseny gràfic i el procés de comunicació

#### 2. Imatge gràfica

- Missatge visual
- Sintaxi de la imatge gràfica: la composició, la representació.
- La marca
- La impremta. El principi Gutenberg.

#### 3. Suports i recursos

- Introducció a l'escriptura: origen i evolució. L'alfabet.
- La tipografia: origen i evolució. Família i estil tipogràfic. Les parts del tipus.
- La compaginació. La retícula.
- Relació Text vs. Imatge.
- Problemes de llegibilitat i visibilitat.
- El llibre i dos publicacions periòdiques: el diari i la revista.

#### 4. Implicacions estètiques del disseny

- Breu introducció a l'estètica.
- Categories estètiques? El lleig, el kitsch, la moda, etc.

#### 5. Algunes escoles i tendències

- Moviment Arts & Crafts.
- La Bauhaus.

### AVALUACIÓ:

Per assolir els objectius marcats per l'assignatura el professor utilitzarà els següents elements amb la seva ponderació percentual:

- Comprovació de Lectura 1 i 2 (individual) 20%
- Exposició (grup\*) 20%
- 4 Pràctiques en classe (grup de 2) 20%

- Examen escrit 30%
- Assistència a classe 10%

#### **BIBLIOGRAFIA:**

- Aicher, O.: *El mundo como proyecto*. Barcelona: Gustavo Gili, 1994.
- Arfuch, L.; Chaves, N.; Ledesma, M.: *Diseño y comunicación. Teorías y enfoques críticos*. Buenos Aires: Paidós, 1997.
- Dondis, D. A.: *La sintaxis de la imagen*. Barcelona: GG Diseño, 15ª edición, 2002.
- Martín, J.; Mas, M.: *Manual de tipografía. Del plomo a la era digital*. València: Campgràfic, 2002.
- Munari, Bruno: *Diseño y comunicación visual*. Barcelona: GG Diseño, 1996.
- Murphy John; Michael Rowe: *Cómo diseñar marcas y logotipos*. Barcelona: GG, 1989
- Navarro, Héctor (Ed): *Disseny gràfic i Disseny Web*. Vic: Eumo Editorial, Col·lecció MediaTK, 2010.
- Potter, N.: *Qué es un diseñador: objetos, lugares, mensajes*. Barcelona: Paidós Ibérica, 1999.
- Satué, Enric: *El diseño gráfico en España*. Madrid: Alianza Editorial, 1997.
- Satué, Enric: *El diseño gráfico*. Madrid: Alianza Editorial, 2002.
- West, Suzanne: *Cuestión de estilo. Los enfoques tradicional y moderno en maquetación y tipografía*. Madrid: ACK Publish, 1991.

#### **WEBGRAFIA BÀSICA:**

- [www.unostiposduros.com](http://www.unostiposduros.com)
- [www.tipografia.cl/blog](http://www.tipografia.cl/blog)
- [maquetadores.blogspot.com](http://maquetadores.blogspot.com)
- [www.typeculture.com/index.php](http://www.typeculture.com/index.php)
- [www.garcia-media.com.ar](http://www.garcia-media.com.ar)
- [www.visual.gi](http://www.visual.gi)
- [www.artofthetitle.com/](http://www.artofthetitle.com/)

## Taller de Guió

Crèdits: 9.00

Primer semestre

### OBJECTIUS:

El Taller de Guió és una matèria sobre el llenguatge i l'estructura del text destinat a mitjans audiovisuals. L'objectiu de l'assignatura és ensenyar els fonaments del guió a partir de les característiques del mitjà on s'ha d'inserir i aprendre en un primer nivell a redactar guions correctes i adequats als seus format i gènere, amb especial atenció a l'entreteniment i la ficció.

### CONTINGUTS:

1. El llenguatge audiovisual
2. El guió. Definició. Objectius
3. Estructura del guió
4. Gèneres i formats
5. Programes d'entreteniment
6. Ficció
7. Llengua catalana

### AVALUACIÓ:

L'avaluació de la matèria és continuada i avalua la progressió de l'alumnat en totes les activitats del curs. Es fan pràctiques d'ensinistrament, activitats de reflexió i discussió de visionats i exercicis, correcció d'exercicis i pràctiques d'avaluació, tot el grup a l'aula i/o grups petits en tutories.

La qualificació final de la matèria és la nota mitjana obtinguda de les pràctiques d'avaluació. Cal tenir un nivell avançat de la normativa de la llengua catalana: es permetran únicament fer deu faltes en qualsevol text, tingui la llargada que tingui.

Per poder fer l'avaluació del curs, s'ha d'haver assistit a classe i haver participat activament en les activitats en un 70% del total, com a mínim.

### BIBLIOGRAFIA:

- Avui. *Llibre d'estil*. Barcelona: Empúries, 1997.
- Casals, Daniel; FAURA, Neus. *El català als mitjans de comunicació*. Barcelona: UOC, 2010.
- Cassany, Daniel. *Esmolar l'eina. Guia de redacció per a professionals*. Barcelona: Empúries, 2007.
- Catalunya Ràdio. *Conceptes i materials bàsics de redacció. Les notícies a la ràdio. Pensem, redactem, revisem*. Barcelona: Catalunya Ràdio, 2008. [No editat.]
- Comparato, Doc. *De la creació al guió. Arte y técnica de escribir para cine y televisión*. Buenos Aires: La Crujía, 2005.
- Coromina, Eusebi. «El llenguatge eficaç», dins Camps, A. (coord.) *Context i aprenentatge de la llengua escrita*. Barcelona: Barcanova, 1994, p. 153-174.
- Coromina, Eusebi. *El 9 Nou / El 9 TV. Manual de redacció i estil*. Vic: Premsa d'Osona, 2008.
- Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals: [www.ccma.cat/llibredestil/](http://www.ccma.cat/llibredestil/)

- Cros, Anna; Segarra, Mila; Torrent, Anna M. *Llengua oral i llengua escrita a la televisió*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2000.
- Cuní, Josep. *La ràdio que triomfa. L'abecedari d'això que en diem magazín*. Barcelona: Pòrtic, 1999.
- Escudero, Nel. *Las claves del documental*. Madrid: RTVE Instituto, 2007.
- Grijelmo, Àlex. *El estilo del periodista*. 11a edició, revisada i ampliada. Madrid: Taurus, 2003. (1a edició: 1997.)
- Tharrats, Joan. *El guió, segons com. Escriure per a cine i televisió amb les seves circumstàncies*. Barcelona: Trípod, 2009.
- Oliva, Lúcia; Sitjà, Xavier. *Las noticias en radio y televisión*. Barcelona: Omega, 2007.
- Termcat, Centre de Terminologia Catalana: [www.termcat.cat](http://www.termcat.cat)
- Tirado Ruiz, J.A.; Ruiz del Àrbol, M.; Albar, M.I. *Técnicas para leer y escribir en radio y televisión*. Barcelona: Bosch, 2003.
- Vallverdú, Francesc. *El català estàndard i els mitjans audiovisuals*. Barcelona: Televisió de Catalunya i Edicions 62, 2000.
- Vilaweb, llibre d'estil: <http://10anys.vilaweb.com/lilibreestil/>

## Taller de Redacció i Locució en Mitjans Audiovisuals

Crèdits: 6.00

Primer semestre

### OBJECTIUS:

L'objectiu de l'assignatura és que l'alumne conegui les tècniques bàsiques de la redacció i la locució als mitjans de comunicació audiovisuals, ràdio i televisió, tot seguint les característiques del llenguatge dels mitjans. Es pretén que l'alumne assoleixi una base que es desenvoluparà en futures assignatures específiques dels mitjans audiovisuals.

### COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir habilitats interpersonals.
- Tenir habilitat per treballar en entorns de pressió.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat d'adaptar-se a situacions noves.
- Tenir motivació i preocupació per la qualitat.

### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els fonaments teòrics i tecnològics del mitjà radiofònic i el seu llenguatge.
- Saber redactar, produir i locutar un espai.
- Conèixer els fonaments teòrics i pràctics del llenguatge audiovisual en els seus diferents gèneres (tant per a discursos de ficció com de no ficció) i nivells de complexitat.
- Saber crear, produir i locutar textos per guions televisius en diversos gèneres informatius, d'entreteniment o de ficció.

### CONTINGUTS:

- 1.- *Introducció als mitjans audiovisuals*: La ràdio. La televisió.
- 2.- *Locució a ràdio i televisió*: Comunicació no verbal. Locució informativa. Locució musicada per ràdio. Altres formats.
- 3.- *Redacció a ràdio i televisió*: Redacció periodística. Redacció informativa. Altres formats.

### AVALUACIÓ:

Aquesta és una assignatura eminentment pràctica, que demana l'assistència a totes les sessions. Es realitza un sistema d'avaluació continuada individual en què es farà una mitjana de determinades sessions pràctiques tant de ràdio com de televisió. El professorat podrà establir la recuperació d'una prova pràctica suspesa.

## BIBLIOGRAFIA:

- Castellanos, J.A. (2004) *Manual de pronunciació. Criteris i exercicis de locució*. Vic: Eumo Editorial.
- Cebrián, M. (1992). *Géneros Informativos Audiovisuales*. Madrid: Ciencia 3.
- Huertas, A.; Perona, J.J. (1999). *Redacción y locución en medios audiovisuales: la radio*. Barcelona: Bosch.
- Larrañaga, J. (2006) *Redacció y locución de la información audiovisual. Escribir noticias para la radio y la televisión*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Mayoral, J. (coord.); Sapag, P.; Huerta, A.; Díez, F.J. (2008) *Redacción periodística en televisión*. Madrid: Síntesis.
- Oliva, Ll.; Sitjà, X. (2007) *Las noticias en radio y televisión. Periodismo audiovisual en el siglo XXI*. Barcelona: Omega.
- Tirado, J.A.; Ruiz del Àrbol, M.; Albar, M.I. (2003) *Técnicas para leer y escribir en radio y televisión. Las noticias en el espejo*. Barcelona: Bosch.

## **Teories de la Comunicació**

Crèdits: 6.00

Primer semestre

### **OBJECTIUS:**

L'objectiu principal de l'assignatura és donar a conèixer les teories existents en l'àmbit de la comunicació en un sentit ampli i en el context de la societat contemporània. Es tractarà la comunicació humana sense mediació tecnològica (intrapersonal i interpersonal), les teories sobre els mitjans de comunicació, la incidència social de la comunicació així com l'anàlisi de continguts i audiències, entre altres. Així mateix, s'aprofundirà en el coneixement de l'emergent teoria de la comunicació digital interactiva. El que es pretén, en darrer terme, és fomentar l'esperit d'anàlisi crítica dels estudiants en relació al paper que desenvolupen els mitjans de comunicació convencionals així com els nous formats digitals en l'actual societat de la informació i del coneixement.

### **COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:**

- Conèixer els principals corrents epistemològiques i teories dels processos comunicatius de masses.

### **CONTINGUTS:**

#### **Tema 1: Per què cal estudiar la comunicació?**

- Interessos en l'estudi de la comunicació com a fet social
- Informació i comunicació
- El procés de la comunicació. Elements principals
- La mutació dels models clàssics als models actuals en comunicació
- Comunicació i interdisciplinarietat

#### **Tema 2: Mitjans de comunicació i poder**

- L'agenda setting
- L'espiral del silenci de Neuman
- Teoria d'usos i gratificacions
- Emissió i recepció en la comunicació de masses: el Gatekeeper
- El marc de notícies
- La investigació dels mitjans de comunicació de masses: contingut, discurs, audiències, etc.

#### **Tema 3: La perspectiva interpretativa de la teoria de la comunicació**

- L'escola de Palo Alto
- L'interaccionisme simbòlic
- Erving Goffman
- El construccionisme
- L'etnometodologia

#### **Tema 4: La perspectiva funcionalista de la teoria de la comunicació**

- Orígens, funcions i principis crítiques al funcionalisme

## **Tema 5: La perspectiva crítica de la teoria de la comunicació**

- L'Escola de Frankfurt
- L'economia política
- Els estudis culturals

## **Tema 6: Teories de la comunicació digital interactiva**

- Revolució Industrial, impremta i revolució tecnològica
- El nou paradigma digital
- La cibercultura: digitalització, reticularitat, hipertextualitat, multimedialitat i interactivitat

## **AVALUACIÓ:**

Avaluació contínua amb proves individuals de validació de continguts teòrics, treballs en grups, sessions de discussió i altres activitats d'avaluació.

## **BIBLIOGRAFIA:**

### **Básica**

- De Fleur, M. i Ball-Rokeach, S. J. (1993). *Teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- García Jiménez, L. (2007). *Las teorías de la comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Madrid: Tecnos
- Martín Algarra, M. (2003). *Teoría de la comunicación: una propuesta*. Madrid: Tecnos.
- Mattelart, A. i Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Moragas, M. d. (1981). *Teorías de la comunicación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Rodrigo, M. (2001). *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Bellaterra: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- Rodrigo, M. i Estrada, A. (2008). *Les teories de la comunicació*. Barcelona: UOC.
- Saperas, E. (1998). *Manual básico de teoría de la comunicación*. Barcelona: CIMS.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Soriano, J. (2007). *L'ofici de comunicòleg*. Vic: Eumo Editorial.
- Valbuena de la Funete, F. (1997). *Teoría general de la información*. Madrid: Noesis.
- Wolf, M. (1996). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.

### **Complementària**

- Al llarg del quadrimestre acadèmic es suggeriran diferents propostes ampliades de bibliografia pertinents per a l'assignatura.
- Els documents electrònics d'interès per a l'assignatura es publicaran en el Campus Virtual.

## Anglès Oral per a la Comunicació Audiovisual

Crèdits: 3.00

Segon semestre

### OBJECTIUS:

L'assignatura promou l'ús de la llengua anglesa en l'àrea de la comunicació audiovisual. S'incideix principalment a millorar la competència comunicativa oral a nivell intermedi-avançat i introdueix alhora el vocabulari i conceptes específics a partir de situacions relacionades amb la comunicació audiovisual.

### CONTINGUTS:

Topics and areas of communication:

1. Pronunciation
  - 1.1. The International Phonetic Alphabet
  - 1.2. Vowel sounds
  - 1.3. Word stress
  - 1.4. Intonation and stress
  - 1.5. Connected speech
2. Conversation
  - 2.1. Small talk
  - 2.2. Building a conversation
3. Presentation techniques
  - 3.1. Presentation on film techniques
4. The Pitch

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. Students will also hold debates and discuss about issues related to the audiovisual world and deliver a presentation on film techniques. Furthermore, they will prepare a pitch.
3. Reading: Students will be introduced to texts related to the above mentioned topics. They will also be asked to read an unabridged book.
4. Writing. Students will be asked to practise academic writing
5. Grammar: Relative clauses and participles, Unreal past, Inversions and possessives

6. Vocabulary: Entertainment, Fashion and design, Work and business.

7. Functions at upper intermediate level: agreeing & disagreeing, giving opinions, interrupting & dealing with interruptions.

### **AVALUACIÓ:**

Assessment is continued throughout the course. The final mark breakdown is as follows:

- Reading book (15%)
- Grammar & Vocabulary tests (30%)
- Oral practice (55%)
  - oral presentation on film techniques (15%)
  - class speaking practice (15%)
  - reading aloud (10%)
  - pitch (15%)

Grammar and vocabulary tests: to pass the course a 5 out of 10 is required. If you fail, there will be a resit of the grammar and vocabulary part in June. No other resit will be done.

Undelivered or late assignments count as 0.

### **BIBLIOGRAFIA:**

Course Dossier

Grammar Book: Malcolm Mann and Steve Taylore-Knowles. (2008). *Destination B2: Grammar and Vocabulary*. Oxford: Macmillan

Short Stories Dossier

## Llenguatges de la Comunicació

Crèdits: 6.00

Segon semestre

### OBJECTIUS:

Llenguatges de la Comunicació introdueix els principals models teòrics de la semiòtica interpretativa, discursiva i narrativa i els aplica a diferents conjunts textuais audiovisuals i mediàtics. L'assignatura dota d'equipament teòric per aplicar-lo sobre productes comunicatius a partir de la pràctica d'anàlisi i de projectes.

El curs Llenguatges de la Comunicació té per objectiu principal que l'estudiant s'apropii de les reflexions teòriques de la semiòtica i la teories dels discursos socials com a eina de treball professional. Per tal d'assolir aquest objectiu, durant la primera part del curs s'introduirà l'estudiant en els principals models teòrics –generatiu, interpretatiu, narratiu, discursiu, etc–; mentre que la segona part del curs es dedicarà a l'aplicació dels models teòrics a un conjunt textual seleccionat al començament del curs.

### CONTINGUTS:

1. Els llenguatges i la mirada semiòtica
  1. Ubicació històrica i epistemològica
  2. Introducció a la mirada semiòtica i l'anàlisi textual
2. De la lingüística a la semiologia
  1. Ferdinand De Saussure i la lingüística estructural
  2. Roland Barthes i el projecte semiològic
3. Narrativa: dels contes folklòrics a les narracions dels mitjans
  1. Vladimir Propp i la recerca narrativa
  2. Les funcions narratives
4. Semiòtica generativa: models teòrics i aplicacions
  1. Algirdas Greimas i l'Escola de París
  2. Nivells i generació del significat
  3. Aplicacions pràctiques del model d'A. Greimas
5. Semiòtica interpretativa: models teòrics i aplicacions
  1. Umberto Eco i la semiòtica interpretativa
  2. Món possible i semiosi il·limitada
  3. Eliseo Verón i la semiosi social
6. Semiòtica de la cultura
  1. Mikhail Bakhtin i Iurii Lotman: intertextualitat
7. Poder i Societat: l'anàlisi del discurs
  1. Foucault i l'ordre del discurs
  2. Entre nosAltres: l'alteritat i l'exclusió disciplinària
8. Semiòtica en acció: aplicació dels models teòrics presentats
9. Conclusions

### AVALUACIÓ:

L'avaluació constarà de diferents parts (treballs grupals sobre guies de lectures, avaluació escrita individual sobre el contingut més teòric de l'assignatura, treball de recerca grupal i altres activitats). Cadascuna de les parts s'haurà d'aprovar per separat. La qualificació final de l'assignatura serà la suma de totes les parts, sempre que estiguin aprovades.

## BIBLIOGRAFIA:

- Cabruja, T.; Iníguez, L.; Vázquez, F. (2000) "Cómo construimos el mundo: relativismo, espacios de relación y narratividad", *Análisis* 25, p. 61-94.
- Eco, U. (1997) *Sis passejades pels boscos de la ficció*, Barcelona: Destino (ed. cast. *Seis paseos por los bosques narrativos*, Barcelona: Lumen, 1997).
- Foucault, M. (2002) *El orden del discurso*, Barcelona: Tusquets, 1973.
- Navarro, D. (2006) "Intertextualité. Treinta años después", *Versión* 18, p. 15-25.
- Pozzato, M.P. (1995) "El análisis del texto y la cultura de masas en la socio-semiótica". Dins: Grandi, R. (ed.) *Texto y contexto en los medios de comunicación*, Barcelona: Bosch.
- Soriano, J. (2007) *L'ofici de comunicòleg. Mètodes per investigar la comunicació*, Vic: Eumo Editorial, (cap. 3, p. 141-209).
- Sorókina, T. (2006) "La intertextualización de la realidad discursiva", *Versión* 18, p. 69-85.
- Verón, E. (1987) *La semiosis social*, Barcelona: Gedisa (cap. 4, 5 i 6 de la segona part, p. 121-139).

## Taller de Radió

Crèdits: 6.00

Segon semestre

### OBJECTIUS:

L'objectiu de l'assignatura és que l'alumne conegui les tècniques bàsiques de la producció radiofònica, tot seguint les característiques del llenguatge del mitjà, i que assoleixi una visió àmplia de la realitat del sistema radiofònic català i espanyol.

### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Dominar el vocabulari específic de la comunicació audiovisual.

### CONTINGUTS:

1.- El llenguatge radiofònic i els seus elements:

La veu humana, la música, els efectes sonors i el silenci

2.- Redacció radiofònica informativa i d'entreteniment:

Notícia. Enquesta al carrer.

3.- El temps i la planificació sonora:

Figures del muntatge radiofònic. El guió. Tipologia

4.- Breu història de la ràdio

5.- Panoràmica de la ràdio actual:

La programació radiofònica. Models i realitat. Les audiències i els nous líders

### AVALUACIÓ:

Aquesta és una assignatura eminentment pràctica, que demana l'assistència a totes les sessions. Es realitza un sistema d'avaluació continuada on les sessions pràctiques comptabilitzen el 70% de la nota final: les pràctiques setmanals compten un 30% i la pràctica final un 40%.

El 30% restant de la nota correspondrà a una prova teòrica.

Per fer mitjana entre la part pràctica i la teòrica, l'alumne haurà d'obtenir una nota superior a 4 de la teoria.

El professorat podrà establir la recuperació d'una prova teòrica o pràctica suspesa.

### BIBLIOGRAFIA:

- Balsebre, A. (2000) *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Cátedra, col·lecció "Signo e Imagen".
- Cebrián, M. (1992). *Géneros Informativos Audiovisuales*. Madrid: Ciencia 3. - (1994). *Información radiofónica. Mediación técnica, tratamiento y programación*. Madrid: Síntesis.
- 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.

## Taller de Televisió

Crèdits: 6.00

Segon semestre

### OBJECTIUS:

Proposem conèixer el Procés Televisiu, des de la idea fins a l'espectador. A partir dels coneixements teòrics i tècnics ens introduïrem en l'aprenentatge del llenguatge televisiu des de tots els aspectes que el conformen.

Presentarem i experimentarem els elements que intervenen en el procés audiovisual per fer que un projecte esdevingui una realitat visiva.

A partir d'aquí l'alumne tindrà un marc de coneixement consolidat per definir cap a on vol avançar en la seva trajectòria formativa-professional en l'àmbit del procés televisiu.

### CONTINGUTS:

1. El llenguatge i la narrativa audiovisual.
2. De la idea al procés de creació del guió.
3. El disseny de producció.
4. La realització.
5. Coneixements tècnics.
6. La post-producció. L'edició.
7. El món en directe.
8. Les retransmissions de programes especials de gran audiència.
9. Els esdeveniments de la història de la televisió.
10. La cocordinació entre graelles de programació i els estudis d'audiència.
11. El nou escenari àudio-àudiovisual. TDT i TVIP.
12. Components complementaris al discurs televisiu.

### AVALUACIÓ:

L'avaluació és continuada a partir de diferents tipus de proves: escrites, pràctiques individuals, pràctiques en petit grup i pràctiques en gran grup.

La nota final de l'avaluació es detalla:

- 10% Projecte escrit de un spot publicitari en petit grup.
- 15% Producció de un spot televisiu.
- 10% Projecte escrit de un magazine de televisió en gran grup.
- 15% Producció de un magazine de televisió en gran grup
- 35% Prova escrita de resultats d'aprenentatge
- 10% Exercis individuals
- 5% Assitència

### BIBLIOGRAFIA:

- Barroso, J.: *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis, 1996.
- Chatman, S.: *Historia y discurso. La estructura narrativa en la novela y en el cine*. Madrid: Taurus, 1990.
- Comparato, Doc: *De la creación al guión*. Madrid: ORTV, 1992.

- Deleuze, G.: *La imagen-tiempo y la imagen-movimiento*. 2 vol. Barcelona: Paidós Comunicación, 1984.
- Fernández Díez, F.; Martínez Abadía, J.: *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Barcelona: Paidós, 1999.
- Ferrés, J.: *Televisión subliminal. Sociabilización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona: Paidós, 1996.
- Gubern, R.: *Historia del cine*. Barcelona: Lumen, 1996.
- Martín Barrero, J.; Rey, G.: *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Gedisa, 1999.
- Martínez, G.: *El guión del guionista*. Barcelona: Cims, 1998.
- Millerson, G.: *Iluminación para televisión y cine*. Madrid: IORTV, 1994.
- Millerson, G.: *Técnicas de realización y producción en televisión*. Madrid: IORTV, 2001.
- Ramonet, I.: *La golosina visual*. Barcelona: Debate, 2001.
- Vanoye, Francis.: *Guiones modelo y modelos de guión. Argumentos clásicos y modernos en el cine*. Barcelona: Paidós, 1996.

## **Teoria i Estructura de la Comunicació a l'Empresa**

Crèdits: 6.00

Segon semestre

### **OBJECTIUS:**

L'assignatura és una introducció a la publicitat i les relacions públiques com a formes de comunicació empresarial i institucional en relació amb el màrqueting.

S'introdueixen els conceptes teòrics que emmarquen les dues disciplines i, després d'una definició dels subjectes que intervenen en l'estructura sectorial, s'estudien els processos estratègics de planificació, l'execució de les accions i control dels resultats per a la pràctica comunicativa.

Es treballen també, amb identitat pròpia, la publicitat en els mitjans de comunicació convencionals i no convencionals i les activitats i tècniques de relacions públiques més destacades per tal que l'estudiant tingui una visió completa de les diferents formes de comunicació empresarial existents.

### **CONTINGUTS:**

#### **1. Introducció al màrqueting, la comunicació, la publicitat, la comunicació audiovisual i les Relacions Públiques**

- 1.1. Definició de conceptes i diferències entre les Relacions Públiques, la publicitat i el màrqueting
- 1.2. Els efectes de la publicitat i de les Relacions Públiques. Legislació publicitària, ètica i professionalisme

#### **2. El sector publicitari**

- 2.1. L'anunciant
- 2.2. El briefing
- 2.3. L'agència de publicitat i la central de compra de mitjans
- 2.4. Internacionalització i especialització de les Relacions Públiques

#### **3. La campanya publicitària i el pla de Relacions Públiques**

- 3.1. Els objectius publicitaris i de Relacions Públiques
- 3.2. El públic objectiu de les campanyes i els de les Relacions Públiques
- 3.3. El pressupost
- 3.4. L'estratègia creativa de les campanyes publicitàries i les activitats i tècniques més usuals de Relacions Públiques
- 3.5. L'estratègia de mitjans i les relacions de les Relacions Públiques amb els mitjans de comunicació
- 3.6. Execució i avaluació de la campanya i del pla de Relacions Públiques

#### **4. Altres formes de comunicació / mitjans no convencionals**

- 4.1. La promoció de vendes
- 4.2. El merchandising i el packaging
- 4.3. El patrocini i el mecenatge
- 4.4. El màrqueting directe

#### **5. Evolució i futur de les estratègies de comunicació: publicitat i Relacions Públiques**

### **AVALUACIÓ:**

L'avaluació constarà de 2 parts, i s'haurà d'aprovar cada una per separat.

1. Treballs de l'assignatura (60%)
2. Examen de la part teòrica (40%)

#### **BIBLIOGRAFIA:**

- Aaker, David; Myers, John: *Management de la publicitat*, vol. I i II, 4a ed. Barcelona: Hispano Europea, 1993.
- Barquero Cabrero, José Daniel i Mario: *Manual de Relaciones Públicas, Comunicación y Publicidad*. Barcelona: Gestión 2000, 2003.
- Castellblanque, Mariano: *Estructura de la actividad publicitaria*, Barcelona: Paidós, 2001.
- Cortina, A: *Ética de la empresa. Claves para una nueva cultura empresarial*. Madrid: Trotta, 1994.
- Cutlip, Scott et al.: *Relaciones Públicas eficaces*. Barcelona: Gestión 2000, 2000.
- Díez de Castro, Enrique, et al: *Comunicaciones de Marketing*, Madrid: Pirámide, 2001.
- González, M<sup>a</sup> Angeles: *Curso de Publicidad*, Madrid: Eresma/Celeste, 1994.
- Herreros Arconada, Mario: *La Publicitat. Fonaments de la comunicació publicitària*, Barcelona: Pòrtic Media, 2000.
- Ortega, Enrique: *La comunicación publicitaria*, Madrid: Pirámide, 1997.
- Pérez Ruiz, Miguel Angel: *Fundamentos de la Estructura de la Publicidad*, Madrid: Síntesis, 1996.

## ASSIGNATURES DE TERCER CURS

### Comunicació Digital Interactiva

Crèdits: 3.00

Primer semestre

#### OBJECTIUS:

La assignatura hace un análisis histórico, de presente y futuro sobre la evolución de la Web y las nociones técnicas que rodean a la economía de Internet. Se analiza a fondo el fenómeno de la Web Social (2.0) y la escritura colaborativa, desde sus aspectos conceptuales y de usos profesionales. Se trata de entender los cambios producidos en la industria de la comunicación en esta nueva fase de post-digitalismo, a los efectos de encaminar al estudiante hacia una mejor salida profesional. Además se conceptualizará y proyectará un producto web de calidad, valorando y desarrollando las categorías y propiedades a tener en cuenta como modelo de buenas prácticas. Por último, se enseñará el uso de las plataformas colaborativas para usos profesionales.

#### CONTINGUTS:

La assignatura se divide en 5 ejes teóricos con sus respectivas bibliografías. En tanto la parte del Design Document no contiene bibliografía.

1. La Nueva Economía de Internet / Geekonomía. Economía FREE y Long Tail (Anderson) / The new economy (Wired) / Modelo distribuido Google (Jarvis) / Geekonomía (Pardo Kuklinski) /
2. Nuevas formas de intermediación. Licencias Creative Commons (Lessig) / Copyright-Copyleft / Cultura del Remix (Mason) / Etica hacker (Himanen) /
3. Comunicación i poder en la era de las TIC. Comunicación y poder (Castells) / Hipermediaciones (Scolari) / Campañas políticas (varias fuentes, Obama Wired) /
4. Excedente Cognitivo. Cognitive surplus (Shirky) / Creatividad nuevos medios (Johnson) / Infotopia (Sunstein) / Geekonomía Cap. 5 /
5. Web 2.0. Planeta Web 2.0 (Cobo/Pardo) / Geekonomía Cap. 3 / Infonomia (Cornella) /
6. Pautas básicas para la realización de un Documento de Diseño (o Design Document) para la elaboración de un sitio web.

#### AVALUACIÓ:

Los alumnos deben aprobar las dos partes en que se divide la evaluación:

1. Dos exposiciones en clase (con Slideshare o Prezi) + uso de Twitter como síntesis de la conversado en clase (100 tweets mínimo) + diseño grupal de boceto de idea de negocio para la industria de la comunicación + valoración concepto participación en dinámica de clases (50 puntos). Todas estas tareas son obligatorias. El incumplimiento de alguna de ellas derivará en la suspensión del bloque.
2. Proyecto Design Document (50 puntos).

La assignatura es bajo régimen de EVALUACION CONTINUA. No habrá examen final.

1. En el bloque 1, todo girará en torno a la Exposición de textos e ideas, tanto del profesor como de los alumnos, que debe durar 20 minutos como máximo por subgrupo. Se subirá la presentación a Slideshare.
2. Proyecto Design Document. El Proyecto consiste en la realización de un Documento de Diseño (o Design

Document) para la elaboración de un sitio web. La temática del proyecto será elegida por el propio grupo. Ver documento explicativo Design Document.

Nota sobre la evaluación. Los alumnos que no aprueben el Bloque 1 en la primer convocatoria deberán repetir el ejercicio suspendido en la segunda convocatoria. Los alumnos que suspenden el Proyecto en la primer convocatoria deberán volver a presentarlo en la segunda convocatoria. Sólo aprueban la asignatura los alumnos con ambas áreas temáticas aprobadas.

Asignaciones grupales del proyecto:

Director del proyecto / Benchmarking (dos alumnos) / Mapa del sitio y elaboración de contenidos textuales (dos alumnos) / Planificación y pre-producción de contenidos multimedia (un alumno) / Diseño de interfaz (dos alumnos) / Community manager (un alumno) /

Alumno 1. Director del proyecto. Briefing con objetivos generales y atributos diferenciales del producto web.

Alumno 2 y 3. Benchmarking. Estudio de buenas prácticas sobre productos similares.

Alumno 3 y 4. Arquitectura de la información y contenidos reales de la aplicación (incluye mapa con la organización de los contenidos).

Alumno 5. Planificación y pre-producción de contenidos multimedia.

Alumno 6 y 7. Boceto interfaz gráfica.

Alumno 8. Community Manager.

La entrega final será en un solo documento el día de la primer convocatoria a examen de la asignatura.

Estructura del proyecto. Tareas mínimas requeridas a cada alumno.

La estructura del documento debe ser la siguiente:

Alumno 1: Dirección de proyecto. Briefing, objetivos generales y atributos diferenciales del producto web.

Este alumno será el Director del proyecto y velará por su coherencia general, como si fuera el contacto con el cliente (el cliente somos los profesores). Luego de un debate grupal con sus compañeros, deberá trazar los objetivos generales del proyecto y sus atributos diferenciales a partir de la redacción de un primer briefing que sirve como guía de trabajo a nivel de objetivos de comunicación del proyecto .

Luego de realización del benchmarking, este alumno debe adaptar la propuesta general a los productos observados y seleccionados. El director del proyecto debe participar en TODAS las fases del proyecto, liderando la actividad y velando por su coherencia general con una OBSERVACIÓN CRÍTICA de cada una de las tareas específicas.

Alumno 2 y 3. Benchmarking. Estudio de buenas prácticas sobre productos similares.

La observación se realiza para reconocer buenas prácticas realizadas en la World Wide Web en productos similares al escogido. Se trata de -a partir de una observación a fondo de no menos de 25 productos escogidos de una preselección anterior de 50- rescatar las mejores prácticas bajo parámetros de calidad, que puedan ser útiles para el diseño del propio proyecto, y para diferenciarse de la "competencia", en caso de que la hubiera.

Con la observación, los alumnos elaborarán un breve informe de 10 recomendaciones sobre buenas prácticas a seguir en el producto a diseñar por los demás integrantes del grupo. El informe deberá contar con: la lista de sitios preseleccionados de la observación inicial (los 25) y los criterios seguidos para esta preselección, con el objeto de saber cómo surgen los productos seleccionados en última instancia y los datos básicos de los productos que contienen las 7/10 buenas prácticas escogidas, con imagen de su página de inicio.

No se trata de analizar el producto en su totalidad, sino de rescatar elementos positivos a tener en cuenta para nuestra producción. Se deben sintetizar y puntualizar los resultados finales, para que el grupo obtenga el análisis en forma simplificada.

Alumno 3 y 4. Propuesta de arquitectura de la información y contenidos textuales y gráficos reales (1ro y 2do nivel de contenidos).

El Design Document debe incluir una propuesta de organización de contenidos. Esta deberá estar en sintonía con los objetivos del sitio y el informe realizado en el análisis de buenas prácticas. Se diseñará un mapa del sitio donde se represente gráficamente la organización de contenidos propuesta.

En el caso de los contenidos, vale señalar que la escritura para la Web tiene características particulares que se verán durante el transcurso del curso. Dichas características deben reflejarse en el trabajo. Tanto los textos producidos como las imágenes seleccionadas deben ser de calidad y coherentes con las fases previas del proyecto realizadas por los demás alumnos y con los objetivos del sitio.

Deben ser contenidos reales relevantes, quedando prohibido copiar textos de otros sitios web, pudiendo sólo extraer breves fragmentos, con su respectiva cita, si el proyecto lo justifica. La selección de los gráficos y/o imágenes debe consultarse y decidirse con el responsable del boceto de la interfaz.

Alumno 5. Planificación y pre-producción de contenidos multimedia.

La Web en 2010 es multimedia. Su relevancia es vital para la generación de contenidos de calidad. Al igual que los contenidos textuales, deberán ser reales y relevantes, quedando prohibido copiar textos de otros sitios web. Se trata de entrevistas en formato video o podcast, pequeño cortos explicando el producto o servicio o cualquier material que refuerce el valor comunicacional del proyecto web. El alumno deberá bocetarlo, guionarlo (pre-producción). Luego el grupo lo hará en conjunto para el segundo cuatrimestre, bajo la dirección del alumno 5.

Alumno 6 y 7. Boceto interfaz gráfica (tres niveles de información).

El Design Document debe incluir un borrador de interfaz gráfica de la Home-Page y del nivel 2 y 3 de contenidos del sitio. Utilizará software para diseño gráfico como Freehand, InDesign, Quark o Photoshop. La entrega debe realizarse en formato PDF.

El borrador debe contemplar todas las etapas anteriores del trabajo: los objetivos del sitio, los resultados del análisis de buenas prácticas, la arquitectura de la información y los contenidos textuales y gráficos realizados.

Se evaluará la calidad del diseño según la coherencia y facilidad de uso de la interfaz. Se tendrán en cuenta el tipo de estructura propuesta, la usabilidad, la distribución de los elementos en pantalla, la relevancia de la imagen corporativa, los códigos cromáticos, una estructura relevante y acorde al tipo de vínculo que se pretende establecer con el usuario y los valores estéticos relativos a la agradabilidad perceptiva y, por tanto, a la eficacia de la comunicación.

Alumno 8. Community Manager.

Será el responsable de la presencia del servicio y producto en las redes sociales y de complementar el diseño de la web con la producción de contenidos para las redes sociales escogidas.

Nota sobre tutoría individual de proyectos:

La tutoría debe ser un espacio de participación ACTIVA del alumno. En algunos casos, los alumnos no toman el protagonismo y van a las tutorías en forma pasiva a escuchar lo mismo que ya se dijo en clase, sin haber progresado en el proyecto. Por esto, en las tutorías de grupo que se realizarán luego de la corrección general en clase de la primer entrega, los alumnos deben IR PREPARADOS de la siguiente manera:

1. Redactar una página con errores observados en el propio proyecto, a partir de la corrección general.
2. Mencionar las acciones pertinentes para subsanar dichos errores hacia el diseño de un proyecto de calidad.
3. Redactar las dudas puntuales que surjan de la primera corrección grupal del proyecto, con el objeto de discutir las con el profesor en dicha tutoría.

## BIBLIOGRAFIA:

### Bàsica

- Anderson, Chris (2006). *The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*. Hyperion. Nueva York
- Anderson, Chris (2009). *Free. The future of a radical price*. Hyperion. Nueva York.
- Castells, Manuel (1996). *La era de la información. Vol. 1. La sociedad red*. Alianza Editorial. Barcelona.
- Castells, Manuel (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial. Barcelona.
- Cobo Romani, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / México DF. [www.planetaweb2.net](http://www.planetaweb2.net)
- Jarvis, Jeff (2009). *What Would Google Do?* Collins Business. Nueva York.
- Mason, Matt (2008). *The pirates dilemma. How youth culture is reinventing capitalism*. Free Press. Nueva York.
- Li, Charlene; Bernoff, Josh (2009). *Groundswell. Winning in a world transformed by social technologies*. Harvard Business Review. Boston.
- Pardo Kuklinski, H. (2010). *Geekonomía. Un radar para producir en el postdigitalismo*. Col·lecció Transmedia XXI. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Weinberger, David (2007). *Everything is miscellaneous. The power of the new digital disorder*. Times Books. Nueva York.

## Complementària

- Barabási, Albert-László (2002). *Linked. The new science of networks. How everything is connected to everything else and what it means for science, business and everyday life.* Perseus Publishing. Cambridge (MA ).
- Carr, Nicholas (2008). *The big switch. Rewiring the world, from Edison to Google.* Norton. Nueva York.
- Florida, Richard (2008). *Whos Your City? How the Creative Economy Is Making Where to Live the Most.* Basic Books. Nueva York.
- Gladwell, Malcolm (2008). *Outliers. The story of success.* Little, Brown and Company. Nueva York.
- Johnson, Steven (2005). *Everything Bad Is Good for You: How Todays Popular Culture Is Actually Making Us Smarter.* Riverhead Books. Nueva York.
- Lessig, Lawrence (2008). *Remix. Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy.* Bloomsbury. Londres.
- Pardo Kuklinski, Hugo; Brandt, Joel; Puerta, Juan Pablo (2008). Mobile Web 2.0.Theoretical-technical framework and developing trends. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (IJIM)*, vol. 2, nro. 4. <http://online-journals.org/i-jim/article/view/535>
- Piscitelli, Alejandro (2009). *Nativos digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación.* Santillana. Buenos Aires.
- Scolari, Carlos; Carlón, Mario (eds.) (2009). *El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate.* La Crujía. Buenos Aires.
- Sunstein, Cass (2006). *Infotopia. How many minds produce knowledge.* Oxford University Press. Nueva York.

## **Dret de la Comunicació**

Crèdits: 3.00

Primer semestre

### **OBJECTIUS:**

Dret de la Comunicació contempla dues parts diferenciades: d'una banda la introducció de l'alumne en els conceptes i institucions bàsics del nostre sistema constitucional i judicial, i de l'altra, el coneixement de la legislació pròpia de l'àmbit en què desenvoluparà la seva professió, de manera que pugui arribar a emprar els termes amb propietat i a conèixer l'abast i límits dels seus drets i deures com a professionals.

La finalitat fonamental és que l'alumne complementi els seus coneixements de comunicació amb els aspectes jurídics necessaris que regulen la seva activitat professional. Tanmateix, es pretén que sigui capaç d'assumir el lèxic i terminologia propis d'aquest àmbit.

### **CONTINGUTS:**

L'assignatura es dividirà en tres parts fonamentals:

PRIMERA PART: institucions i funcionament de l'estat de dret.

SEGONA PART: institucions i funcionament del sistema judicial nacional i europeu.

TERCERA PART: regulació en l'àmbit de la comunicació audiovisual:

1. Llibertat d'expressió i informació. Límits: menors, discriminació...
2. Drets de la personalitat: delictes contra la intimitat, l'honor i la pròpia imatge.
3. Drets d'autor en l'audiovisual.
4. Internet. Especificitats.

### **AVALUACIÓ:**

- L'avaluació de l'assignatura constarà d'una part teòrica (60% de la nota) i una pràctica (30%).
- La part teòrica s'avaluarà mitjançant tres controls al llarg del curs.
- La part pràctica s'avaluarà mitjançant l'assistència i participació a les classes pràctiques i la valoració del treball pràctic.
- Només es farà mitjana de la part pràctica i la teòrica quan ambdues estiguin aprovades.
- No es faran recuperacions.

Es valorarà:

- Resultat dels 3 examens
- Assistència a classe i a les tutories programades
- Participació activa a classe
- Implicació en l'assignatura
- Realització d'aportacions, presentacions, treballs, casos i comentaris.

## BIBLIOGRAFIA:

- Latorre, A. (1988). *Introducción al Derecho*. Barcelona: Ariel (última edició).
- Aparicio, M.A. (1984) *Introducción al Sistema Político y Constitucional Español*. (última edició).
- Pérez Royo, J. *Curso de Derecho Constitucional*. Madrid: Marcial Pons (última edició).
- Bel Mallén, I.; Corredoira, A. *Derecho de la información*. Barcelona: Ariel-Comunicación, 2003.
- Carreras Sella, L. de. *Derecho español de la información*. Editorial UOC. 2003
- Carrillo, M. *Los límites a la libertad de prensa en la Constitución española de 1978*. PPU, 1987.
- Herrero-Tejedor, F. *Honor, intimidad y propia imagen*. Colex, 1994.
- OCallaghan, X. *Libertad de expresión y sus límites: honor, intimidad e imagen*. Editorial Revista de Derecho Privado-Editoriales de Derecho Reunidas, 1991.
- Écija BernalL, H. (Écija & asociados, abogados). *Cómo producir, distribuir y financiar una obra audiovisual*. Ed. Grupo ExportFilm. 2000.
- Rueda Martín, M.A. *Protección penal de la intimidad personal e informática*. AtelierJusticia penal, 2004.
- Salvador Coderch, P. i altres. *El mercado de las ideas*. Centro de Estudios Constitucionales, 1990.

## **Mètodes d'Investigació en Comunicació**

Crèdits: 6.00

Primer semestre

### **OBJECTIUS:**

L'objectiu d'aquesta assignatura és oferir una introducció a la recerca científica en comunicació. Concretament, l'objectiu és que l'estudiant es familiaritzi amb la terminologia emprada en el món de la investigació, així com amb els principals mètodes i tècniques aplicats en els estudis sobre els mitjans de comunicació. Al final del curs l'estudiant haurà obtingut el coneixement necessari per al correcte disseny d'un treball de recerca.

### **COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:**

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir habilitats interpersonals.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitat de recerca.

### **COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:**

- Conèixer els mètodes i problemes de les diferents branques de la investigació de la comunicació en general i la comunicació audiovisual en particular.

### **CONTINGUTS:**

1. Les bases del coneixement científic
  - 1.1. Què és el coneixement científic
  - 1.2. El mètode científic
  - 1.3. Les àrees d'investigació en comunicació
  - 1.4. Les fases del procés de recerca en comunicació
2. Fase 1. Tema i objectius
  - 2.1. Elecció del tema
  - 2.2. Pregunta d'investigació
  - 2.3. Objectius generals i específics
  - 2.4. Justificació de la investigació
3. Fase 2. El marc teòric
  - 3.1. Antecedents
  - 3.2. Recerca documental
  - 3.3. Construcció de la base teòrica
4. Fase 3. Marc conceptual i hipòtesis
5. Fase 4. Metodologia i mostra
  - 5.1. Enfocaments qualitatiu i quantitatiu
  - 5.2. Disseny de la recerca
  - 5.3. Univers, població, mostra i unitats

- 5.4. Tipologia de mostrejos: probabilístics i no probabilístics
- 6. Fase 5. Tècniques d'investigació i anàlisi
  - 6.1. Tècniques qualitatives: observació participant, entrevistes en profunditat, històries de vida, grups de discussió i el Mètode Delphi
  - 6.2. Tècniques quantitatives: enquestes, experiments i anàlisis de continguts
  - 6.3. Anàlisi de la informació
- 7. Fase 6. Pla de treball, pressupostos i presentació
  - 7.1. Pla de treball
  - 7.2. Pressupostos
  - 7.3. Presentació de la proposta

## AVALUACIÓ:

L'avaluació de l'assignatura es divideix en una part teòrica i una part pràctica.

La part teòrica (40%) s'avalua de forma individual i es basa en dos exercicis que es faran a classe. Cadascun comptarà el 20% de la nota global de l'assignatura. En aquests exercicis s'avaluarà el coneixement dels continguts treballats a classe així com de les lectures obligatòries de l'assignatura.

La part pràctica (60%) es basa en un treball en grups de 4 persones i es divideix en dues entregues:

- Entrega I (30%): Tema, pregunta, objectius i disseny del marc teòric.
- Entrega II (30%): Marc conceptual, disseny de la recerca, preparació tècniques, proves pilot i exploració.

## BIBLIOGRAFIA:

### Bàsica

- Adorno, Th. W. (2001) *Epistemología y ciencias sociales*. Madrid: Cátedra i Universitat de València.
- Ander-Egg, E. (1987) *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires: Humanitas.
- Berganza, M.R. i Ruíz San Román, J.A. (coord.) (2005) *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.
- Bericat, E. (1998) *La integración de los métodos cuantitativos y cualitativos en la investigación social. Significado y medida*. Barcelona: Ariel.
- Busquet, J.; Medina, A.; Sort, J. (2006) *La recerca en comunicació. Qué hem de saber? Quins passos hem de seguir?* Barcelona: UOC.
- Galindo Cáceres, J. (coord.) (1998) *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. Mèxic: Addison Wesley Longman.
- García Ferrando, M.; Ibañez, J.; Alvira, F. (comps.) (2001) *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*. Madrid: Alianza Editorial.
- Jensen, K.B.; Jankowski, K.B. (eds.) (1993) *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- Ruiz Olabuenagua, J.I. (1998) *Cómo elaborar un proyecto de investigación*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Soriano, J. (2007) *L'ofici de comunicòleg*. Vic: Eumo Editorial.
- Taylor, S.J.; Bogdan, R. (1992) *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda del significado*. Barcelona: Paidós.
- Wimmer, R.D.; Dominick, J.R. (1996) *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.
- Wimmer, R.D.; Dominick, J.R. (2001) *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. Mèxic, International Thomson.

## **Narrativa Audiovisual i Multimèdia**

Crèdits: 6.00

Primer semestre

### **OBJECTIUS:**

Aquesta assignatura consta de dues parts totalment diferenciades: narrativa audiovisual (NAV) i narrativa multimedial (NMM).

### **CONTINGUTS:**

#### **Narrativa audiovisual**

##### **Introducció a la narrativa audiovisual**

- La Narrativa Audiovisual com a disciplina
- Què entenem per una narració audiovisual?
- Estratègies de la narració

##### **Teories de l'estructura narrativa**

- Els models narratius
- El pes literari dins el món cinematogràfic
- La dificultat de definir la Narrativa

##### **Els gèneres**

- Teoria dels gèneres
- Gènere cinematogràfic
- Història dels gèneres: musical, western, biopic.

##### **Elements cinematogràfics**

- Elements de la ficció i la seva interrelació

##### **Els codis sonors**

- Codis sonors diegètics i no diegètics
  - So
  - Soroll
  - Música
  - Veu
- Monòlegs i diàlegs

##### **Els elements de la representació**

- Posada en escena
- Posada en quadre
- Posada en sèrie
- Temps i espai

## **La temporalitat en el relat audiovisual**

- Durada. Ordre. Freqüència
- Del pla al pla-seqüència
- Suspens, sorpresa i desordre

## **El discurs o les tècniques de la narració**

- Autor, narrador i narratari
- Punt de vista i veu Narrativa

## **Personatge**

- El *personatge* com a concepte
- Funcions del personatge
- Tipologies
- La marca de l'actor. LStar System

## **L'espai Audiovisual**

- Característiques de l'espai audiovisual
- Tipologies d'espais
- Espai narratiu com a discurs

## **Narració multimedial**

### **Introducció**

- La cultura de la simulació
- Orígens del GUI
- Hipertext i interactivitat
- La digitalització

### **Interactius digitals**

- Formats informatius (infografia, reportatges, slideshows...)
- e-documentals
- Formats educatius (enciclopèdies, e-learning...)
- Formats d'entreteniment (videojocs, ficció interactiva)
- Artmultimèdia
- Formats publicitaris (comunitats de fidelització, microsites...)
- Podcasting

### **Narració no lineal**

- Text i cibertext
- Narrativitat vs interactivitat.
- Hiperficció
- Precursors literaris
- Experiències cinematogràfiques i Narratives transmediàtiques

### **El multimèdia a la web**

- La Web Audiovisual
- Plataformes de vídeo
- La TV a la xarxa

## **AVALUACIÓ:**

L'avaluació és teoricopràctica, a concretar pel professor a l'inici de curs.

## **BIBLIOGRAFIA:**

### **Narrativa audiovisual**

- Altman, Rick *Los géneros cinematográficos*. Barcelona: Paidós Comunicación, 2000.
- Casetti, F. i Di Chio, F. *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós Comunicación, 1991.
- Diez Puertas, Emeterio. *Narrativa audiovisual. La escritura radiofónica y televisiva*. Ed. Universidad Camilo José Cela. 2003.
- Fernández Díez, Federico; Martínez Abadía, José. *Manual básico del lenguaje y narrativa audiovisual*. Barcelona: Paidós, 1999.
- García Jiménez, J. *Narrativa audiovisual*. Càtedra. Signo e imagen, 1993.
- Seger, Linda. *Cómo crear personajes inolvidables*. Barcelona: Paidós, 1990.
- Truffaut, François. *El cine según Hitchcock*. Madrid: Alianza, 1974.

### **Narrativa multimèdia**

- Landow, G. *Hipertexto*. Barcelona: Paidós, 1995.
- Marcos, M. C. *Interacción en interfaces de recuperación de información: conceptos, metáforas y visualización*. Gijón: Ediciones Trea, 2004.
- Vouillamoz, N. *Literatura e hipermedia*. Barcelona: Paidós, 2000.
- Bou, G. *El guión Multimedia*. Madrid: Anaya Multimedia, 2003

## Optatives

Crèdits: 24.00

Primer semestre

### OBJECTIUS:

Introduir l'estudiant en els camps d'aplicació de la AI, definida com la ciència d'organitzar espais d'informació amb la finalitat d'ajudar els usuaris a trobar les seves necessitats d'informació. Aquesta activitat d'organitzar espais comportarà per a l'estudiant l'estructuració, classificació i retolat dels continguts d'un espai interactiu.

### COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).

### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer les principals qüestions relacionades amb la societat de la informació, el seu funcionament i el potencial de les comunitats virtuals.
- Saber valorar críticament les TIC, els seus camps d'aplicació en la societat i el seu impacte.
- Conèixer els fonaments metodològics del disseny de la interacció (persona-ordinador, disseny d'interfícies, usabilitat, accessibilitat, etc.).
- Saber analitzar i representar les dades.

### CONTINGUTS:

1. Introducció a l'arquitectura de la informació.
2. Usabilitat, accessibilitat i disseny centrat en l'usuari.
3. Planificació i disseny de un projecte interactiu: disseny conceptual, disseny visual i definició de l'estil i continguts.
3. El prototip i la seva avaluació: el mètode heurístic i el test amb usuaris.
5. Implementació del projecte interactiu i manteniment: Opinions dels usuaris, comportament de l'usuari i ús de l'espai.

### AVALUACIÓ:

1. Treballs: Durant el curs es realitzaran treballs pràctics i exposicions (60%).
2. Examen teòric sobre continguts entorn de conceptes i programes digitals (10%).
3. Projecte final del curs (30%).

L'avaluació constarà de les parts 1, 2 i 3, i s'haurà d'aprovar cadascuna per separat. La qualificació final de l'assignatura serà la suma percentual de les tres parts.

## BIBLIOGRAFIA:

- Kelly Braun. *Usabilidad*. Madrid: Anaya Multimedia, 2003.
- Jakob, Nielsen. *Técnicas de eye tracking para usabilidad web*. Madrid: Anaya, 2010?.
- Héctor, Navarro i altres autors. *Disseny gràfic i disseny web. Breus lliçons sobre història, teoria i pràctica*. Vic: Eumo Editorial, 2010.
- Floría Cortés, A. (2000). *Recopilación de Métodos de Usabilidad*. SIDAR. Disponible a: <http://www.sidar.org/recur/desdi/traduc/es/visitable/Herramientas.htm>
- Garret, J.J. (2002). *Un vocabulario visual para describir arquitectura de información y diseño de interacción*. Disponible a: <http://www.jjg.net/ia/visvocab/spanish.html>
- Hassan Montero, Y.; Martín Fernández, F.J. (2003a). *Guía de Evaluación Heurística de sitios web*. Disponible a: <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/heuristica.htm>
- Hassan Montero, Y.; Martín Fernández, F.J. (2003b). *Qué es la Accesibilidad Web*. Disponible a: <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/accesibilidad.htm>
- Hassan Montero, Y.; Martín Fernández, F.J. (2003c). *Método de test con usuarios*. Disponible a: [http://www.nosolousabilidad.com/articulos/test\\_usuarios.htm](http://www.nosolousabilidad.com/articulos/test_usuarios.htm)

## Taller de Comunicació Gràfica II

Crèdits: 3.00

Primer semestre

### OBJECTIUS:

Conèixer els elements fonamentals del projecte gràfic per a la comunicació i aplicar-los correctament mitjançant l'ús de les eines de disseny vectorial (Illustrator) i de mapa de bits (Photoshop).

### COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de resoldre problemes.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).

### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els fonaments teòrics, històrics i pràctics de la comunicació gràfica.

### CONTINGUTS:

#### 1. Comunicació visual i significat.

- Lògiques del disseny
- Estil i contingut, ordre i significat
- Context
- Graus d'iconicitat de la imatge
- Aproximacions a la semiòtica visual.

#### 2. El Projecte gràfic

- Planificació i metodologia d'un projecte gràfic
- El briefing
- El concepte com a eix vertebrador
- Criteris per a la selecció tipogràfica
- Bases per al plantejament cromàtic
- La proposta de imatge

#### 3. Claus formals del missatge visual

- Abstracció - Síntesi - Simplicitat
- Estructura - Modularitat - Sistematització
- Ritme - Moviment - Temps
- Superfície - Textura - Capa
- Contrast - Jerarquia - Transparència
- Escala - Proporció - Mesurada.
- Edició - Enquadrament - Alineació

- Unitat - Coherència - Estil

#### 4. Comunicació gràfica, peces, mitjans

- Estudi i aplicacions en diferents peces: Cartell
- Flyer, folletó, catàleg.
- Packaging, display
- Tanca, OPI, banderoles

#### 5. Aspectes de producció.

- Preimpressió. Processos.
- Tractament de la imatge digital; mapes de bits i vectorial.
- Tècniques, processos, eines, recursos.
- Pràctiques amb el programari de disseny i aplicacions en el desenvolupament de tots els exercicis i projectes.

### AVALUACIÓ:

1. Projectes: 50%.
2. Exercicis: 10%
3. Examen teòric: 10%
4. Projecte final: 30%.

Les parts 1, 2, 3 i 4, s'hauràn d'aprovar cada una per separat. La qualificació final de l'assignatura serà la suma percentual de las quatre parts.

Els treballs gràfics s'avaluen segons els següents criteris:

- Comprensió: Compliment d'objectius. Relació plantejament - resultat.
- Expressió: Força visual i comunicativa, grau d'innovació
- Presentació. Qualitat en acabats, desenvolupament tècnic.

### BIBLIOGRAFIA:

#### Bàsica

- Costa, Joan. *Diseñar para los ojos*. Barcelona: Costa Punto Com Editor, 2007.
- Navarro, Héctor i altres autors. *Disseny Gràfic i Disseny web. Breus lliçons sobre història teoria i pràctica*. Vic: Eumo Editorial, 2010.
- Samara, Timothy. *Los elementos del diseño. Manual de estilo para diseñadores gráficos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.

#### Complementària

- Chavers; Norberto; Bellucia, Raúl. *La Marca Corporativa*, Barcelona: Paidós.
- Dabner, David. *Diseño gráfico, fundamentos y práctica*. Barcelona: Blume, 2005.
- Frascara, Jorge. *Diseño y comunicación visual*. Buenos Aires: Infinito, 1988.
- Frutiger, Adrian. *Signos, símbolos, marcas, señales*, Barcelona: Gustavo Gili, 1981.
- Gardner, Howard. *Mentes creativas*, Barcelona: Paidós, 1995.
- Gatter, Mark. *Listo para imprenta*. Barcelona, IndexBook: 2008.
- Heller, Eva. *Psicología del color. Cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Barcelona: Gustavo Gili, 2004.
- Jute, A. *Retículas. La estructura del diseño gráfico*. Barcelona: Index Books, 1996.
- March, M. *Tipografía creativa*. Barcelona: Gustavo Gili 1989.

- Mono. *Identidad corporativa. Del brief a la solución final*. Barcelona: Gustavo Gili, 2007.
- Morison, Stanley. *Principios fundamentales de la tipografía*. Barcelona: Ediciones del Bronce, 1998.
- Martín, José Luis; Ortuna, Montse. *Manual de tipografía*. València: Campgràfic, 2004.
- Rivers, Charlotte. *Best of Disc Art 1. Innovation in CD, DVD & vinyl packaging design*. Rotovision, 2008
- Samara, Timothy. *Los elementos del diseño. Manual de estilo para diseñadores gráficos*. Barcelona: Gustavo Gili, 2008.
- Vilafañe, Justo. *Introducción a la teoría de la imagen*. Madrid: Pirámide, 1998.

## Taller de Fotografia I

Crèdits: 3.00

Primer semestre

### OBJECTIUS:

Aquesta assignatura pretén que els estudiants puguin expressar i comunicar idees, sensacions i arguments narratius a través d'una càmera fotogràfica convencional. Que tinguin una base sòlida per adaptar-se a les noves tecnologies i fotografiar el món que els envolta amb les noves càmeres de fotografia que ofereix el mercat, telèfon mòbil, ordinadors, i altres dispositius informàtics.

Els objectius principals són:

- Aprendre a fer funcionar la càmera fotogràfica des del punt de vista tècnic.
- Aprendre composició visual
- Saber utilitzar la càmera fotogràfica per explicar una història.
- Saber editar una fotografia amb el programa informàtic genèric.
- Domini de l'instrumental d'il·luminació del plató de fotografia.
- Capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Capacitat per generar noves idees.
- Aprendre a elaborar un reportage fotogràfic pròpi.
- Reflexionar críticament sobre el procés d'obtenció d'una fotografia per a ser publicada i conèixer les conseqüències que pot tenir.
- Adquirir una consciència crítica del paper del fotogràf en la societat.

### COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat de resoldre problemes.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).

### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els fonaments teòrics i pràctics del llenguatge fotogràfic i els seus gèneres.
- Tenir coneixements de preproducció, producció i postproducció fotogràfica.
- Conèixer la imatge espacial i les representacions icòniques en l'espai, tant en la imatge fixa com en moviment.

## CONTINGUTS:

1. Història de la fotografia
  - 1.1 Introducció: Història de l'Art (artistes). Història de la ciència (científics)
  - 1.2 El principi fotogràfic: L'invent i l'inventor
  - 1.3 Els primers fotògrafs: Cameron, Stieglitz, Mybridge, Nadar
  - 1.4 Les primeres càmeres: La càmera fosca, la càmera de plaques, la càmera de banc òptic, la camera Leica, la càmera reflex, la càmera compacte, la camera digital.
  
2. Tècnica fotogràfica
  - 2.1 La formació de la imatge
  - 2.2 La càmera fotogràfica: el cos, i l'objectiu, commutadors i funcionament
  - 2.3 Tipus de càmeres que ofereix el mercat: analògic, digital
  - 2.4 El diafragma:  $n^{\circ}$ , obertura, lluminositat
  - 2.5 L'obturador: escala de velocitats
  - 2.6 La profunditat de camp: diafragma, distància focal, distància càmera-subjecte
  - 2.7 El moviment: el dispar, lent o ràpid, moviment de càmera
  - 2.8 L'òptica: centre òptic, distància focal, tipus de lents
  - 2.9 Els objectius: angular, normal i teleobjectiu. Zoom, òptiques especials
  - 2.10 L'enfocament: selecció del punt enfocat, tipus d'enfocament: AF, M
  - 2.11 El fotògraf i el seu equip: situació, instint, posició, actitud
  
3. La llum
  - 3.1 Característiques i propietats
  - 3.2 Tipus de llum, direcció, intensitat, temp. de color, qualitat
  - 3.3 Fonts de llum: dia, contrallum, efectes meteorològics, tungstè, fluorescent, foc, artificial, flash.
  
4. Fotometria
  - 4.1 La mesura de l'exposició: relació entre obertura,  $n^{\circ}$  i sensibilitat
  - 4.2 El fotòmetre: el fotòmetre de la càmera i el fotòmetre independent
  - 4.3 Tipus de mesures d'exposició: incident i reflectida
  - 4.4 Lectures de la llum: puntual, metrical, preponderada al centre
  - 4.5 Càlcul del gris mig de la imatge: targeta/carta gris del 18%
  
5. Suports fotogràfics
  - 5.1 Suport analògic: La pel·lícula fotosensible, ISO, gra, contrast, poder resolutiu, latitud.
  - 5.2 Tipus de suports analògics: neg. Color, neg. b/n, diapositiva, infraroig, paper.
  - 5.3 Suport digital: el sensor fotosensible, sensibilitat, pixel, pantalla, targetes de memòria.
  - 5.4 Suport físic: paper, ploter, plàstic, translúcid, àlbum digital. Diferències entre analògic i digital: mida de la imatge captada, Mètodes d'emmagatzematge de la imatge digital, defectes i problemes
  
6. Tractament de la imatge
  - 6.1 El laboratori fotogràfic convencional: revelat negatiu/revelat positiu
  - 6.2 El laboratori fotogràfic digital: Programes d'edició d'imatges. Photoshop
  - 6.3 Preparació de la imatge digital per a un ús professional
  - 6.4 Traspàs de suports: digitalització de les imatges (escàners)
  
7. El flaix
  - 7.1 Funcionament del flaix
  - 7.2 Diferents sistemes d'utilització: manual, automàtic, TTL
  - 7.3 Tipus de flash: de càmera, d'estudi
  - 7.4 Utilització del flash per reportatge: direccionable, rebotat, extern a la càmera
  
8. La fotografia digital
  - 8.1 El sensor fotosensible: tipus de sensors
  - 8.2 La pantalla o display: fotografiar comprovant el resultat
  - 8.3 Formats digitals: Resolució, qualitat i mida de la imatge

#### 8.4 Arxius digitals

#### 8.5 Problemes i solucions del món digital: la brutícia al sensor

### 9. Imatge

9.1 Composició visual: principis de composició.(enquadrament, escala de plans, harmonia, claredat, llum, etc...)

9.2 El recorregut visual, centre d'interès, punt de vista

9.3 La llei de terços

9.4 Anatomia del missatge visual: Representacional, abstracte, simbòlic

### 10. La fotografia i la llei

10.1 Llei de la propietat intel·lectual

10.2 Drets d'autor i copyright

10.3 Drets d'explotació de les imatges

10.4 La propietat de les fotografies

10.5 Permisos i autoritzacions

10.6 Dret a la pròpia imatge

10.7 L'ètica del fotògraf

### 11. La fotografia als multimèdia

11.1 La fotografia a Internet. El web

11.2 Projecció d'imatges: Concerts, espectacles, teatre

11.3 La fotografia impresa: premsa escrita

11.4 CD, tríptics, catàlegs, Tanques publicitàries, llibres

11.5 Les càmeres objectes: telèfon mòbil

11.6 Revistes especialitzades: motor, moda, entreteniments

11.7 Publicacions de prestigi

### 12. Disciplines de la fotografia

12.1 El fotoperiodisme

12.2 La fotografia social

12.3 La fotografia de moda

12.4 La fotografia publicitària

12.5 La fotografia d'arquitectura

12.6 La fotografia de viatge

12.7 La fotografia d'autor

12.8 La fotografia submarina

12.9 La fotografia de l'espai

12.10 El paparazzi, la fotografia del cor

12.11 La fotografia de guerra

12.12 La fotografia eròtica

12.13 La fotografia mèdica

12.14 La fotografia científica

12.15 La macrofotografia

### 13. El fotògraf professional

13.1 Treballar d'autònom: avantatges i inconvenients

13.2 Treballar asselariat: avantatges i inconvenients

13.3 Formació: acadèmica i autodidàctica

13.4 Acredencials: carnet de premsa, autoritzacions

13.5 Eines de treball: equip fotogràfic, vehicles, telèfon mòbil, ordinador ,etc.

13.6 Disponibilitat: horari, festius i vacances

### 14. El retrat

14.1 Origen i història

14.2 El personatge i el fotògraf

14.3 Tipologies de retrats

14.4 El retrat preparat

## 14.5 Els grans retrats de la història

### AVALUACIÓ:

- L'avaluació estarà formada per una part de teoria i una de pràctica. La part de teoria valdrà el 20% de la nota. Repartida entre l'assistència a classe (10%) i d'un comentari personal d'un documental passat a classe (10%).
- La part pràctica valdrà el 80% de la nota, i estarà formada per la mitjana de deu pràctiques en grup (30%) a realitzar de manera dirigida en horari lectiu, una pràctica individual (10%), i un treball final individual (40%) que els alumnes hauran de desenvolupar al llarg de tot el curs.

### BIBLIOGRAFIA:

- Aaland, Mikkel. *Consigue las mejores fotos con tu cámara digital*. Madrid: Anaya, 2004.
- Baeza, Pepe. *Por una función crítica de la fotografía de prensa*. Barcelona: Gustavo Gili, 2001.
- Barthes, Roland. *La cámara lúcida*. Mallorca: Leonard Muntaner, 2007.
- Benjamin, Walter. *Sobre la fotografía*. Traducció; José Muñoz Millanes. Valencia: Pre-textos, 2007.
- Daly, Tim. *Manual de fotografía digital*. Barcelona: Loc Team, 2000.
- Doménech, Hugo. *La fotografía informativa en la prensa generalista. Del fotoperiodismo clásico a la era digital*. (en línia) Castelló: Universitat Jaume I, 2005.
- Dubois, Philippe. *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*. Barcelona: Paidós, 1986.
- Eismann, Katrin; Duggan, Seán; Grey, Tim. *Fotografía digital. Títulos Especiales*. Madrid: Anaya, 2005.
- Evening, Martin. *Photoshop CS para fotógrafos*. Madrid: Anaya, 2004.
- Freund, Gisèle. *La fotografía como documento social*. Barcelona: Gustavo Gili, 1993.
- Hedgecoe, John. *Manual de técnica fotográfica*. Madrid: Blume, 1979.
- Keen, Martin. *Práctica de la fotografía de prensa. Una guía para profesionales*. Barcelona: Paidós, 1995. (Biblioteca UVic).
- Kobre, Kenneth. *Fotoperiodismo. El manual del reportero gráfico*. Barcelona: Omega, 2006.
- Langford, Michael. *La fotografía paso a paso*. Madrid: Hermann Blume, 1984.
- Lister, Martin. *La imagen fotográfica en la cultura digital*. Barcelona: Paidós, 1997. (Biblioteca UVic).
- Mellado, José María. *Fotografía digital de alta calidad*. Barcelona: Artual, 2006.
- Mellado, José María. *Fotografía de alta calidad. Técnica y Método*. Barcelona: Artual, 2010.
- Newhal, Beaumont. *Historia de la fotografía*. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.
- Soler, Maria. *Las empresas de Fotografía ante la era digital*. Madrid. Ediciones de las Ciencias Sociales, 2007. (Biblioteca UVic).
- Sontag, Susan. *Sobre la fotografía*. Barcelona: Edhasa, 1981.
- Souvez Marie-Loup, *Historia de la fotografía*. Madrid: Cátedra, 1994.
- Tausk, Peter. *Historia de la fotografía en el siglo XX. De la fotografía artística al periodismo gráfico*. Barcelona: Gustavo Gili, 1978.

## **Bandes Sonores**

Crèdits: 3.00

Segon semestre

### **OBJECTIUS:**

L'objectiu d'aquesta assignatura és el de comprendre l'ús de la música en els mitjans audiovisuals, però no solament com un element estètic i emocional sinó singularment narratiu. Així, el propòsit és que els alumnes compreguin les seves funcions principals, entenguin els seus recursos i sàpiguen, així, elaborar un guió musical que complementi al guió literari, i que en definitiva siguin capaços de traslladar les seves intencions i decisions al compositor perquè les plasmí en forma de música.

### **COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:**

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).

### **CONTINGUTS:**

L'assignatura té una vessant teòrica i una altra de pràctica. En la teòrica, s'exposaran les singularitats de la música aplicada en el mitjà audiovisual (que són diferents als de la música no aplicada); a la pràctica s'estudiaran nombrosos exemples de guions musicals.

En la part teòrica es desenvoluparan aquestes matèries:

#### *I.- Introducció*

La música al mitjà audiovisual. Elements indentificatius.

#### *II.- La música en el context audiovisual*

- 1.- Música necessària i música creativa.
- 2.- Música original, preexistent i adaptada.
- 3.- Música diegètica i música incidental.
- 4.- Música empàtica i música anempàtica.
- 5.- Música integrada.

#### *III- Distribució musical*

- 1.- Estructura musical
- 2.- Tema inicial i tema final.

3.- Tema principal, tema central i tema secundari.

4- Subtema.

5.- Contratema.

6- Motius i fragments: el leit-motif.

7.- La música repetida, variada i repercutida.

8.- El silenci musical.

*IV- Nivells de música*

1.- Nivell sonor.

2.- Nivell argumental.

3.- Nivell espacial.

4.- Nivell dramàtic.

*V- Processos de dinamització*

1.- La música i els diàlegs.

2.- La connexió seqüencial.

3.- Allargament i intensificació de la seqüència.

*VI.- Creació del guió musical*

## **AVALUACIÓ:**

L'estudiant haurà d'aconseguir fins a un màxim de 100 punts. Els punts finals, dividits per 10, donaran com resultat la nota final.

A) L'estudiant assumirà com a línia de treball dues pel·lícules a analitzar durant l'assignatura. Es podrà triar entre tres propostes del professor o les propostes dels mateixos estudiants amb l'aprovació del professor. Una serà per escrit i l'altra podrà fer-se oralment. Serviran per a l'avaluació continuada (50 punts).

B) Una pràctica d'anàlisi bàsic a triar entre:

- 1) la incorporació –a elecció de l'alumne– del seu projecte de TFC;
- 2) d'un bloc d'anuncis publicitaris
- 3) de un capítol de sèrie televisiva (d'elecció pròpia de l'alumne sempre que el professor l'aprovi) o
- 4) de qualsevol altre mitjà audiovisual que resulti d'interès i estigui vinculat a l'assignatura. (20 punts)

C) Assistència a les classes, xerrades, participació en debats (30 punts)

El professor avaluarà la puntuació de l'alumne i determinarà la nota final en base a aquesta.

## **BIBLIOGRAFIA:**

### **Bàsica**

- Xalabarder, C. *Música de Cine. Una ilusión óptica*. Libros en Red, 2006

### **Complementària**

- Bazelon, I. *Knowing the Score: Notes on Film Music*. New York: Arco Publishing, 1975.
- Chion, M. *La música en el cine*. Barcelona: Paidós, 2000.
- Davis, R. *Complete Guide to Film Scoring: The Art and Business of Writing Music for Movies and TV*. Berklee Press, 1999
- Eisler, H. *El cine y la música*. Madrid: Fundamentos, 2000.
- Karlin, F. *Listening to Movies*. New York: Schirmer Books, 1994.
- Palmer, C. *The Composer in Hollywood*. London: Marion Boyars, 1990.
- Thomas, T. *Music for the Movies*. New York: Barnes and Company, 1973.

## Investigació d'Audiències

Crèdits: 3.00

Segon semestre

### OBJECTIUS:

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 el 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, Ilope.
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

### AVALUACIÓ:

Durant el curs hi haurà diferents treballs teòrics i exercicis pràctics.

### 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.

## Optatives

Crèdits: 30.00

Segon semestre

### OBJECTIUS:

#### Assignatura: Producció per als Dispositius Mòbils

El objetivo es la comprensión por parte del estudiante de las tendencias actuales en el universo *mobile*, con especial énfasis en los aspectos de la comunicación móvil. El entorno mobile se convierte cada vez más en nuestro ecosistema de interacción. A medida que el acceso a las tecnologías móviles se masifica y la Web mobile crece, la ciudadanía y los productores audiovisuales encuentran nuevas vías de comunicación y oportunidades de creación de discursos en diversos formatos. Por esta razón, el seminario-taller propone una instancia de inmersión en el ecosistema mobile no sólo para comprenderlo y conocer sus características sino también para ser capaces de producir en su contexto.

El primer bloque teórico es una introducción al ecosistema mobile. El segundo bloque teórico consta de una observación profunda de cómo se está forjando un sector de la producción de contenidos comunicativos desde el que se alumbran nuevos tipos de contenidos y nuevas gramáticas para su expresión. Presentar un mapa de los actores, contenidos y tendencias del sector de las comunicaciones para teléfonos móviles en Cataluña y, específicamente, en los sectores de contenidos informativos, educativos y de entretenimiento. También se dibujarán las tendencias y dinámicas de cambio hacia las que se dirige la industria móvil en España.

### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer l'impacte social de les tecnologies informatives i la comunicació.

### CONTINGUTS:

- Teórico 1. Mobile internet. La derrota de los walled gardens. Conceptos básicos. Definición de términos. Generaciones. Smartphones y tipos de redes. Sistemas operativos (Symbian-Android-RIM, Windows). Navegadores. Actores del mercado (fabricantes, operadores). Tipos de dispositivos. El caso iPhone. Nokia y Blackberry. Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global (Presentación de la investigación de Manuel Castells). Breve explicación del profesor y distribuir capítulos para la próxima clase (Castells 3 alumnos).
- Teórico 2. Historia de la Web y los móviles en paralelo. Webs apps vs native apps. Alumnos deben leer: *Phone Book*, Henrietta Thompson / *Consumo en EEUU*, Pew Internet / *History of mobile phones*, Wikipedia.
- Teórico 3. Problemas actuales del desarrollo de la industria mobile en España y Catalunya. Presentación resultados Investigación GRID. Scolari, Carlos; Navarro, Héctor; Pardo Kuklinski, Hugo; García Medina, Irene; Soriano, Jaume. (GRID-UVic); *Comunicació i dispositius mòbils a Catalunya: actors, continguts i tendències*. Quaderns del CAC, Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
- Teórico 4. Contenidos audiovisuales tradicionales para móviles (Videocasts, TED, Lonely Girl, telenovelas en capítulos, etc) / La convergencia de la mobile internet. Adaptación de formatos. Libro Mobile Media. Contenidos audiovisuales.
- Teórico 5. Recursos on-line. Journal ISIJ / TED / Ejercicio. Descubrir alguna idea interesante basada en un texto de la red o de un libro. 10 minutos de clase individual. Distribuirlo por clases esto. Ejercicio práctico. Presentarlo. Estrategia cross-media. Adaptación de un contenido audiovisual "tradicional" a dispositivos móviles (La Contra de La Vanguardia). Formato de uso con bluetooth.
- Teórico 6. Mobile Web 2.0. Nociones O'Really. Nociones Ajit/Jaokar. Usos educativos del mobile. La

experiencia de CampusMovel.net y otras plataformas.

- Teórico 7. Tendencias: geolocalización / street games / redes sociales. Ver ejemplos.

## **AVALUACIÓ:**

El curso se trata de 13 sesiones. No habrá examen final. Es condición obligatoria para aprobar la asignatura asistir mínimo a 9 clases completas y realizar las tareas solicitadas.

- 50% de la nota: exposiciones en clase (3 exposiciones cada alumno mínimo)
- 50%: concepto general y participación en las tareas a diario en base al uso de plataformas colaborativas.

## **BIBLIOGRAFIA:**

### **Bàsica**

- Castells, Manuel; Fernández-Ardèvol, Mireia; Linchuan Qiu, Jack; Sey, Araba (2006). *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global*. Barcelona: Ariel.
- Jaokar, Ajit; Fish, Tony (2006). *Mobile Web 2.0. The innovator's guide to developing and marketing next generation wireless/mobile applications*. London: FutureText.
- Pardo Kuklinski, H. (2010). *Geekonomía. Un radar para producir en el postdigitalismo*. Col·lecció Transmedia XXI. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Pardo Kuklinski, Hugo; Brandt, Joel; Puerta, Juan Pablo. *Mobile Web 2.0. Theoretical-technical framework and developing trends*. International Journal of Interactive Mobile Technologies (IJIM). October 2008. <http://www.online-journals.org/index.php/i-jim>
- Scolari, Carlos; Navarro, Héctor; Pardo Kuklinski, Hugo; García Medina, Irene; Soriano, Jaume. (GRID-UVic); *Comunicació i dispositius mòbils a Catalunya: actors, continguts i tendències*. Quaderns del CAC, Consell de l'Audiovisual de Catalunya
- Rheingold, Howard (2002). *Smart Mobs: The Next Social Revolution*. Cambridge: Perseus Books Group.

### **Complementària**

- Recursos en línea que serán referencias permanentes: Mobile World Live, GSM Association / mobileactive.org / Mobile Monday / Charged.mobi / Digitalismo (etiqueta mobile) / IJIM (investigación científica) / Bits, New York Times / Wwhatsnew.com (ver sección de móviles) / Tech Crunch (mobile) / Wired Magazine / Pew Internet /

## Taller d'Infografia

Crèdits: 3.00

Segon semestre

### OBJECTIUS:

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

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

### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els fonaments teòrics, històrics i pràctics de la comunicació gràfica.
- Conèixer la imatge espacial i les representacions icòniques en l'espai, tant en la imatge fixa com en moviment.
- Saber analitzar i representar les dades.

### CONTINGUTS:

#### 1. Introducció a la Infografia

- Història
- Descripció
- Funció de la infografia en els mitjans audiovisuals
- Nova disciplina audiovisual
- La tecnologia al sevei de la infografia
- Linfografista, el infovisualitzador

#### 2. Disseny de la informació i procés infogràfic

- la anàlisi informatiu
- La documentació
- El lloc dels fets i els testimonis
- Lesbós i IStory Board
- Lequilibri entre la funció i la forma
- el comunicador -infografista
- Treball en grup

#### 3. Elements infogràfics

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

#### 4. Variables gràfiques

- Infografia hardnews i softnews, visualització de dades
- 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, info-visualització.

## **AVALUACIÓ:**

- Treballs pràctics: Durant el curs es realitzaran treballs pràctics (60% de la nota final)
- Projecte final de curs amb un valor total equivalent al 40% de la nota final.

## **BIBLIOGRAFIA:**

### **Bàsica**

- Foglia, E. (2010). *Visualització de dades i infografia*. Dins: *Disseny gràfic i disseny web*. Vic: Eumo Editorial, p. 251-280.

### **Complementària**

- Aicher, Otl; Kramper, Martín *Sistemas de signos en la comunicación visual*, Barcelona: GG Diseño.
- Blackwell, L. *Tipografía del siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili, 1998.
- Bounford, Trevor *Diagramas digitales Cómo diseñar y presentar información gráfica*, Barcelona: GG Diseño.
- Burke, Michel; Wildbur, Peter *Infográfica. Soluciones innovadoras en el diseño contemporáneo*. Barcelona: GG.
- Costa, Joan *La Esquemática, visualizar la información*, Barcelona: Paidós.
- De Pablos, José M, *Infoperiodismo. El periodista como creador de infografía*, Madrid: Síntesis, 1999.
- Frutiger, Adrian, *Signos, símbolos, marcas, señales*, Barcelona: GG Diseño.
- Holmes, Nigel *The Best in Diagrammatic Graphics*, Rotovision (March 1, 1994), ISBN: 0823063054
- Lipton, Ronnie *Information Graphics and Visual Clues – new in paperback*.
- Lipton, Ronnie *Communicating Information through Graphic Design*.
- Mijksenaar, Paul *Una introducción al Diseño de la información*, Mèxic: GG.
- Reinhard, Gäde *Diseño de periódicos Sistemas y Métodos*, Barcelona: GG Diseño.

## Taller de Comunicació Interactiva

Crèdits: 3.00

Segon semestre

### OBJECTIUS:

Introducció a la producció multimedial per a internet mitjançant l'ús de programes informàtics d'edició (*Dreamweaver*) i gestors de continguts (*Content Manager System*, tipus *Wordpress*). Aplicació dels coneixements teòrics desenvolupats a l'assignatura Comunicació Digital Interactiva.

### COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.

### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els formats d'arxius digitals i les tècniques de compressió de documents.
- Conèixer els fonaments metodològics del disseny de la interacció (persona-ordinador, disseny d'interfícies, usabilitat, accessibilitat, etc.).

### CONTINGUTS:

1. Fonaments bàsics de tecnologia web
  - a. Interfície del programari
  - b. Creació d'un lloc local nou
  - c. Creació d'una plana bàsica
  - d. Aprenentatge d'HTML bàsic i etiquetes més usades
2. Lloc local i lloc remot
  - a. Definició del lloc local a Dreamweaver
  - b. Vista local i vista remota
  - c. FTP, posar el nostre lloc web "on-line"
3. Disseny HTML
  - a. Disseny bàsic de la pàgina
  - b. Taules (files i columnes i cel·les).
  - c. Composició general. iPlantilles
4. Imatges
  - a. Imatges: RGB i resolució web amb photoshop
  - b. Mapes d'imatge
  - c. Imatges de substitució
5. Text
  - a. Introducció
  - b. Hipertext i enllaços
  - c. Formatació, tipografia, cos
  - d. Vinculació (tipus: absoluta, relativa a la plana, al lloc)
6. Disseny CSS
  - a. Estils de Cascada
  - b. Fulls d'estil

- c. Classes, IDs, etiquetes
- 7. Escriure a la Web
  - a. Producció i enllaços
- 8. Web 2.0
  - a. Concepte i propietats
  - b. Ús del contingut dinàmic
  - c. Text i imatge: Del.icio.us, Blogger, Word Press, Wikipedia, Google Reader, Flickr, YouTube, etc.
  - d. Comunitats: MySpace, Facebook...
- 9. Sistemes de gestió de continguts
  - a. Panorama i programari (teòric)
- 10. Wordpress
  - a. Interfície
  - b. Administració vs Contingut
  - c. Temes, planes, menús
  - d. Entrades, etiquetes, categories
  - e. *Sidebars, plugins i widgets*

## AVALUACIÓ:

1. Exercicis pràctics individuals obligatoris sobre l'eina Adobe Dreamweaver i una breu exposició oral (40%).
2. Projecte final en grup (50%)?.
3. Presentació individual d'un tema (10%)?.

L'avaluació constarà de les parts 1, 2 i 3, i s'haurà d'aprovar cada una per separat. La qualificació final de l'assignatura serà la suma percentual de las tres parts.

Si se suspèn el treball final caldrà refer-lo en forma grupal. En qualsevol cas, la suspensió de de les avaluacions 1 i 2 significarà la suspensió del curs i la repetició de les proves no superades.

## BIBLIOGRAFIA:

### Bàsica

- Cobo Romaní, Cristóbal; Pardo Kuklinski, Hugo (2007). *Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food*. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals, Universitat de Vic. Flacso México. Barcelona / Mèxic DF. [www.planetaweb2.net](http://www.planetaweb2.net)
- Eccher, Clint (2011). *Diseño Web Profesional*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Negrino, Tom (2009). *Styling web pages with CSS visual quickproject guide*. Berkeley, Calif.: Peachpit Press.
- Schultz, David W. (2007). *Beginning HTML with CSS and XHTML: modern guide and reference*. Berkeley, CA : Apress.
- Sullivan, Stephanie (2008). *Mastering CSS with Dreamweaver CS3*. Berkeley, CA: New Riders ; London: Pearson Education [distribuidor]
- Wallace, Heather R. (2011). *WordPress 3. Desarrollo de proyectos Web*. Madrid: Anaya Multimedia.

## Taller de Producció Audiovisual

Crèdits: 9.00

Segon semestre

### OBJECTIUS:

L'assignatura permet treballar amb eines que faciliten la tasca de la producció audiovisual, des del seu plantejament, disseny de producció fins a la seva realització.

### CONTINGUTS:

#### **Bloc A: La producció radiofònica**

##### *1. Introducció conceptual*

- La ràdio com a mitjà d'expressió
- Història i evolució de la ràdio a Espanya i Catalunya
- Missatge i llenguatge radiofònic
- El muntatge sonor: ritmes, tons i plans sonors

##### *2. Disseny de la producció radiofònica*

- Preproducció, producció i postproducció
- Guionatge radiofònic (tècnic i literari)

##### *3. Producció dels gèneres radiofònics*

- Producció informativa
- Producció d'entreteniment
- Producció publicitària
- Producció de programes musicals
- Producció de programes dramàtics

##### *4. Com es gestiona la producció radiofònica?*

#### **Bloc B: La producció televisiva**

##### *1. Introducció conceptual*

- La imatge televisiva i cinematogràfica
- Producció cinematogràfica
- Producció televisiva

##### *2. Disseny de la producció*

- Professionals de la producció
- El projecte i la direcció
- L'enregistrament

##### *3. La producció executiva*

- Preproducció, producció i postproducció
- La creació del guió. De la idea a la producció

##### - Preparació:

o Equip de producció

o Guió definitiu

o Desglossament del guió

o Localitzacions i càstings

o Contractes i drets

o Pla de treball

o Pressupost

o Acabat: edició i postproducció

## 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. Per superar l'assignatura cal comptar amb un mínim de 5 en les pràctiques i la teoria.

- Pràctiques televisió 35%
- Pràctiques ràdio 35%
- Proves teòriques 30%

## BIBLIOGRAFIA:

### Bàsica

- Alten, S.R. (1994) *El manual del audio en los medios de comunicación*. Andoain: Esc. Cine y Vídeo.
- Arnheim, Rudolf (1980) *Estética radiofónica*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Barroso, Jaime (1988) *Introducción a la realización televisiva*. Madrid: IORTV.
- — (1996) *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis.
- Cabezón, Luis A. i Gómez, Félix (2004, 3a ed.) *La producción cinematográfica*. Madrid: Cátedra.
- Comparato, Doc (1992) *De la creación al guión*. Madrid: IORTV.
- Fernández, Federico; Martínez, José (1999) *La dirección de producción para cine y televisión*. Barcelona: Paidós.
- Martínez-Costa, M. Pilar (2002) *Información radiofónica*. Barcelona: Ariel.
- Marzal, Javier; López Cantos, Francisco (Coord.) (2008) *Teoría y técnica de la producción audiovisual*. València: Tirant lo Blanch.
- Sáinz, Miguel (1994) *Manual básico de la producción en televisión*. Madrid: IORTV.

## Teoria de la Imatge

Crèdits: 3.00

Segon semestre

### OBJECTIUS:

1. Conèixer el processament de la informació de la imatge.
2. Conèixer les implicacions teòriques i conceptuals de la imatge.
3. Conèixer les postures, les complexitats i la filosofia de la imatge.
4. Conèixer les distintes formes de representació, reproducció i expressió de la imatge.

### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Dominar el vocabulari específic de la comunicació audiovisual.

### CONTINGUTS:

#### 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

#### 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
- L'enquadrament i el marc

#### 3. Formes i tècniques de representació de la imatge:

- Evolució de la tècnica de representació
- Paradigmes de la imatge: prefotografia, fotografia, posfotografia.
- Imatge fixa: la pintura, el còmic, la fotografia.
- Imatge fixa vs. Imatge en moviment.
- Imatge aïllada vs. Imatge seqüencial.
- Imatges sintètiques
- Imatge i temps/espai

### AVALUACIÓ:

Per assolir les competències marcat per l'assignatura, el professor utilitzarà els següents elements amb la seva ponderació percentual:

- Control 1 i 2 (individual): 25%
- Assaig (individual): 20%
- Exposició (grup): 25%
- Pràctica 1 i 2 (grup): 20%
- Assistència a classe: 10%

## BIBLIOGRAFIA:

### Bàsica

- Aparici, Garcia, Valdivia 1992: *La imagen*, Madrid: UNED.
- Aumont, J. 1992: *La imagen*, Barcelona: Paidós.
- Barthes, R. 1992: *Lo obvio y lo obtuso*, Barcelona: Paidós.
- Benjamin, W. 1983: *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*, Barcelona: Edicions 62.
- Gauthier, G. 1996: *Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido*, Madrid: Cátedra.
- Gombrich, E.H. 2002: *Arte e ilusión*, Madrid: Debate.
- Gubert, R. 2004: *Patologías de la imagen*, Barcelona: Anagrama
- Joly, M. 2003: *La interpretación de la imagen: entre memoria, estereotipo y seducción*, Paidós, Barcelona
- Navarro Güere, H. 1995: *La percepción en el arte cinético. 3 artistas venezolanos*, Caracas: Fundación Carlos Eduardo Frías. Colección Canícula, Nº 7.
- Prendes Espinosa, M. 1998: *El lenguaje de la imagen*, Murcia: DM.
- Puig, A. 1979: *Sociología de las formas*, Barcelona: GG.
- Santaella, L.; Nöth, W. 2003: *Imagen: comunicación, semiótica y medios*, Basilea: Reichenberger.
- Tausk P., 1978: *Historia de la fotografía en el siglo XX*, Barcelona: GG.
- Van Leeuwen, T.; Jewitt, C. 2001: *Handbook of Visual Analysis*, Londres: SAGE Publications-
- Villafañe, J. 2003: *Introducción a la teoría de la imagen*, Madrid: Pirámide.
- Vitta, M. 2003: *El sistema de las imágenes*, Barcelona: Paidós.
- Zunzunegui, S. 2003: *Pensar la imagen*, Madrid: Cátedra/Universidad del País Vasco.

## OPTATIVES

### Arquitectura de la informació

Crèdits: 3.00

#### OBJECTIUS:

Introduir l'estudiant en els camps d'aplicació de la AI, definida com la ciència d'organitzar espais d'informació amb la finalitat d'ajudar els usuaris a trobar les seves necessitats d'informació. Aquesta activitat d'organitzar espais comportarà per a l'estudiant l'estructuració, classificació i retolat dels continguts d'un espai interactiu.

#### COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).

#### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer les principals qüestions relacionades amb la societat de la informació, el seu funcionament i el potencial de les comunitats virtuals.
- Saber valorar críticament les TIC, els seus camps d'aplicació en la societat i el seu impacte.
- Conèixer els fonaments metodològics del disseny de la interacció (persona-ordinador, disseny d'interfícies, usabilitat, accessibilitat, etc.).
- Saber analitzar i representar les dades.

#### CONTINGUTS:

1. Introducció a l'arquitectura de la informació.
2. Usabilitat, accessibilitat i disseny centrat en l'usuari.
3. Planificació i disseny de un projecte interactiu: disseny conceptual, disseny visual i definició de l'estil i continguts.
3. El prototip i la seva avaluació: el mètode heurístic i el test amb usuaris.
5. Implementació del projecte interactiu i manteniment: Opinions dels usuaris, comportament de l'usuari i ús de l'espai.

#### AVALUACIÓ:

1. Treballs: Durant el curs es realitzaran treballs pràctics i exposicions (60%).
2. Examen teòric sobre continguts entorn de conceptes i programes digitals (10%).
3. Projecte final del curs (30%).

L'avaluació constarà de les parts 1, 2 i 3, i s'haurà d'aprovar cadascuna per separat. La qualificació final de l'assignatura serà la suma percentual de les tres parts.

## BIBLIOGRAFIA:

- Kelly Braun. *Usabilidad*. Madrid: Anaya Multimedia, 2003.
- Jakob, Nielsen. *Técnicas de eye tracking para usabilidad web*. Madrid: Anaya, 2010?.
- Héctor, Navarro i altres autors. *Disseny gràfic i disseny web. Breus lliçons sobre història, teoria i pràctica*. Vic: Eumo Editorial, 2010.
- Floría Cortés, A. (2000). *Recopilación de Métodos de Usabilidad*. SIDAR. Disponible a: <http://www.sidar.org/recur/desdi/traduc/es/visitable/Herramientas.htm>
- Garret, J.J. (2002). *Un vocabulario visual para describir arquitectura de información y diseño de interacción*. Disponible a: <http://www.jjg.net/ia/visvocab/spanish.html>
- Hassan Montero, Y.; Martín Fernández, F.J. (2003a). *Guía de Evaluación Heurística de sitios web*. Disponible a: <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/heuristica.htm>
- Hassan Montero, Y.; Martín Fernández, F.J. (2003b). *Qué es la Accesibilidad Web*. Disponible a: <http://www.nosolousabilidad.com/articulos/accesibilidad.htm>
- Hassan Montero, Y.; Martín Fernández, F.J. (2003c). *Método de test con usuarios*. Disponible a: [http://www.nosolousabilidad.com/articulos/test\\_usuarios.htm](http://www.nosolousabilidad.com/articulos/test_usuarios.htm)

## Comunicació i Educació

Crèdits: 6.00

### OBJECTIUS:

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.

### CONTINGUTS:

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

5.3 De la informació a l'oci global

5.4 De l'analfabetisme tradicional a l'alfabetització audiovisual crítica

### **AVALUACIÓ:**

1. Exercici escrit de resolució de continguts d'un projecte per encàrrec. L'alumne disposarà dels seus apunts, materials lliurats al llarg del curs i documentació específica lliurada al moment de l'exercici per resoldre el projecte. Computarà un 30%
2. Realització d'un clip audiovisual de curta durada. Computarà un 40%
3. Visonat, anàlisi, lectura de text de diferents llenguatges i formats (audiovisuals, gràfics, textuais). Computarà un 10%
4. Participació a les pràctiques. Computarà un 20%

### **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. *Comunicación y educación en la sociedad de la información*, Barcelona: Paidós, 2000
- Pérez Tornero, J.M. *El malentendido: como nos educan los medios de comunicación*. Barcelona: Icaria, 2003

## **Conflictes i Relacions Internacionals**

Crèdits: 6.00

## Convergència Mediàtica

Crèdits: 3.00

### OBJECTIUS:

The "Media convergence" is the discipline that examines the flow of content across multiple media platforms, the cooperation between multiple media industries, and also the migratory behavior of media audiences.

### COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir habilitat de recerca.

### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Saber identificar els principals actors, institucions i estructures socials.
- Comprendre les potencialitats i usos dels llenguatges de programació i de les diferents plataformes tecnològiques (web, mòbil, TV digital, etc.) En un context de convergència mediàtica.

### CONTINGUTS:

1. Introduction: Studying media and technological convergence.
2. Co-evolution of old and new media: convergence and market freedom.
3. After and before of the network society: The Web 1.0, What is Web 2.0? and The network convergence.
4. Production, distribution, consumption: The new technologies and the change the media model.
5. User content and audiencing: "the long tail" and the interactivity.

### AVALUACIÓ:

1. Public research presentation-PRP (40%).
2. Appropriate use of visual aids-PRP (10%)
3. Theory Exam (30%).
4. Social Network (20%).

All milestones must be delivered in order to pass the course (1,3 and 4).

### BIBLIOGRAFIA:

- Jenkins, Henry *Convergence culture. La cultura de la convergència de los medios de comunicación*, Barcelona: Paidós, 2008.
- Bringué, Xavier; Sádaba, Charo. (2011): *Menores y redes sociales*. Foro Generaciones Interactivas. Madrid: Fundación Telefónica. Disponible a: <http://www.generacionesinteractivas.org/?p=2892>
- IAB (2010): *II Estudio sobre Redes Sociales en Internet*. Interactive Advertising Bureau. Disponible a: [http://www.slideshare.net/IAB\\_Spain/informe-redes-sociales-iab-2010-noviembre-2010](http://www.slideshare.net/IAB_Spain/informe-redes-sociales-iab-2010-noviembre-2010)
- Dwyer, Tim (2009): *Media Convergence, Issues in Cultural and Media Studies*. Nova York: McGraw Hill

- European Interactive Advertising Association (2009): *Las personas que usan varios medios simultáneamente participan y utilizan más internet*. Disponible a: <http://www.eiaa.net/news/eiaa-articles-details.asp?id=210?=-5>.
- European Interactive Advertising Association (2010): *Casi la mitad de los españoles no pueden vivir sin internet*. Disponible a: <http://www.eiaa.net/news/eiaa-articlesdetails>.

## Fonaments de Programació

Crèdits: 6.00

### OBJECTIUS:

L'assignatura presenta 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.

- conèixer els llenguatges per a la construcció de pàgines Web
- ser capaç d'analitzar i entendre una pàgina Web existent
- conèixer plataformes de desenvolupament per Web
- conèixer les possibilitats en programació a diferents nivells
- conèixer llibreries i marcs de treball de suport per al desenvolupament d'aplicacions Web

### COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Tenir capacitat d'organitzar i planificar.
- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat de resoldre problemes.
- Tenir capacitat de prendre decisions.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir capacitat d'adaptar-se a situacions noves.

### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Dominar el vocabulari específic de la comunicació audiovisual.
- Saber operar en diferents entorns informàtics (Mac, Win, etc.).
- Conèixer els formats d'arxius digitals i les tècniques de compressió de documents.
- Conèixer les principals qüestions relacionades amb la societat de la informació, el seu funcionament i el potencial de les comunitats virtuals.
- Conèixer els fonaments i les pràctiques habituals dels processos de producció, distribució i recepció de la comunicació audiovisual.
- Conèixer com tractar la informació audiovisual de forma didàctica i divulgativa.
- Saber valorar críticament les TIC, els seus camps d'aplicació en la societat i el seu impacte.
- Conèixer teòrica i pràcticament l'aplicació de les tecnologies als mitjans de comunicació audiovisuals (fotografia, ràdio, so, televisió, vídeo, cinema i suports multimèdia).
- Conèixer els fonaments metodològics del disseny de la interacció (persona-ordinador, disseny d'interfícies, usabilitat, accessibilitat, etc.).
- Saber buscar, seleccionar, avaluar i sistematitzar qualsevol tipus de document audiovisual en una base de dades, així com la seva utilització en diferents suports audiovisuals utilitzant mètodes digitals.
- Comprendre les potencialitats i usos dels llenguatges de programació i de les diferents plataformes tecnològiques (web, mòbil, TV digital, etc.) En un context de convergència mediàtica.
- Saber dissenyar, produir i avaluar estructures hipertextuals i els nous formats de comunicació participativa (blocs, programari social de treball col·laboratiu, comunitats virtuals, etc.).
- Identificar els punts forts i febles d'un producte interactiu o multimèdia.
- Saber analitzar i representar les dades.

## CONTINGUTS:

### 1. Introducció a la tecnologia Web.

- Xarxes d'ordinadors: Internet
- Què és el WEB: del CERN al W3C
- Mecanismes del Web: tecnologia servidor-client, pàgines estàtiques/dinàmiques
- Protocol HTTP
- Exemples amb FireFox: anàlisi de tràfic, cookies, GETs

### 2. Llenguatge HTML.

- Introducció
- Història: del HTML 1.0 al HTML5
- Estructura d'un document HTML
- Crear codi net
- Elements de text
- Elements de bloc
- Imatges
- Llistes, taules i marcs
- Audio i Vídeo
- Etiquetat Semàntic

### 3. Fulls de estil CSS.

- Introducció
- Regles
- Tipus de fulls de estil
- Selectors
- Colors i fons
- Tipus de lletra, decoració
- Caixes, marges i vores
- Situar elements a la pàgina

### 4. Programació client: Javascript

- Introducció a la programació client.
- Possibilitats i limitacions.
- Sintaxi del llenguatge Javascript.
- Exemples.
- Ús de llibreries javascript
- Llibreria JQUERY
- Potenciar el User Interface
- Programació orientada a dispositius mòbils
- Reutilització de codi

## AVALUACIÓ:

- Exercicis sessions presencials: es tracta de realitzar individualment un conjunt d'exercicis a classe. Es pot fer ús de qualsevol material de suport. Cada conjunt d'exercicis es corregiran en la sessió presencial posterior a la seva realització. El professor qualificarà globalment l'evolució de l'estudiant en l'assoliment dels resultats d'aprenentatge.
- Treball en grup: es tracta de realitzar un treball en grup en què se sintetitzin els coneixements adquirits en l'assignatura
- Examen: Per superar l'examen hi ha dues alternatives:

- Avaluació Contínua: Consta de diversos exercicis individuals (un de cadascun dels 4 temes). En cas que alguna avaluació no se superi, es pot recuperar en l'examen final.
- Final: Consta de 4 blocs (equivalents a les 4 Avaluacions).

La nota final de l'examen és una mitjana ponderada dels 4 blocs

#### **BIBLIOGRAFIA:**

Tot el material necessari serà proporcionat a través del Campus Virtual, tant per al seguiment de l'assignatura com material extra per als estudiants que vulguin aprofundir més en els temes tractats.

## Història del cinema

Crèdits: 3.00

### OBJECTIUS:

Aquesta és una assignatura teòrica i pràctica que 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.

### COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de crítica i autocrítica.
- Tenir capacitat per gestionar el temps i temporalitzar tasques.
- Tenir habilitat de recerca.

### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer els fonaments i les pràctiques habituals dels processos de producció, distribució i recepció de la comunicació audiovisual.
- Conèixer l'estructura dels mitjans de comunicació i els seus principals formats.
- Conèixer l'impacte social de les tecnologies informatives i la comunicació.

### CONTINGUTS:

#### **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: del sonor a la Segona Guerra Mundial**

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

#### **Tema 3. Cinematografies nacionals: del sonor a la Segona Guerra Mundial**

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

#### **Tema 4. Cinema durant la Segona Guerra Mundial. Cinema de propaganda**

- 4.1. Els països implicats en la Segona Guerra Mundial

#### **Tema 5. Cinema de la postguerra**

- 5.1. Neorealisme italià
- 5.2. Hollywood (autors autòctons i exiliats)
- 5.3. Altres cinematografies: Japó, Índia, Suècia, Espanya, Gran Bretanya i França

#### **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: renovació per a un públic nou**

#### 7.1. Hollywood i la renovació

### **Tema 8. Cinema a partir de 1970**

#### 8.1. Alemanya: Neue Kino

#### 8.2. La resta de cinematografies (excepte la nord-americana)

#### 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

### **Tema 10. Reflexions sobre el cinema actual**

## **AVALUACIÓ:**

*L'avaluació de l'assignatura consta de tres parts*

- L'assistència i la participació a classe tindran un valor del 10% de la nota final.
- S'avaluaran els continguts parcials a través de recerques bibliogràfiques, comentaris de textos, anàlisis i crítiques de pel·lícules... Aquests exercicis tindran un valor del 50% de la nota final.
- Al final del quadrimestre es farà una prova teòrica i pràctica per avaluar el grau de coneixement general del programa. Aquesta prova tindrà un valor del 40% de la nota final.

### *Aclariment*

Per considerar les avaluacions dels continguts parcials, és una **condició indispensable aprovar la prova final**.

## **BIBLIOGRAFIA:**

### **Bàsica**

- Agee, J. *Escritos sobre cine*. Paidós, Barcelona, 2001
- Alonso Barahona, F. *Antropología del cine. Centro de Investigaciones Literarias Españolas e Hispanoamericanas*, Barcelona, 1992
- Artaud, A. *El cine*. Alianza, Madrid, 1973
- Bazin, A. *¿Qué es el cine?*. Madrid: Rialp, 1990.
- Biskind, P. *Sexo, mentiras y Hollywood*. Barcelona: Anagrama, 2006.
- Bordwell, D.; Staiger, J.; Thomson, K. *El cine clásico de Hollywood*. Barcelona: Paidós, 1996.
- Carmona, R. *Cómo se comenta un texto fílmico*. Madrid: Cátedra, 1991.
- Caparrós, J.M. *El cine de los años 70*. Pamplona: Eunsa, 1976.
- Coma, J.; Guarner, J.L. *Historia del cine americano*. Barcelona: Laertes, 1993 (3 Vols.).
- Cousins, M. *Historia del cine*. Barcelona: Blume, 2005.
- Diversos autors. *Historia general del cine*. Madrid: Cátedra (12 vols.).
- Elena, A. *Los cines periféricos*. Barcelona: Paidós, 1999.
- Gubern, R. (1989) *Historia del cine*. Barcelona: Lumen, 2003.
- Gomery, D. *Hollywood, el sistema de los estudios*. Madrid: Verdoux, 1999.
- Juncosa, X.; Romaguera, J. *El cinema. Art i tècnica del segle XX*. Barcelona: Pòrtic, 1997.
- Monterde, J.E.; Rimbau, E.; Torreiro, C. *Los nuevos cines europeos, 1955-1970*. Barcelona: Lerna,

1987.

- Quintana, A. *El cine italiano, 1942-1961*. Barcelona: Paidós, 1997.
- Pasolini, P.P.; Rohmer, E. *Cine de poesía contra cine de prosa*. Barcelona: Anagrama, 1976.
- Peña-Ardid, C. *Literatura y cine*. Madrid: Cátedra, 1992
- Pérez, M. *Diccionari dels mitjans audiovisuals*. Vic: Eumo Editorial, 1995.
- Porter, M.; González, P. *Las claves de la historia del cine*. Barcelona, 1986.
- Sadoul, G. *Història del cine mundial*. Madrid: Siglo XXI, 1994.
- Sklovski, V. *Cine y lenguaje*. Barcelona: Anagrama, 1971.
- Stam, R. *Teorías del cine*. Barcelona: Paidós, 2001.
- Tavernier, B.; Coursodon, J-P. *50 años de cine norteamericano*. Madrid: Akal, 1997.

### Filmografía bàsica

- El nacimiento de una nación (Griffith, 1915)
- El chico (Chaplin, 1921)
- El maquinista de la general (Keaton, 1927)
- El gabinete del Dr. Caligari (Wiene, 1919)
- Metropolis (Lang, 1926)
- El acorazado Potemkin (Eisenstein, 1925)
- Un perro andaluz (Buñuel, 1928)
- Una noche en la ópera (Wood, 1935)
- La fiera de mi niña (Hawks, 1938)
- Blancanieves y los 7 enanitos (Hand, 1937)
- La diligencia (Ford, 1939)
- Juan Nadie (Capra, 1941)
- Ciudadano Kane (Welles, 1941)
- 39 escalones (Hitchcock, 1935)
- L'Atalante (Vigo, 1934)
- La gran ilusión (Renoir, 1937)
- Olympia film (Riefenstahl, 1935)
- Roma, ciudad abierta (Rosellini, 1945)
- El ladrón de bicicletas (De Sica, 1948)
- El halcón maltés (Huston, 1941)
- Perdición (Wilder, 1944)
- Sólo ante el peligro (Zinnemann, 1962)
- Sólo el cielo lo sabe (Sirk, 1956)
- Anatomía de un asesinato (Preminger, 1959)
- Rashomon (Kurosawa, 1950)
- Persona (Bergman, 1966)
- Viridiana (Buñuel, 1961)
- Breve encuentro (Lean, 1945)
- Pickpocket (Bresson, 1959)
- Día de fiesta (Tati, 1948)
- Al final de la escapada (Godard, 1964)
- El año pasado en Marienbad (Resnais, 1961)
- Sábado noche, domingo mañana (Reisz, 1960)
- 2001: Una odisea en el espacio (Kubrick, 1968)
- Amarcord (Fellini, 1973)
- Bonnie y Clyde (Penn, 1967)
- Grupo salvaje (Peckinpah, 1969)
- Apocalypse Now (Coppola, 1979)
- Taxi Driver (Scorsese, 1976)
- El espíritu de la colmena (Erice, 1973)
- El último tango en París (Bertolucci, 1972)

- Blade Runner (Scott, 1982)
- París, Texas (Wenders, 1984)
- Mi hermosa lavandería (Frears, 1985)
- Sacrificio (Tarkovski, 1986)
- ¿Dónde está la casa de mi amigo? (Kiarostami, 1987)
- Vidas cruzadas (Altman, 1993)
- Pulp Fiction (Tarantino, 1994)
- La mirada de Ulises (Angelopoulos, 1995)
- Rompiendo las olas (Von Trier, 1996)
- El verano de Kikujiro (Kitano, 1999)
- Deseando amar (Kar-Wai, 2000)
- Million Dollar Baby (Eastwood, 2004)

## Introducció als Videojocs

Crèdits: 3.00

### OBJECTIUS:

Els videojocs són el resultat de la coexistència de tecnologies com les pantalles, els microxips i l'esperit *hacker* dels pioners de la computació. L'assignatura vol presentar l'evolució d'aquest mitjà d'expressió des del punt de vista tecnològic, cultural i industrial, mostrant la forta relació que es dona entre tecnologia i continguts.

### COMPETÈNCIES GENÈRIQUES:

- Saber buscar, analitzar i comprendre informació provinent de fonts diverses.
- Tenir capacitat per a la comunicació oral i escrita en les llengües pròpies de la comunitat.
- Tenir capacitat de realitzar exposicions raonades i coherents.
- Tenir capacitat de treballar en diferents entorns tecnològics amb programari específic.
- Tenir capacitat per aplicar el coneixement a la pràctica.
- Tenir habilitat de recerca.
- Tenir capacitat per generar noves idees (creativitat).

### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Saber resumir o adaptar textos especialitzats mitjançant un llenguatge o lèxic comprensible per a un públic majoritari.
- Saber operar en diferents entorns informàtics (Mac, Win, etc.).
- Conèixer el programari bàsic d'ofimàtica.
- Conèixer les principals qüestions relacionades amb la societat de la informació, el seu funcionament i el potencial de les comunitats virtuals.
- Tenir coneixement de la història i evolució del cinema, la televisió, comunicació multimèdia i la seva influència en l'art.
- Comprendre les potencialitats i usos dels llenguatges de programació i de les diferents plataformes tecnològiques (web, mòbil, TV digital, etc.) En un context de convergència mediàtica.
- Saber dissenyar, produir i avaluar estructures hipertextuals i els nous formats de comunicació participativa (blocs, programari social de treball col·laboratiu, comunitats virtuals, etc.).
- Identificar els punts forts i febles d'un producte interactiu o multimèdia.

### CONTINGUTS:

#### Tema 1 Història dels videojocs

Orígens tecnològics  
Primers videojocs  
Neixement de la indústria

#### Tema 2 Tipologia dels videojocs

Gèneres del videojoc  
Plataformes tecnològiques  
Tecnologia i continguts

### **Tema 3 Indústria**

Desenvolupament, disseny i tecnologia  
Els videojocs i els altres mitjans audiovisuals  
Els nous models de negoci

#### **AVALUACIÓ:**

- Els temes s'avaluaran mitjançant presentacions i petits assajos, que en el seu total representaran el 70% de la nota.
- El 30% restant s'obtindrà d'una pràctica final (assaig, crítica de videojoc, informe).
- La pràctica final es podrà substituir per una tasca de desenvolupament periòdic en format de blog a Internet.

#### **BIBLIOGRAFIA:**

- Huizinga, Johan *Homo Ludens*. Madrid: Alianza Editorial, 1998.
- Levis, Diego *Videojuegos, un fenómeno de masas*. Barcelona: Paidós, 1997.
- Murray, Janet *Hamlet en la holocubierta*. Barcelona: Paidós, 1999.
- Scolari, Carlos (ed.) *L'homo videoludens*, Vic: Eumo Editorial, 2008.

## Lideratge i habilitats directives

Crèdits: 6.00

### OBJECTIUS:

The aim of the course is to familiarise students with practical issues within the world of business, looking at the role of business within society and examining themes related to efficiency, organisation, communication and ethics. All classes and materials will be in English, though this is not a language course and students will not be directly assessed on linguistic abilities.

### CONTINGUTS:

Business and culture; motivation and delegation; stakeholder analysis; consumer and employee issues; corporate social responsibility; product issues; change management; public affairs management (lobbying); business-government relations; business, the media and internal communication; recruitment

### AVALUACIÓ:

- Written assignments 30%
- Seminar leadership 10%
- Seminar participation 20%
- Book review 20%
- Case study 20%

### BIBLIOGRAFIA:

- Carroll, A: *Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*
- Kotter, J: *Our Iceberg is Melting*
- Lawrence, A: *Business and Society: Stakeholders, Ethics, Public Policy*

## Optatives

Crèdits: 12.00

### OBJECTIUS:

#### Assignatura: Producció per als Dispositius Mòbils

El objetivo es la comprensión por parte del estudiante de las tendencias actuales en el universo *mobile*, con especial énfasis en los aspectos de la comunicación móvil. El entorno mobile se convierte cada vez más en nuestro ecosistema de interacción. A medida que el acceso a las tecnologías móviles se masifica y la Web mobile crece, la ciudadanía y los productores audiovisuales encuentran nuevas vías de comunicación y oportunidades de creación de discursos en diversos formatos. Por esta razón, el seminario-taller propone una instancia de inmersión en el ecosistema mobile no sólo para comprenderlo y conocer sus características sino también para ser capaces de producir en su contexto.

El primer bloque teórico es una introducción al ecosistema mobile. El segundo bloque teórico consta de una observación profunda de cómo se está forjando un sector de la producción de contenidos comunicativos desde el que se alumbran nuevos tipos de contenidos y nuevas gramáticas para su expresión. Presentar un mapa de los actores, contenidos y tendencias del sector de las comunicaciones para teléfonos móviles en Cataluña y, específicamente, en los sectores de contenidos informativos, educativos y de entretenimiento. También se dibujarán las tendencias y dinámicas de cambio hacia las que se dirige la industria móvil en España.

### COMPETÈNCIES ESPECÍFIQUES:

- Conèixer l'impacte social de les tecnologies informatives i la comunicació.

### CONTINGUTS:

- Teórico 1. Mobile internet. La derrota de los walled gardens. Conceptos básicos. Definición de términos. Generaciones. Smartphones y tipos de redes. Sistemas operativos (Symbian-Android-RIM, Windows). Navegadores. Actores del mercado (fabricantes, operadores). Tipos de dispositivos. El caso iPhone. Nokia y Blackberry. Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global (Presentación de la investigación de Manuel Castells). Breve explicación del profesor y distribuir capítulos para la próxima clase (Castells 3 alumnos).
- Teórico 2. Historia de la Web y los móviles en paralelo. Webs apps vs native apps. Alumnos deben leer: *Phone Book*, Henrietta Thompson / *Consumo en EEUU*, Pew Internet / *History of mobile phones*, Wikipedia.
- Teórico 3. Problemas actuales del desarrollo de la industria mobile en España y Catalunya. Presentación resultados Investigación GRID. Scolari, Carlos; Navarro, Héctor; Pardo Kuklinski, Hugo; García Medina, Irene; Soriano, Jaume. (GRID-UVic); *Comunicació i dispositius mòbils a Catalunya: actors, continguts i tendències*. Quaderns del CAC, Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
- Teórico 4. Contenidos audiovisuales tradicionales para móviles (Videocasts, TED, Lonely Girl, telenovelas en capítulos, etc) / La convergencia de la mobile internet. Adaptación de formatos. Libro Mobile Media. Contenidos audiovisuales.
- Teórico 5. Recursos on-line. Journal ISIJ / TED / Ejercicio. Descubrir alguna idea interesante basada en un texto de la red o de un libro. 10 minutos de clase individual. Distribuirlo por clases esto. Ejercicio práctico. Presentarlo. Estrategia cross-media. Adaptación de un contenido audiovisual "tradicional" a dispositivos móviles (La Contra de La Vanguardia). Formato de uso con bluetooth.
- Teórico 6. Mobile Web 2.0. Nociones O'Really. Nociones Ajit/Jaokar. Usos educativos del mobile. La experiencia de CampusMovil.net y otras plataformas.
- Teórico 7. Tendencias: geolocalización / street games / redes sociales. Ver ejemplos.

## AVALUACIÓ:

El curso se trata de 13 sesiones. No habrá examen final. Es condición obligatoria para aprobar la asignatura asistir mínimo a 9 clases completas y realizar las tareas solicitadas.

- 50% de la nota: exposiciones en clase (3 exposiciones cada alumno mínimo)
- 50%: concepto general y participación en las tareas a diario en base al uso de plataformas colaborativas.

## BIBLIOGRAFIA:

### Bàsica

- Castells, Manuel; Fernández-Ardèvol, Mireia; Linchuan Qiu, Jack; Sey, Araba (2006). *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global*. Barcelona: Ariel.
- Jaokar, Ajit; Fish, Tony (2006). *Mobile Web 2.0. The innovator's guide to developing and marketing next generation wireless/mobile applications*. London: FutureText.
- Pardo Kuklinski, H. (2010). *Geekonomía. Un radar para producir en el postdigitalismo*. Col·lecció Transmedia XXI. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Pardo Kuklinski, Hugo; Brandt, Joel; Puerta, Juan Pablo. *Mobile Web 2.0. Theoretical-technical framework and developing trends*. International Journal of Interactive Mobile Technologies (IJIM). October 2008. <http://www.online-journals.org/index.php/i-jim>
- Scolari, Carlos; Navarro, Héctor; Pardo Kuklinski, Hugo; García Medina, Irene; Soriano, Jaume. (GRID-UVic); *Comunicació i dispositius mòbils a Catalunya: actors, continguts i tendències*. Quaderns del CAC, Consell de l'Audiovisual de Catalunya
- Rheingold, Howard (2002). *Smart Mobs: The Next Social Revolution*. Cambridge: Perseus Books Group.

### Complementària

- Recursos en línea que serán referencias permanentes: Mobile World Live, GSM Association / mobileactive.org / Mobile Monday / Charged.mobi / Digitalismo (etiqueta mobile) / IJIM (investigación científica) / Bits, New York Times / Wwhatsnew.com (ver sección de móviles) / Tech Crunch (mobile) / Wired Magazine / Pew Internet /

## **Optatives**

Crèdits: 9.00

### **BIBLIOGRAFIA:**

**Bàsica**

**Complementària**

## **Optatives**

Crèdits: 9.00

### **BIBLIOGRAFIA:**

**Bàsica**

**Complementària**

## Taller de Videoclips

Crèdits: 6.00

### OBJECTIUS:

L'assignatura introdueix l'alumnat al gènere dels videoclips i dels muntatges en què la peça sonora esdevé cabdal per a la creació artística.

L'objectiu principal és combinar de manera eficaç la teoria i la tècnica perquè l'alumnat construeixi una sòlida base en relació a aquest tipus de projectes audiovisuals.

### CONTINGUTS:

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

## 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:

### Bàsica

- *Lenguaje del videoclip, textos mínimos*; Ana María Sedeño Valdellós, Universidad de Málaga.
- *Il videoclip*; Paolo Peverini, Meltemi, Roma.
- *Trailer, spot, clip, siti, banner*; Isabella Pezzini, Meltemi, Roma.
- *Video musical: precedentes, orígenes y características*, R. Durà, Universidad Politécnica de València, 1988, València.
- *El videoclip como formato o género h*; J.A. Leguizamón, 2001, Tesi doctoral.
- *El discurso televisivo: el espectáculo de la posmodernidad*; J. Gonzalez Requena, Madrid: Cátedra, 1992.

### Complementària

- *La audiovisión: Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*; M. Chiñón, Barcelona: Paidós, 1993.
- *Music for Pleasure. Essays in the sociology of Pop*, S. Frith, Cambridge, Cambridge University Press, 1988.
- *Definiciones de videoclip, apartado inicial del estudio: Inentio Video-clip: lecturas en la búsqueda del lector modelo de la videomúsica*; Mario Villagrán Fernández, México D.F., 2003.
- *Breve historia del videoclip, apartado introductorio del estudio: Inentio Video-clip: lecturas en la búsqueda del lector modelo de la videomúsica*; Mario Villagrán Fernández, México D.F., 2003.
- *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*; Mario Villagrán Fernández, México D.F., 2003.
- *Videoclip musical: desarrollo industrial y últimas tendencias internacionales*; Ana María Sedeño Valdellós, Universidad de Málaga, revista electrónica Ciencias Sociales Online.
- *Estética del videoclip musical: el formato neobarroco*; Ana María Sedeño Valdellós, 2004.
- *El papel del videoclip musical en la creación de la identidad juvenil*; Ana María Sedeño Valdellós, en el marco del XII Encuentro de Facultades de Comunicación Social, FELAFACS, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá 2006.
- *El videoclip como mercanarrativa*; Ana María Sedeño Valdellós, UNED, *Revista Signa* 16, 2007, pp 493-504.
- *El video-clip musical*; Manuel Fandós Igado, *Comunicar*, octubre, número 1, Colectivo Andaluz para la

Educación en Medios de Comunicación, 1993, PP 94-97.

- *Videosfera: Fragmentación, Simultaneidad, Choque o Contraste y Modularidad en la Videosfera*; Ricardo Duque, 2002.