

TEORIA I TÈCNICA DEL LENGUATGE TELEVISIU**20666**

Fitxa de l'assignatura

Curs :2

Identificació

- | | |
|-------------------------|--|
| 1. Nom de l'assignatura | TEORIA I TÈCNICA DEL LENGUATGE TELEVISIU |
| 2. Àrea | CAP Titulació PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES |
| 3. Tipus | Troncal x Obligatòria Optativa □ |
| 4. Crèdits (ECTS) | 4 |

Descripció**Finalitats / propòsits de la formació :****Introduir el procés de producció televisiva e els següents aspectes:**

- Coneixement bàsic del llenguatge televisiu.
- Formació tecnològica i tècnica per a l'ús dels recursos audiovisuals.
- Pràctica de producció de programes televisius publicitaris.

1. Mòduls, blocs, temes o apartats:**Tema 1 El llenguatge audiovisual**

Funcions del llenguatge. Creació de l'espai. Moviments de càmera. Unitats narratives. Pla, escena, seqüència. Raccord i eix d'acció. La composició de la imatge. Disseny, disposició, selecció. La imatge en moviment. El ritme. El so.

Tema 2 La producció audiovisual

Fases de producció i planificació: pre-producció, producció i post-producció. Improvisació i planificació.

Tema 3 El guió

Característiques generals. Etapes del guió. El format del guió literari. El guió tècnic i l'Storyboard.

Tema 4 La post-producció

El muntatge. Transicions visuals i sonores. El muntatge amb finalitat narrativa. Muntatge compassat i muntatge conceptual.

Tema 5 La realització

Tecnologia audiovisual: càmera i control de realització. La planificació en la realització. L'enregistrament i el directe.

2. Bibliografia:

- COMPARATO, Doc. El Guió. Art i tècnica d'escriure per al cinema i la televisió. Publicacions de la UAB, Barcelona, 1989.
- GARCÍA-CLAIRAC, Santiago. Realización de spots publicitarios. Editorial Almuzara. 2005.
- GURREA SAAVEDRA, Álvaro. Cómo se hace un spot publicitario. Servicio Editorial Universidad País Vasco. 2008.
- MARTINEZ ABADIA, José. Introducción a la tecnología audiovisual. Paidós Comunicación. Barcelona, 1988.
- MARTÍNEZ I SURINYAC, Gabriel. El guión del guionista. Ed. CIMS. Colección Libros de Comunicación Global. Barcelona, 1998.
- MILLERSON, Gerald. Técnicas de realización y producción en TV. IORTV, Madrid. Primera edición, 1983; cuarta edición, 2001.
- RAMONET, Ignacio. La golosina visual. Ed. G.G. Barcelona, 1983.
- SABORIT, José. La imagen publicitaria en televisión. Ed. Cátedra, Madrid, 1988.
- SOLARINO, Carlo. Cómo hacer televisión. Cátedra. Signo e imagen,32. Madrid, 1993.

3. Referències per estructurar el treball de l'alumne

- Sessions presencials de conceptes teòrics i anàlisi de productes publicitaris en grup-classe.
- Sessions presencials de seguiment i execució de projecte tutoritzades en grups de treball.
- Campus virtual: formació teòrica, materials i recursos. Treballs individuals i en grup.
- Bibliografia bàsica.

4. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
<i>Comunicació Audiovisual (comprensió i expressió)</i>	Treballar en la gestió de la comunicació en qualsevol medi. Ser capaç de persuadir. Comunicar conceptes i dades de manera senzilla a través de la paraula, l'expressió corporal, etc. Conèixer els sistemes de producció televisiva amb càmera i multicàmera.
<i>Anàlisi i síntesi</i> <i>Operar amb rigor científic</i>	Aplicar un mètode per a descriure, analitzar, diagnosticar i validar diversos productes publicitaris. Plantejar hipòtesis relatives a la comunicació. Analitzar i sintetitzar la informació. Validar i verificar les idees i conceptes. Utilitzar tota mena de recursos tant formals com conceptuals.
<i>Creativitat</i>	Aplicar el pensament creatiu com a font de millora de l'entorn mitjançant els productes visuals i sonors que nodreixen el llenguatge audiovisual. Desenvolupar idees i conceptes en formes visuals i sonores. Desenvolupar la imaginació i el pensament productiu amb originalitat, flexibilitat i fluïdesa. Capacitat per a construir un guió des de la idea al format literari. Aplicar el llenguatge audiovisual per a transmetre un missatge publicitari.
<i>Domini dels espais de producció i post-producció i de les eines tecnològiques</i>	Tenir un coneixement bàsic dels espais i de les eines relacionades amb la producció publicitària. Utilitzar les tecnologies pel desenvolupament de la professió. Posar a la pràctica els coneixements teòrics. Capacitat per a planificar tècnicament un guió i fer-ne la realització amb multicàmera.
<i>Treball en equip</i>	Treballar amb equips interdisciplinars. Gestionar de forma adequada el temps i els equipaments. Ser crític amb la pròpia feina i els resultats de l'entorn.
<i>Desenvolupar una visió professional de la publicitat</i>	Buscar les claus interpretatives de qualsevol producte publicitari audiovisual contextualitzant-lo en un temps, unes relacions socials, unes necessitats, uns interessos, etc.
<i>Aplicar criteris de deontologia professional a la publicitat</i>	Adquirir un compromís ètic en la creació de missatges publicitaris.

Avaluació

La nota final és la suma de diferents treballs i activitats de l'alumne en grup o de forma individual.

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
Portafoli edició guiada	7,5% de la nota final	L'edició guiada ha de generar un document explicatiu (portafoli) on l'alumne (individual) expliqui com s'entra al sistema i quines són les eines bàsiques d'edició així com conceptes generals de l'edició aplicada a la creació de publicitat. Es valoren les aportacions i citacions bibliogràfiques que reforcin els arguments exposats.
Ressenya lectura bibliografia bàsica	10% de la nota final	La recensió d'una obra de prestigi permet que l'alumne assimili i pugui incorporar base bibliogràfica a les diverses produccions, teòriques i pràctiques.
Portafoli Enregistrament a Plató Guiat	7,5% de la nota final	La sessió de plató televisiu genera un document explicatiu (portafoli) on l'alumne (individual) explica les eines bàsiques del plató i del control de realització així com la descripció de l'enregistrament que s'ha fet i les diverses tasques assignades als components de l'equip i, en especial, de la funció assumida per cadascun dels alumnes. Es valoraran les aportacions i citacions bibliogràfiques que reforcin els arguments exposats.
Anàlisi d'anunci	20% de la nota final	1 anàlisi individual i escrit que reculli argumentacions teòriques que donen base a l'efectivitat, l'estètica, la tècnica... d'un anunci clàssic. Valoració de les qüestions creatives i de llenguatge en tots els àmbits de l'assignatura i en tots els treballs de la mateixa.
Remake anunci	35% de la nota final	Anàlisi descriptiu, de cada grup de treball, de l'anunci escollit per fer el Remake. Producció de anunci Remake reproduïble al plató de televisió. Post-producció del Remake. Memòria creativa i de producció del Remake.
Multicàmara-directe	20% de la nota final	Procés integral de producció televisiva d'una presentació televisiva del Remake. Limitacions i exigències de llenguatge audiovisual. Memòria. Inclou el procés d'elaboració integral, les argumentacions teòriques necessàries que donen solvència al projecte, la valoració i reflexió del treball final i una memòria individual de cada alumne amb un informe d'autoavaluació del projecte i la seva aportació.