

Mestrado Próprio

Teoria e Crítica do Produto Audiovisual



Mestrado Próprio

Teoria e Crítica do Produto Audiovisual

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 60 ECTS
- » Tempo Dedicado: 16 horas/semana
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Acesso ao site: www.techtute.com/pt/jornalismo-comunicacao/mestrado-proprio/mestrado-proprio-teoria-critica-produto-audiovisual

Índice

01

Apresentação

pág. 4

02

Objetivos

pág. 8

03

Competências

pág. 14

04

Estrutura e conteúdo

pág. 18

05

Metodologia

pág. 28

06

Certificação

pág. 36

01

Apresentação

A evolução do produto audiovisual desde o seu início tem sofrido uma escalada impressionante em todos os seus aspetos. A nível técnico, os avanços têm levado a níveis de capacidade que permitem a criação de formatos e produtos revolucionários e muito interessantes. Mas esta evolução também tem tido lugar nos estilos de comunicação. Este programa vai levá-lo a aprender os diferentes momentos e características do produto audiovisual no contexto internacional, numa capacitação da mais alta qualidade; a marca distintiva de todos os programas da TECH.





“

*Uma viagem preparatória de alta qualidade
através da Teoria e Crítica do Produto Audiovisual”*

Para trabalhar no setor audiovisual, é essencial ter um conhecimento profundo de uma indústria que se move com as suas próprias peculiaridades. Ao longo dos vários tópicos que compõem este Mestrado Próprio, serão discutidos todos os campos em que o produto audiovisual é desenvolvido.

Para tal, é essencial desvendar os aspetos que intervêm na comunicação visual. Obviamente, a imagem e as suas formas de expressão são a base do produto audiovisual, embora devam participar de forma complementar com as outras partes da mensagem. Saber como lidar com as suas chaves de comunicação é o equivalente a falar a língua desta indústria competitiva.

Mas não são apenas as chaves que constituem o elemento visual que são importantes. Durante o Mestrado Próprio estudarás as características do jornalismo cultural, o conhecimento dos movimentos artísticos contemporâneos e outros temas relacionados com o movimento internacional em que o produto audiovisual é criado, produzido, distribuído e consumido.

Neste sentido, a TECH irá dedicar especial atenção aos cinemas das mais diversas partes do mundo, desvendando a relação entre o momento social e político e a criação audiovisual.

Um compêndio que será aplicado à produção de produtos, com uma visão contemporânea do que está a acontecer neste momento no panorama televisivo em termos de formatos e géneros, e em termos de consumo e audiências.

Este **Mestrado Próprio em Teoria e Crítica do Produto Audiovisual** conta com o conteúdo educacional mais completo e atualizado do mercado. As características que mais se destacam são:

- ♦ A mais recente tecnologia em software de ensino online
- ♦ Sistema de ensino intensamente visual, apoiado por conteúdos gráficos e esquemáticos fácil de assimilar e compreender
- ♦ Desenvolvimento de casos práticos apresentados por especialistas no ativo
- ♦ Sistemas de vídeo interativos de última geração
- ♦ Ensino apoiado pela teleprática
- ♦ Sistemas de atualização e requalificação contínua
- ♦ Aprendizagem auto-regulada: total compatibilidade com outras profissões
- ♦ Exercícios práticos de autoavaliação e verificação da aprendizagem
- ♦ Grupos de apoio e sinergias educativas: perguntas ao especialista, fóruns de discussão e conhecimento
- ♦ Comunicação com o professor e trabalhos de reflexão individual
- ♦ Disponibilidade de acesso aos conteúdos a partir de qualquer dispositivo fixo ou portátil com ligação à internet
- ♦ Bancos de documentação complementar permanentemente disponíveis, inclusive após o curso



Domine os aspetos teóricos e críticos do produto audiovisual e traga para a sua capacitação os conhecimentos mais atualizados neste campo”

“

Uma aprendizagem contextualizada e real que lhe permitirá pôr em prática a sua aprendizagem através de novas aptidões e competências”

O corpo docente é composto por profissionais no ativo. Desta forma, a TECH garante que cumpre o objetivo de atualização pretendido. Uma equipa multidisciplinar de professores preparados e experientes em diferentes âmbitos, que desenvolverão o conhecimento teórico de forma eficiente, mas, sobretudo, que colocarão ao serviço do curso académico os conhecimentos práticos decorrentes da sua própria experiência: uma das qualidades que diferenciam esta especialização.

Este domínio da matéria é complementado pela eficácia do desenho metodológico deste Mestrado Próprio. Desenvolvido por uma equipa multidisciplinar de especialistas em **e-learning** integra os últimos avanços na tecnologia educacional. Desta forma, o profissional poderá estudar com uma gama de ferramentas multimédia confortáveis e versáteis que lhe darão a operabilidade de que necessita na sua capacitação.

A conceção deste curso centra-se na Aprendizagem Baseada em Problemas: uma abordagem que concebe a aprendizagem como um processo eminentemente prático. Para o conseguir de forma remota, utilizaremos a teleprática: Com a ajuda de um sistema inovador de vídeo interativo, e do *Learning from an Expert* poderá adquirir os conhecimentos como se estivesse diante do cenário que está atualmente a aprender. Um conceito que permitirá que a aprendizagem seja integrada e fundamentada de forma mais realista e permanente.

Uma análise dos diferentes campos em que se move e através dos quais é produzida a mensagem no ambiente audiovisual.

Um curso prático e real que lhe permitirá progredir gradualmente e em segurança.



02

Objetivos

Os objetivos que a TECH propõe em cada um dos seus programas preparativos estão centrados em alcançar um impulso global para o desenvolvimento dos seus estudantes, não só no campo académico, no qual são estabelecidos os mais altos padrões de qualidade, mas também no campo pessoal. Para este fim, oferece um desenvolvimento capacitativo estimulante e flexível para alcançar a satisfação de completar os objetivos de forma eficaz.



“

Aprenda de forma eficiente e estimulante e atinja os seus objetivos profissionais com a qualidade de um programa de grande impacto preparativo”

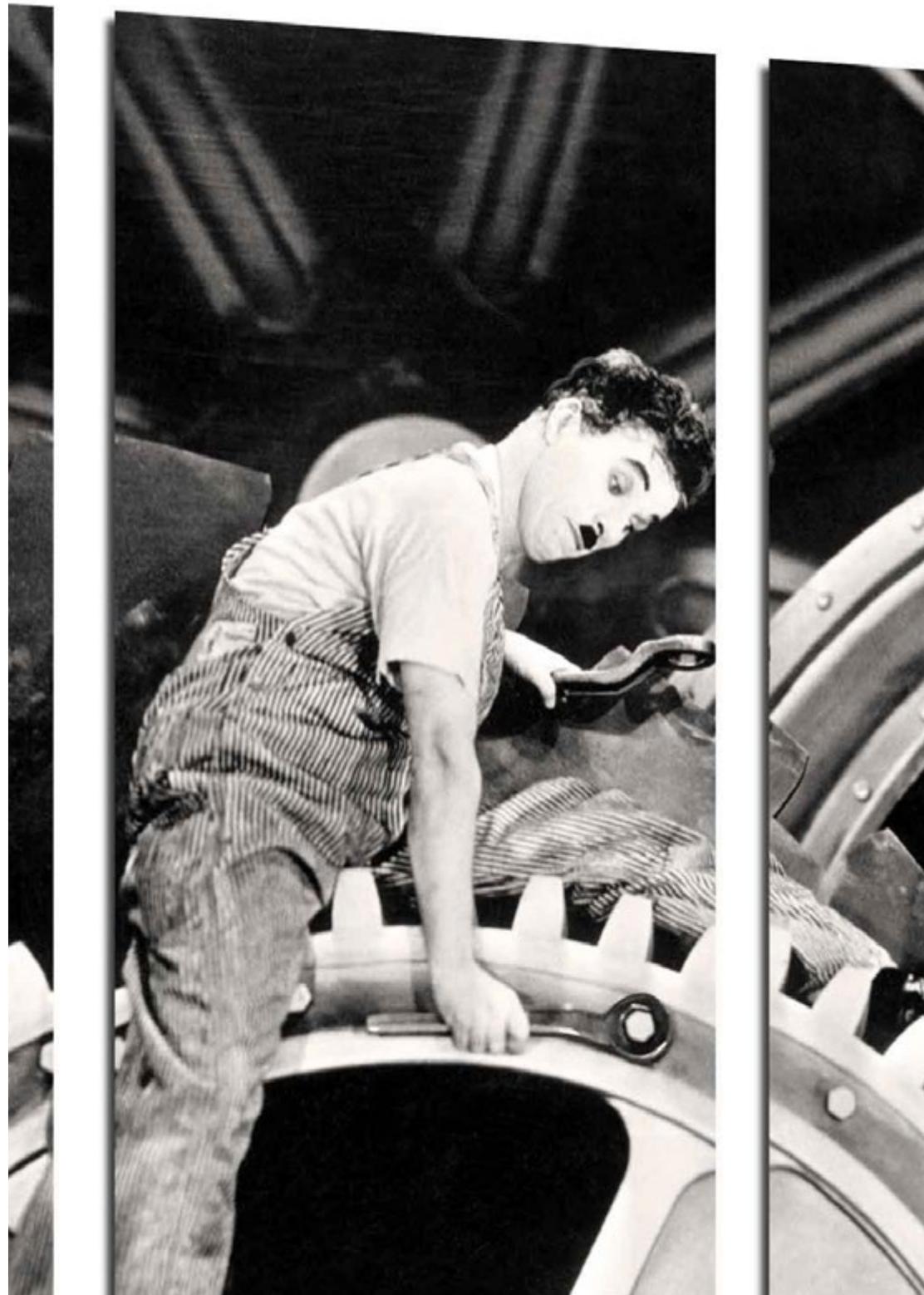


Objetivos gerais

- ♦ Estudar em profundidade no âmbito do jornalismo, mais especificamente no campo da Teoria e da Crítica do Produto Audiovisual
- ♦ Aprender a desempenhar funções neste campo num ambiente especializado e profissional



Estimulamos o seu crescimento profissional com este Mestrado Próprio em Teoria e Crítica do Produto Audiovisual”





Objetivos específicos

Módulo 1. Comunicação visual

- ♦ Conhecer as principais concepções da imagem
- ♦ Identificar os processos de percepção da imagem visual
- ♦ Assinalar os elementos básicos da gramática da imagem
- ♦ Analisar o papel da imagem visual na sociedade contemporânea
- ♦ Analisar imagens isoladas e contextualmente ou sequencialmente
- ♦ Relacionar os processos de concepção e produção de mensagens visuais com o exercício da atividade jornalística e o design editorial

Módulo 2. A análise imagem audiovisual

- ♦ Aprender as noções básicas da natureza e funcionamento da imagem em movimento
- ♦ Compreender os princípios do discurso audiovisual (cinema e televisão)
- ♦ Desenvolver a capacidade de interpretar e analisar os mecanismos que determinam a produção de significado na imagem em movimento
- ♦ Identificar a pertença a um certo estilo na imagem em movimento
- ♦ Adquirir competências básicas para a análise da construção formal e narrativa de narrativas audiovisuais
- ♦ Desenvolver uma capacidade crítica e criativa em relação ao discurso audiovisual e à sua evolução no contexto da cultura audiovisual contemporânea

Módulo 3. Jornalismo cultural

- ♦ Ter as competências transversais e específicas necessárias para lidar com sucesso com a realidade do jornalismo cultural em diferentes campos
- ♦ Conhecimento aprofundado da comunicação digital e do jornalismo cultural
- ♦ Saber identificar, criar e desenvolver histórias com os diferentes pontos que as abrangem, marcadas pelo rigor e pela marca pessoal
- ♦ Conhecer e desenvolver as diretrizes essenciais para a documentação em jornalismo cultural
- ♦ Conhecer, compreender e identificar novas edições em jornalismo, cultura e web 3.0
- ♦ Conhecer a utilização de redes sociais no âmbito do jornalismo cultural e dos géneros jornalísticos
- ♦ Saber fazer uso da informação através dos meios de comunicação social e desenvolver um plano de comunicação
- ♦ Desenvolver conteúdos específicos dentro do jornalismo cultural em termos de posicionamento

Módulo 4. Movimentos artísticos contemporâneos

- ♦ Aprender os princípios fundamentais que regem o mundo da arte contemporânea
- ♦ Conhecer as principais tendências da arte moderna e contemporânea
- ♦ Reconhecer a importância de analisar a arte no seu contexto histórico, social, cultural e ideológico
- ♦ Desenvolver a sensibilidade artística e o julgamento crítico e estético
- ♦ Estudar as estreitas relações entre a arte e o âmbito da comunicação audiovisual

Módulo 5. Estrutura do sistema audiovisual

- ♦ Conhecer as bases do funcionamento do sistema audiovisual (fixar conteúdos fundamentais, conhecer autores/textos trabalhados em cada tópico)
- ♦ Adquirir a capacidade de análise teórica e crítica das estruturas organizacionais da comunicação audiovisual (compreensão das principais ideias, conceitos e elementos relacionados)
- ♦ Mergulhar no quadro histórico, político-económico, social e tecnológico em que os produtos audiovisuais são produzidos, distribuídos e consumidos
- ♦ Conhecer a natureza e as inter-relações entre os temas da comunicação audiovisual: autores, instituições, empresas, meios de comunicação, apoios e recetores
- ♦ Identificar as questões e debates atuais relativos ao sistema audiovisual

Módulo 6. Cinema norte-americano e europeu

- ♦ Conhecer o desenvolvimento e a evolução dos principais meios audiovisuais (cinema e televisão) ao longo da história
- ♦ Aprender as chaves históricas dos processos audiovisuais e a sua relevância para a compreensão do panorama contemporâneo
- ♦ Distinguir as filiações e parentescos na grande família audiovisual de acordo com o seu contexto histórico, social e cultural
- ♦ Saber analisar e interpretar os produtos audiovisuais de uma perspetiva mais integradora, tendo em conta a sua dimensão sócio-histórica
- ♦ Ter um conhecimento panorâmico do cinema norte-americano nos seus primeiros anos de vida
- ♦ Identificar os diferentes períodos históricos, géneros, movimentos, estilos e principais autores do cinema norte-americano
- ♦ Conhecer as abordagens fundamentais da teoria do género cinematográfico, bem como a história e problemáticas dos principais géneros cinematográficos de Hollywood
- ♦ Conhecer as tradições, temas e problemas do cinema europeu
- ♦ Analisar e interpretar o cinema americano contemporâneo

Módulo 7. Cinema na América Latina, Ásia e África

- ♦ Conhecer a história e a problemática contemporânea do cinema hispano-americano
- ♦ Identificar os diferentes períodos históricos, movimentos, estilos e principais autores do cinema latino-americano
- ♦ Contextualizar, analisar e interpretar o cinema latino-americano contemporâneo, tendo em conta as suas crescentes dimensões transnacionais
- ♦ Conhecer a história e a problemática contemporânea do cinema no Oriente, África e Índia
- ♦ Distinguir os diferentes períodos, movimentos e estilos geopolíticos e os seus correspondentes períodos históricos
- ♦ Contextualizar, analisar e interpretar o cinema acima mencionado, tendo em conta as suas dimensões cada vez mais transnacionais

Módulo 8. Indústrias culturais e novos modelos empresariais de comunicação

- ♦ Estudar as Transformações que tiveram lugar nas Indústrias Culturais na oferta e no consumo em Redes Digitais, nos seus Aspectos Económicos, Políticos e Socioculturais
- ♦ Para aprofundar os desafios que o ambiente digital tem colocado aos modelos empresariais das empresas de jornalismo e outras indústrias culturais tradicionais
- ♦ Analisar e conceber estratégias inovadoras, que contribuam para a melhoria dos processos de gestão e de tomada de decisão, bem como para o desenvolvimento de produtos de informação em linha com as necessidades do público e dos anunciantes
- ♦ Compreender as mudanças nos processos de organização e gestão dos recursos estratégicos, humanos, materiais e técnicos dos novos negócios no ambiente digital

Módulo 9. Géneros, formatos e programação televisiva

- ♦ Conhecer o conceito de género como aplicado à produção de ficção e entretenimento televisivo
- ♦ Distinguir e interpretar os vários géneros de produção de ficção e entretenimento televisivo e a sua evolução ao longo do tempo
- ♦ Ter a capacidade de análise cultural, social e económica dos géneros televisivos como espinha dorsal da criação audiovisual e das práticas de consumo
- ♦ Conhecer as modificações e hibridizações que ocorrem nos géneros de televisão no contexto da televisão contemporânea
- ♦ Reconhecer os diferentes formatos no contexto da paisagem televisiva atual
- ♦ Identificar as principais características de um formato, a sua estrutura, funcionamento e fatores de impacto
- ♦ Saber interpretar, analisar e comentar um formato de televisão a partir de uma perspetiva profissional, estética e cultural
- ♦ Conhecer as chaves teóricas e o contexto profissional, social e cultural da programação televisiva, com especial atenção à programação televisiva no modelo televisivo espanhol
- ♦ Ter o conhecimento das principais técnicas e processos da programação na televisão generalista
- ♦ Compreender e analisar criticamente os processos da oferta televisiva, a sua evolução e a realidade atual, em relação ao fenómeno da receção e aos contextos sociais e culturais em que esta é produzida

Módulo 10. Cinema, televisão e sociedade contemporânea

- ♦ Identificar as principais tendências dos modelos de representação contemporânea na televisão e no cinema
- ♦ Desenvolver um raciocínio crítico face aos processos de criação e análise dos diferentes modos de representação no audiovisual
- ♦ Distinguir e estudar os processos socioculturais e o seu impacto nos procedimentos de representação do audiovisual
- ♦ Desenvolver a capacidade de compreender e analisar criticamente as produções cinematográficas contemporâneas a partir de uma perspetiva social, cultural e estética
- ♦ Aprender as bases teóricas e metodológicas para analisar o cinema e a televisão como geradores de representação social e a produção de significados
- ♦ Adquirir a capacidade de distinguir e analisar criticamente as mutações que ocorrem no cinema e televisão contemporâneos, no seu contexto social e dimensão cultural

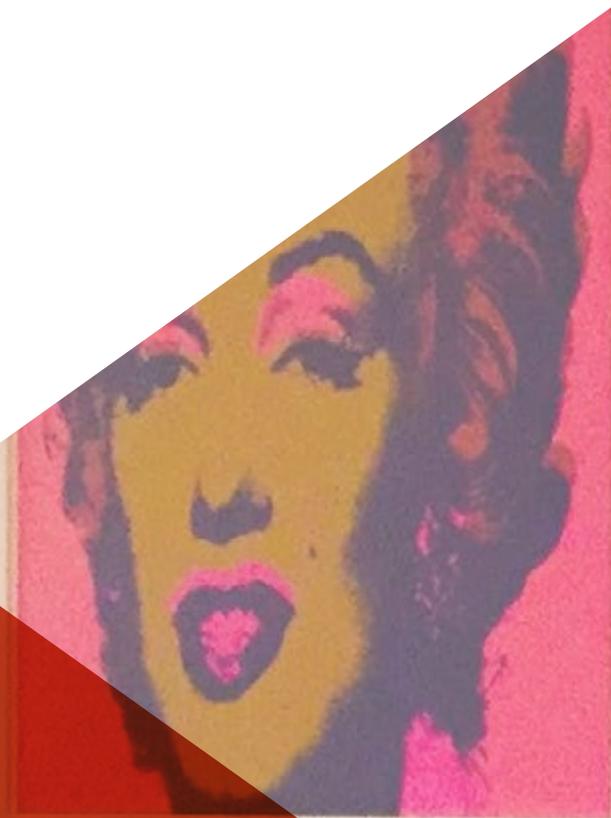


Estimulamos o seu crescimento profissional com este Mestrado Próprio em Teoria e Crítica do Produto Audiovisual”

03

Competências

A diferença fundamental que este programa traz aos estudantes é o empenho na aquisição real de competências e aptidões que lhes permitam ascender na sua trajetória profissional para níveis superiores de qualidade. Um critério de excelência que encontrará em todas as partes do programa e em todos os aspectos desta especialização.



“

Consegue com este Mestrado Próprio o conhecimento mais extenso em relação à história passada e presente da comunicação audiovisual a nível internacional”



Competências gerais

- ♦ Realizar uma análise completa e documentada do produto audiovisual atual com referências ao seu desenvolvimento histórico no ambiente internacional

“

Inscreeva-se no melhor programa de Mestrado Próprio em Teoria e Crítica do Produto Audiovisual no cenário universitário atual”





Competências específicas

- ♦ Descrever a gramática da imagem e os seus processos de percepção
- ♦ Colocar as imagens em relação ao contexto
- ♦ Utilizar e analisar as imagens no uso jornalístico
- ♦ Reconhecer o discurso audiovisual
- ♦ Saber quais são os estilos audiovisuais
- ♦ Descrever os princípios do discurso audiovisual
- ♦ Descrever o que é o jornalismo cultural
- ♦ Saber como mover-se eficazmente na rede 3.0
- ♦ Utilizar as redes sociais num ambiente jornalístico
- ♦ Descrever os princípios do discurso audiovisual
- ♦ Possuir juízo estético
- ♦ Determinar a relação entre a arte e o produto audiovisual
- ♦ Conhecer e aplicar as estruturas organizacionais da comunicação audiovisual
- ♦ Saber adaptar-se aos padrões de consumo do momento
- ♦ Conhecer o código relacional dos diferentes agentes da comunicação audiovisual
- ♦ Ter um visão contextual
- ♦ Conhecer os momentos históricos e evolutivos do meio audiovisual nas suas diferentes expressões
- ♦ Reconhecer as chaves históricas, sociais e culturais dos mesmos
- ♦ Contar com o conhecimento extenso da situação do cinema latino-americano, historicamente e atualmente
- ♦ Contar com o conhecimento extenso da situação do cinema no Oriente, África e Índia, historicamente e atualmente
- ♦ Ser capaz de contextualizá-los de um ponto de vista transnacional
- ♦ Ser capaz de se adaptar às mudanças de oferta e consumo
- ♦ Reconhecer os desafios do panorama digital
- ♦ Conceber estratégias de gestão inovadoras
- ♦ Reconhecer todos os géneros da produção audiovisual
- ♦ Explicar a relação entre géneros e dinâmica social
- ♦ Compreender o estado atual do consumo televisivo
- ♦ Reconhecer as diferentes chaves comunicativas dos vários formatos em relação aos contextos culturais
- ♦ Saber que tendências sociais estão atualmente representadas na televisão e no cinema
- ♦ Discernir influências e produzir uma análise crítica das produções cinematográficas em relação ao ambiente particular e global a todos os níveis de interação

04

Estrutura e conteúdo

O programa está configurado como uma viagem muito completa através de cada um dos conhecimentos necessários para compreender e assumir as formas de trabalho neste campo. Com uma abordagem centrada na aplicação prática que lhe permitirá crescer como profissional desde o primeiro momento da capacitação.



“

Um currículo abrangente centrado na aquisição de conhecimentos e na sua conversão em competências reais, criado para o impulsionar à excelência”

Módulo 1. Comunicação visual

- 1.1. Comunicação visual
 - 1.1.1. Introdução
 - 1.1.2. Comunicação visual e alfabetização visual
 - 1.1.2.1. A aprendizagem sobre cultura visual
 - 1.1.2.2. Linguagem natural ou linguagem arbitrária
 - 1.1.3. Qualidades da comunicação visual
 - 1.1.3.1. Imediatismo
 - 1.1.3.2. Regras básicas para seleção bibliográfica, verificação, citação e referenciação
 - 1.1.3.3. Grau de complexidade da mensagem
 - 1.1.4. Definição da Comunicação Visual
- 1.2. Design gráfico
 - 1.2.1. Introdução
 - 1.2.2. O design
 - 1.2.3. Design gráfico
 - 1.2.3.1. O grafismo
 - 1.2.3.2. Design e arte
 - 1.2.4. Design gráfico e comunicação
 - 1.2.5. Áreas de aplicação do design gráfico
- 1.3. Antecedentes e evolução da Comunicação Visual
 - 1.3.1. Introdução
 - 1.3.2. O problema da origem
 - 1.3.3. A pré-história
 - 1.3.4. A Idade Antiga
 - 1.3.4.1. Grécia
 - 1.3.4.2. Roma
 - 1.3.5. A Idade Média
 - 1.3.6. A Renascença: a ascensão da imprensa gráfica na Europa
 - 1.3.7. Do século XVI ao século XVIII
 - 1.3.9. O século XIX e a primeira metade do século XX
- 1.4. O significado das mensagens visuais
 - 1.4.1. Introdução
 - 1.4.2. A imagem, objeto significante
 - 1.4.3. A qualidade representativa da imagem: a iconicidade
 - 1.4.3.1. Tipo, *Pattern* e *Form*
 - 1.4.4. A qualidade plástica da imagem
 - 1.4.4.1. O sinal plástico
 - 1.4.5. A qualidade simbólica
 - 1.4.6. Outros códigos visuais
- 1.5. A persuasão
 - 1.5.1. Introdução
 - 1.5.2. A persuasão da publicidade
 - 1.5.3. Características
- 1.6. Elementos relacionados com a representação da imagem
 - 1.6.1. Introdução
 - 1.6.2. Elementos relacionados com a representação da imagem
 - 1.6.3. Elementos relacionados com a representação da imagem
 - 1.6.3.1. O conceito da representação
 - 1.6.3.2. A articulação da representação
 - 1.6.3.3. A significação plástica
 - 1.6.4. Elementos morfológicos da imagem
 - 1.6.5. Elementos escalares da imagem
 - 1.6.5.1. O tamanho
 - 1.6.5.2. A escala
 - 1.6.5.3. A proporção
 - 1.6.5.4. O formato
- 1.7. A composição
 - 1.7.1. Introdução
 - 1.7.2. Composição ou sintaxe visual
 - 1.7.3. O equilíbrio
 - 1.7.4. Elementos dinâmicos de representação
 - 1.7.5. Composição normativa



- 1.8. Cor e luz
 - 1.8.1. Introdução
 - 1.8.2. Luz, cor e percepção
 - 1.8.2.1. A luz e o espectro cromático visível
 - 1.8.2.2. A percepção da luz e as cores
 - 1.8.2.3. A capacidade de adaptação do sistema perceptivo
 - 1.8.2.4. A temperatura de cor de uma fonte de luz
 - 1.8.3. Cores primárias
 - 1.8.4. Técnicas básicas de reprodução a cores
 - 1.8.5. Dimensões da cor
 - 1.8.6. Tipos de harmonia e construção de paleta
 - 1.8.7. Funções plásticas da cor
- 1.9. A Tipografia
 - 1.9.1. Introdução
 - 1.9.2. Estrutura formal e medição de taxas
 - 1.9.3. Classificação dos caracteres tipográficos
 - 1.9.4. A composição do texto
 - 1.9.5. Questões que afetam a legibilidade
- 1.10. Design editorial e infográficos
 - 1.10.1. Introdução
 - 1.10.2. Desenho editorial
 - 1.10.3. Infográficos
 - 1.10.4. Funções do design jornalístico
 - 1.10.5. Nota final sobre o termo design jornalístico
 - 1.10.6. Arbitrariedade ou naturalidade do design jornalístico
 - 1.10.7. Articulação da linguagem visual do design jornalístico

Módulo 2. Análise da imagem audiovisual

- 2.1. Fundamentos teóricos e metodologia de análise
 - 2.1.1. Diferenças entre a crítica cinematográfica e a análise cinematográfica: o método científico
 - 2.1.2. Critérios para a crítica cinematográfica
- 2.2. A análise de filmes: instrumental e métodos I
 - 2.2.1. A proposta de Jaques e Michel Marie Aumont
 - 2.2.2. A proposta de Francesco Casetti e Federico di Chio
- 2.3. A análise de filmes: instrumental e métodos II
 - 2.3.1. A análise de filmes de acordo com David Bordwell
- 2.4. A abordagem histórica da análise cinematográfica
 - 2.4.1. As abordagens tradicionais
 - 2.4.2. A proposta de Robert Allen e David Gomery
- 2.5. A análise da imagem cinematográfica
 - 2.5.1. A verosimilhança espacial e o planeamento dramático e psicológico do modelo clássico
 - 2.5.2. Os processos de Identificação
 - 2.5.3. A aproximação estética
- 2.6. Abordagem cultural à análise de imagens cinematográficas
 - 2.6.1. Análise cinematográfica e cultura popular
 - 2.6.2. Abordagens culturais à análise cinematográfica
- 2.7. A análise da imagem televisiva
 - 2.7.1. Principais métodos e técnicas de investigação para a abordagem da análise televisiva
 - 2.7.2. Estudo de caso
- 2.8. A abordagem histórica da análise televisiva
 - 2.8.1. A análise televisiva a partir de uma perspetiva histórica
 - 2.8.2. Estudos de casos
- 2.9. Análise de programas informativos audiovisuais
 - 2.9.1. Análise dos produtos audiovisuais de informação
 - 2.9.2. Estudo de caso
- 2.10. Análise da imagem publicitária
 - 2.10.1. Análise dos produtos audiovisuais persuasivos
 - 2.10.2. Análise do videoclip

Módulo 3. Jornalismo cultural

- 3.1. Conceito e delimitações do jornalismo cultural
 - 3.1.1. Introdução: conceito de cultura
 - 3.1.2. Informação cultural sobre arte
 - 3.1.3. Informação cultural sobre as artes do espetáculo
 - 3.1.4. Informação cultural sobre cinema
 - 3.1.5. Informação cultural sobre música
 - 3.1.6. Informação cultural em livros
- 3.2. As Origens do Jornalismo Cultural
 - 3.2.1. Introdução
 - 3.2.2. As origens da informação cultural na imprensa
 - 3.2.3. As origens da informação cultural na rádio
 - 3.2.4. As origens da informação cultural na televisão
- 3.3. A Prática do Jornalismo Cultural
 - 3.3.1. Introdução
 - 3.3.2. Considerações gerais
 - 3.3.3. Fatores de interesse e critérios de avaliação para a elaboração de informação cultural
- 3.4. As fontes do Jornalismo Cultural
 - 3.4.1. Introdução
 - 3.4.2. Fontes gerais de informação cultural
 - 3.4.3. Fontes específicas de informação audiovisual sobre cultura
- 3.5. Géneros em Informação Cultural
 - 3.5.1. Introdução
 - 3.5.2. Notícias
 - 3.5.3. Entrevista
 - 3.5.4. Crónica
 - 3.5.5. Reportagem
- 3.6. Diversificação Atual da Informação Cultural na Imprensa, Rádio e Televisão
 - 3.6.1. Introdução
 - 3.6.2. Informação cultural na imprensa
 - 3.6.3. Informação cultural na rádio
 - 3.6.4. Informação cultural na televisão

- 3.7. Cultura e Internet
 - 3.7.1. Introdução
 - 3.7.2. A cultura e Internet
 - 3.7.3. Benefícios da cultura
 - 3.8. Marketing cultural
 - 3.8.1. Introdução
 - 3.8.2. Marketing cultural
 - 3.8.3. Como funciona o marketing cultural?
 - 3.9. Análises da cultura
 - 3.9.1. Introdução
 - 3.9.2. Abordagem teórica e metodológica da cultura
 - 3.9.3. Cultura, comunicação e significado
 - 3.9.4. Cultura e imaginário
 - 3.10. Cibercultura e jornalismo digital de conteúdo cultural
 - 3.10.1. Introdução
 - 3.10.2. Definição de cibercultura
 - 3.10.3. Cibercultura e jornalismo digital de conteúdo cultural
 - 3.10.4. Chaves para jornalismo digital de conteúdo cultural
- Módulo 4. Movimentos artísticos contemporâneos**
- 4.1. Introdução
 - 4.1.1. A busca da modernidade na arquitetura contemporânea
 - 4.1.2. A arquitetura Ocidental desde meados do século XIX até à Primeira Guerra Mundial
 - 4.2. O Movimento Moderno na Arquitetura
 - 4.2.1. Racionalismo, funcionalismo e vanguarda. Movimento Moderno e Estilo Internacional
 - 4.2.2. As utopias do Futurismo, Expressionismo e Construtivismo Russo
 - 4.2.3. Arquitetura e totalitarismos
 - 4.3. A Arquitetura após a Segunda Guerra Mundial (1945-1965)
 - 4.3.1. A difusão do Estilo Internacional nos EUA e a reconstrução do pós-guerra na Europa
 - 4.3.2. A evolução dos CIAM e o Urbanismo Racionalista
 - 4.3.3. O Organicismo
 - 4.3.4. Brutalismo e expressionismo estrutural
 - 4.4. Arquitetura da desconstrução e a reciclagem (1965-)
 - 4.4.1. O High-Tech
 - 4.4.2. A Desconstrução na arquitetura
 - 4.4.3. A era da dispersão
 - 4.5. O Impressionismo e as origens da arte moderna I
 - 4.5.1. O Impressionismo: a cor como ferramenta para a transformação da pintura
 - 4.5.2. As vanguardas históricas: Pós-Impressionismo, Pontilhismo, Neo-Impressionismo, Fauvismo
 - 4.6. O Impressionismo e as origens da arte moderna II
 - 4.6.1. A via analítica: o Cubismo e a transformação da arte a partir do volume das coisas. O Futurismo
 - 4.6.2. A via espiritual: Kandinsky, Malevich, Mondrian e a abstração
 - 4.6.3. A via subjetiva: expressionismos e surrealismos
 - 4.7. O novo sistema da arte após a Segunda Guerra Mundial. A institucionalização da vanguarda
 - 4.7.1. A via intelectual: Duchamp, do dadaísmo à arte conceitual
 - 4.8. A Arte pop: gosto popular e Kistch Vs. “alta cultura”
 - 4.8.1. A via irónica: Warhol e a arte pop
 - 4.8.2. Influências da Arte Pop no cinema
 - 4.9. Arte minimal e conceitual
 - 4.9.1. Rumo à desmaterialização da obra de arte: arte minimal e arte conceitual
 - 4.9.2. Artes da ação: a crítica do sistema. *Performance, happening, body-art, land-art*
 - 4.10. A pós-modernidade. O regresso à pintura: transvanguarda e neo-expressionismos
 - 4.10.1. O regresso da pintura: transvanguarda e neo-expressionismos
 - 4.10.2. Arte e pós-estruturalismo
 - 4.10.3. As opções comprometidas

Módulo 5. Estrutura do sistema audiovisual

- 5.1. Uma introdução às Indústrias Culturais (IC)
 - 5.1.1. Conceitos de cultura Cultura-Comunicação
 - 5.1.2. Teoria e evolução da C.I.: tipologia e modelos
- 5.2. Indústria cinematográfica I
 - 5.2.1. Características e principais atores
 - 5.2.2. Estrutura do sistema cinematográfica
- 5.3. Indústria cinematográfica II
 - 5.3.1. A indústria cinematográfica americana
 - 5.3.2. As produtoras independentes
 - 5.3.3. Problemas e debates na indústria cinematográfica
- 5.4. Indústria cinematográfica III
 - 5.4.1. Regulamento do cinema: Estado e Cultura Políticas para a proteção e promoção da cinematografia
 - 5.4.2. Casos de Estudo
- 5.5. Indústria televisiva I
 - 5.5.1. Televisão económica
 - 5.5.2. Modelos fundadores
 - 5.5.3. Transformação
- 5.6. Indústria televisiva II
 - 5.6.1. A indústria televisiva dos EUA
 - 5.6.2. Características principais
 - 5.6.3. Regulamentação do Estado
- 5.7. Indústria televisiva III
 - 5.7.1. Televisão de serviço público na Europa
 - 5.7.2. Crises e debates
- 5.8. Os eixos de mudança
 - 5.8.1. Novos processos no sector audiovisual
 - 5.8.2. Debates regulamentares
- 5.9. Televisão Digital Terrestre (TDT)
 - 5.9.1. O papel do Estado e as experiências
 - 5.9.2. As novas características do sistema de televisão
- 5.10. Novos operadores na paisagem audiovisual
 - 5.10.1. Plataformas de serviços *Over the Top* (OTT)
 - 5.10.2. Consequências do seu surgimento

Módulo 6. Cinema norte-americano e europeu

- 6.1. As origens do cinema. Primeiros movimentos cinematográficos
 - 6.1.1. O grupo dos pioneiros
 - 6.1.2. O cinema de Georges Méliés
 - 6.1.3. A Escola de Brighton
 - 6.1.4. Film d'Art
 - 6.1.5. Movimento Kolossal
- 6.2. A articulação da linguagem cinematográfica. O esplendor do cinema mundo
 - 6.2.1. Rumo a uma linguagem cinematográfica David W. Griffith
 - 6.2.2. Cinema expressionista alemão
 - 6.2.3. O cinema revolucionário soviético
- 6.3. Cinema clássico de Hollywood I
 - 6.3.1. O sistema de estudos
 - 6.3.2. As estrelas de Hollywood
 - 6.3.3. Hollywood: fábrica de géneros
 - 6.3.4. A teoria dos géneros cinematográficos
- 6.4. Cinema clássico de Hollywood II
 - 6.4.1. Os géneros no cinema clássico norte-americano: drama, comédia, film noir
- 6.5. Cinema clássico de Hollywood III
 - 6.5.1. Os géneros no cinema clássico norte-americano: o suspense, o western, cinema bélico, o musical
 - 6.5.2. A evolução dos géneros
- 6.6. O cinema europeu após a Segunda Guerra Mundial
 - 6.6.1. A crise do modelo clássico: contexto histórico. O Neorealismo
 - 6.6.2. Os novos cinemas: *Nouvelle vague*
 - 6.6.3. Os novos cinema: o Free Cinema
- 6.7. Vanguardas clássicas e modernas
 - 6.7.1. O cinema experimental
 - 6.7.2. Expressionismo, Dadaísmo, Surrealismo
 - 6.7.3. Casos de Estudo
- 6.8. A sobrevivência e o declínio dos clássicos. O novo Hollywood
 - 6.8.1. Contribuições europeias para o cinema americano
 - 6.8.2. Autores e filmes

- 6.9. Outros cinemas da era contemporânea
 - 6.9.1. Cinema social britânico
 - 6.9.2. Movimento Dogma
 - 6.9.3. Cinema de autor
- 6.10. Tecnologia e estética: o cinema na era do audiovisual
 - 6.10.1. A chegada do cinema digital
 - 6.10.2. Casos práticos

Módulo 7. Cinema na América Latina, Ásia e África

- 7.1. Abordagem teórica e metodológica
 - 7.1.1. Debates teóricos sobre terminologia e categorias geopolíticas
 - 7.1.2. O estudo do cinema periférico
 - 7.1.3. O estudo do cinema latino-americano
- 7.2. História do cinema latino-americano
 - 7.2.1. Argentina
 - 7.2.2. México
 - 7.2.3. Outras cinematografias
- 7.3. Chaves do Cinema latino-americano contemporâneo I
 - 7.3.1. Argentina
 - 7.3.2. México
- 7.4. Chaves do cinema latino-americano contemporâneo II
 - 7.4.1. Brasil
 - 7.4.2. Uruguai
 - 7.4.3. Chile
 - 7.4.4. Colômbia
- 7.5. Cinema Transnacional na América Latina
 - 7.5.1. O cinema (trans) nacional da América Latina
 - 7.5.2. Coproduções cinematográficas
- 7.6. O cinema na Ásia
 - 7.6.1. O cinema num contexto periférico
 - 7.6.2. O nascimento na indústria do cinema
 - 7.6.3. O desenvolvimento do cinema na Ásia

- 7.7. O cinema na África
 - 7.7.1. Nigéria
 - 7.7.2. Marrocos
 - 7.7.3. Outras cinematografias
- 7.8. O cinema na Índia
 - 7.8.1. O primeiro cinema
 - 7.8.2. O cinema da Índia independente
 - 7.8.3. De Satyajit Ray ao novo cinema
 - 7.8.4. Cinema contemporâneo: Bollywood
- 7.9. Perspetivas transnacionais. Cinema na diáspora
 - 7.9.1. Cinema da diáspora
 - 7.9.2. Outros cinemas da diáspora e perspectivas transnacionais
- 7.10. Cinema das mulheres na América Latina, Ásia, África e Índia
 - 7.10.1. Introdução
 - 7.10.2. América Latina
 - 7.10.3. Ásia, Norte de África, Índia

Módulo 8. Indústrias culturais e novos modelos empresariais de comunicação

- 8.1. Os conceitos de cultura, economia, comunicação, tecnologia, IC
 - 8.1.1. Cultura, Economia, Comunicação
 - 8.1.2. Indústrias Culturais
- 8.2. Tecnologia, comunicação e cultura
 - 8.2.1. Cultura artesanal mercantilizada
 - 8.2.2. Do espetáculo ao vivo às artes visuais
 - 8.2.3. Museus e património
- 8.3. Os principais setores das Indústrias Culturais
 - 8.3.1. Produtos editoriais
 - 8.3.2. Os C.I.'s de fluxo
 - 8.3.3. Modelos híbridos
- 8.4. A Era Digital nas Indústrias Culturais
 - 8.4.1. Indústrias Culturais Digitais
 - 8.4.2. Novos modelos na Era Digital

- 8.5. Os meios digitais e os meios de comunicação na era digital
 - 8.5.1. O negócio da Imprensa *online*
 - 8.5.2. A rádio no ambiente digital
 - 8.5.3. Especificidades dos meios de comunicação na era digital
- 8.6. Globalização e diversidade na Cultura
 - 8.6.1. Concentração, internacionalização e globalização das Indústrias Culturais
 - 8.6.2. A luta pela diversidade cultural
- 8.7. As políticas culturais e cooperação
 - 8.7.1. Políticas culturais
 - 8.7.2. O papel dos Estados e regiões dos países
- 8.8. A diversidade musical na nuvem
 - 8.8.1. O sector da música hoje
 - 8.8.2. A nuvem
 - 8.8.3. Iniciativas latinas/ iberoamericanas
- 8.9. Diversidade na indústria audiovisual
 - 8.9.1. Do pluralismo à diversidade
 - 8.9.2. Diversidade, cultura e comunicação
 - 8.9.3. Conclusões e propostas
- 8.10. Diversidade audiovisual na Internet
 - 8.10.1. O sistema audiovisual na era da Internet
 - 8.10.2. Ofertas televisivas e diversidade
 - 8.10.3. Conclusões
- 9.4. Evolução dos formatos no mercado internacional de hoje I
 - 9.4.1. Consolidação do formato
 - 9.4.2. O formato reality TV
 - 9.4.3. Novidades em *Reality TV*
 - 9.4.4. A Televisão digital terrestre e a crise financeira
- 9.5. Evolução dos formatos no mercado internacional de hoje II
 - 9.5.1. Mercados emergentes
 - 9.5.2. Marcas globais
 - 9.5.3. A televisão reinventa-se
 - 9.5.4. A era da globalização
- 9.6. Vender o formato O *Pitching*
 - 9.6.1. Venda de um formato de televisão
 - 9.6.2. O *Pitching*
- 9.7. Introdução à programação televisiva
 - 9.7.1. O papel da programação
 - 9.7.2. Fatores que afetam a programação
- 9.8. Modelos de programação televisiva
 - 9.8.1. Estados Unidos e Reino Unido
- 9.9. A prática profissional da programação televisiva
 - 9.9.1. O departamento de programação
 - 9.9.2. Programação para televisão
- 9.10. Pesquisa de audiências
 - 9.10.1. Pesquisa do público em televisão
 - 9.10.2. Conceitos de audiência e classificações

Módulo 9. Géneros, formatos e programação televisiva

- 9.1. O género na televisão
 - 9.1.1. Introdução
 - 9.1.2. Géneros de televisão
- 9.2. O formato na televisão
 - 9.2.1. Abordagem do conceito de formatos
 - 9.2.2. Formatos de televisão
- 9.3. Criar televisão
 - 9.3.1. O processo criativo no entretenimento
 - 9.3.2. O processo criativo na ficção

Módulo 10. Cinema, televisão e sociedade contemporânea

- 10.1. Visualidade e olhar
 - 10.1.1. Aprender a olhar
 - 10.1.2. A antropologia visual
 - 10.1.3. A visão
- 10.2. Imagens da diferença
 - 10.2.1. A construção
 - 10.2.2. A representação
 - 10.2.3. Significado
- 10.3. O imaginário
 - 10.3.1. O imaginário
 - 10.3.2. Estruturas antropológicas do imaginário
 - 10.3.3. A convenção
- 10.4. Modos de representação
 - 10.4.1. Introdução
 - 10.4.2. O cinema
 - 10.4.3. A televisão
- 10.5. Comunicação e cultura popular
 - 10.5.1. Estudos culturais
 - 10.5.2. A teoria crítica dos meios de comunicação
 - 10.5.3. A cultura popular
- 10.6. Representação e alteridade
 - 10.6.1. Introdução
 - 10.6.2. Representação e alteridade no imaginário ocidental do africanismo
- 10.7. Representação e “Star system”
 - 10.7.1. O “Star System” como produto cultural
 - 10.7.2. Casos de Estudo

- 10.8. A representação da mulher em séries de ficção
 - 10.8.1. Introdução
 - 10.8.2. Casos de Estudo
- 10.9. A representação do controle nas séries de ficção
 - 10.9.1. Introdução
 - 10.9.2. Casos de Estudo
- 10.10. Representações do terrorismo no cinema e na televisão
 - 10.10.1. Representações do terrorismo



Estude ao seu próprio ritmo, com a flexibilidade de um programa que combina a aprendizagem com outras ocupações de uma forma confortável e real”

05

Metodologia

Este programa de capacitação oferece uma forma diferente de aprendizagem.

A nossa metodologia é desenvolvida através de um modo de aprendizagem cíclico: o **Relearning**.

Este sistema de ensino é utilizado, por exemplo, nas escolas médicas mais prestigiadas do mundo e tem sido considerado um dos mais eficazes pelas principais publicações, tais como a **New England Journal of Medicine**.



“

Descubra o Relearning, um sistema que abandona a aprendizagem linear convencional para o levar através de sistemas de ensino cíclicos: uma forma de aprendizagem que provou ser extremamente eficaz, especialmente em disciplinas que requerem memorização"

Estudo de Caso para contextualizar todo o conteúdo

O nosso programa oferece um método revolucionário de desenvolvimento de competências e conhecimentos. O nosso objetivo é reforçar as competências num contexto de mudança, competitivo e altamente exigente.

“

Com a TECH pode experimentar uma forma de aprendizagem que abala as fundações das universidades tradicionais de todo o mundo”



Terá acesso a um sistema de aprendizagem baseado na repetição, com ensino natural e progressivo ao longo de todo o programa de estudos.



Um método de aprendizagem inovador e diferente

Este programa da TECH é um programa de ensino intensivo, criado de raiz, que propõe os desafios e decisões mais exigentes neste campo, tanto a nível nacional como internacional. Graças a esta metodologia, o crescimento pessoal e profissional é impulsionado, dando um passo decisivo para o sucesso. O método do caso, a técnica que constitui a base deste conteúdo, assegura que a realidade económica, social e profissional mais atual é seguida.

“ *O nosso programa prepara-o para enfrentar novos desafios em ambientes incertos e alcançar o sucesso na sua carreira”*

O estudante aprenderá, através de atividades de colaboração e casos reais, a resolução de situações complexas em ambientes empresariais reais.

O método do caso tem sido o sistema de aprendizagem mais amplamente utilizado pelas melhores faculdades do mundo. Desenvolvido em 1912 para que os estudantes de direito não só aprendessem o direito com base no conteúdo teórico, o método do caso consistia em apresentar-lhes situações verdadeiramente complexas, a fim de tomarem decisões informadas e valorizarem juízos sobre a forma de as resolver. Em 1924 foi estabelecido como um método de ensino padrão em Harvard.

Numa dada situação, o que deve fazer um profissional? Esta é a questão que enfrentamos no método do caso, um método de aprendizagem orientado para a ação. Ao longo do programa, os estudantes serão confrontados com múltiplos casos da vida real. Terão de integrar todo o seu conhecimento, investigar, argumentar e defender as suas ideias e decisões.

Relearning Methodology

A TECH combina eficazmente a metodologia do Estudo de Caso com um sistema de aprendizagem 100% online baseado na repetição, que combina 8 elementos didáticos diferentes em cada lição.

Melhoramos o Estudo de Caso com o melhor método de ensino 100% online: o Relearning.

Em 2019, alcançámos os melhores resultados de aprendizagem de todas as universidades online do mundo.

Na TECH aprende-se com uma metodologia de vanguarda concebida para formar os gestores do futuro. Este método, na vanguarda da pedagogia mundial, chama-se Relearning.

A nossa universidade é a única universidade de língua espanhola licenciada para utilizar este método de sucesso. Em 2019, conseguimos melhorar os níveis globais de satisfação dos nossos estudantes (qualidade de ensino, qualidade dos materiais, estrutura dos cursos, objetivos...) no que diz respeito aos indicadores da melhor universidade online do mundo.



No nosso programa, a aprendizagem não é um processo linear, mas acontece numa espiral (aprender, desaprender, esquecer e reaprender). Portanto, cada um destes elementos é combinado de forma concêntrica. Esta metodologia formou mais de 650.000 licenciados com sucesso sem precedentes em áreas tão diversas como a bioquímica, genética, cirurgia, direito internacional, capacidades de gestão, ciência do desporto, filosofia, direito, engenharia, jornalismo, história, mercados e instrumentos financeiros. Tudo isto num ambiente altamente exigente, com um corpo estudantil universitário com um elevado perfil socioeconómico e uma idade média de 43,5 anos.

O Relearning permitir-lhe-á aprender com menos esforço e mais desempenho, envolvendo-o mais na sua capacitação, desenvolvendo um espírito crítico, defendendo argumentos e opiniões contrastantes: uma equação direta ao sucesso.

A partir das últimas provas científicas no campo da neurociência, não só sabemos como organizar informação, ideias, imagens e memórias, mas sabemos que o lugar e o contexto em que aprendemos algo é fundamental para a nossa capacidade de o recordar e armazenar no hipocampo, para o reter na nossa memória a longo prazo.

Desta forma, e no que se chama Neurocognitive context-dependent e-learning, os diferentes elementos do nosso programa estão ligados ao contexto em que o participante desenvolve a sua prática profissional.



Este programa oferece o melhor material educativo, cuidadosamente preparado para profissionais:



Material de estudo

Todos os conteúdos didáticos são criados pelos especialistas que irão ensinar o curso, especificamente para o curso, para que o desenvolvimento didático seja realmente específico e concreto.

Estes conteúdos são depois aplicados ao formato audiovisual, para criar o método de trabalho online da TECH. Tudo isto, com as mais recentes técnicas que oferecem peças de alta-qualidade em cada um dos materiais que são colocados à disposição do aluno.



Masterclasses

Existem provas científicas sobre a utilidade da observação por terceiros especializados.

O denominado Learning from an Expert constrói conhecimento e memória, e gera confiança em futuras decisões difíceis.



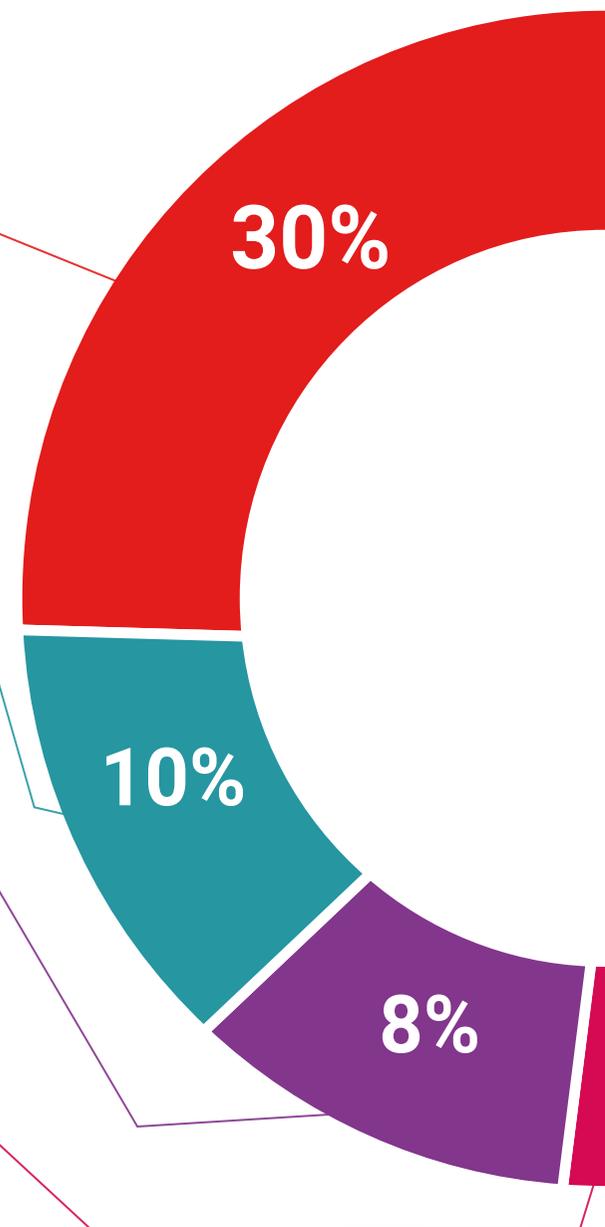
Práticas de aptidões e competências

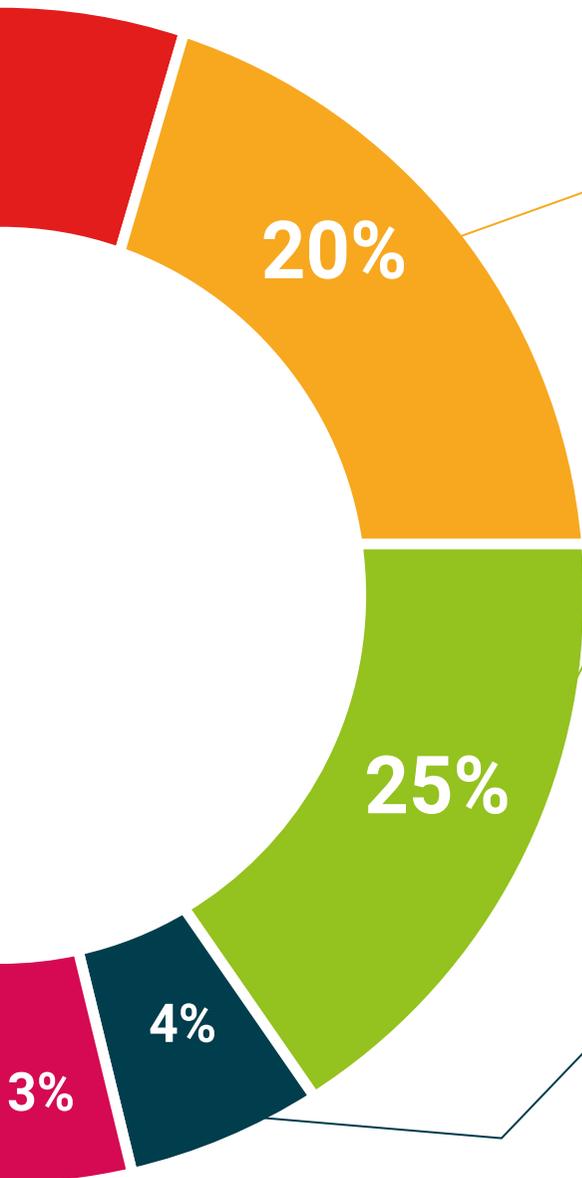
Realizarão atividades para desenvolver competências e aptidões específicas em cada área temática. Práticas e dinâmicas para adquirir e desenvolver as competências e capacidades que um especialista necessita de desenvolver no quadro da globalização em que vivemos.



Leituras complementares

Artigos recentes, documentos de consenso e diretrizes internacionais, entre outros. Na biblioteca virtual da TECH o aluno terá acesso a tudo o que necessita para completar a sua capacitação





Case studies

Completarão uma seleção dos melhores estudos de casos escolhidos especificamente para esta situação. Casos apresentados, analisados e instruídos pelos melhores especialistas na cena internacional.



Resumos interativos

A equipa da TECH apresenta os conteúdos de uma forma atrativa e dinâmica em comprimidos multimédia que incluem áudios, vídeos, imagens, diagramas e mapas conceituais a fim de reforçar o conhecimento.

Este sistema educativo único para a apresentação de conteúdos multimédia foi premiado pela Microsoft como uma "História de Sucesso Europeu"



Testing & Retesting

Os conhecimentos do aluno são periodicamente avaliados e reavaliados ao longo de todo o programa, através de atividades e exercícios de avaliação e auto-avaliação, para que o aluno possa verificar como está a atingir os seus objetivos.



06

Certificação

O Mestrado Próprio em Teoria e Crítica do Produto Audiovisual garante, para além de um conteúdo mais rigoroso e atualizado, o acesso a um grau de Mestre emitido pela TECH Universidade Tecnológica.



“

Conclua este plano de estudos com sucesso e receba o seu certificado sem sair de casa e sem burocracias”

Este **Mestrado Próprio em Teoria e Crítica do Produto Audiovisual** conta com o conteúdo Científico mais completo e atualizado do mercado.

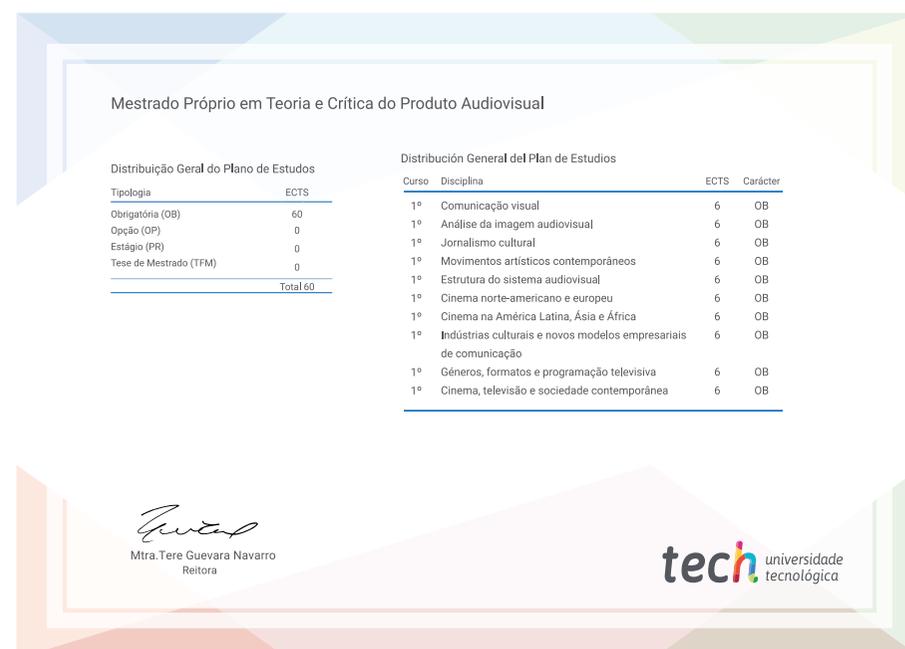
Uma vez aprovadas as avaliações, o aluno receberá por correio*, com aviso de receção, o certificado correspondente ao título de **Mestrado Próprio** emitido pela **TECH Universidade Tecnológica**

Este certificado contribui significativamente para o desenvolvimento da capacitação continuada dos profissionais e proporciona um importante valor para a sua capacitação universitária, sendo 100% válido e atendendo aos requisitos normalmente exigidos pelas bolsas de emprego, concursos públicos e avaliação de carreiras profissionais.

Título: **Mestrado Próprio em Teoria e Crítica do Produto Audiovisual**

ECTS: **60**

Carga horária: **1500 horas**



*Apostila de Haia Caso o aluno solicite que o seu certificado seja apostilado, a TECH EDUCATION providenciará a obtenção do mesmo com um custo adicional.

futuro
saúde confiança pessoas
informação orientadores
educação certificação ensino
garantia aprendizagem
instituições tecnologia
comunidade compromisso
atenção personalizada
conhecimento inovação
presente qualidade
desenvolvimento

tech universidade
tecnológica

Mestrado Próprio

Teoria e Crítica do Produto
Audiovisual

- » Modalidade: online
- » Duração: 12 meses
- » Certificação: TECH Universidade Tecnológica
- » Créditos: 60 ECTS
- » Tempo Dedicado: 16 horas/semana
- » Horário: ao seu próprio ritmo
- » Exames: online

Mestrado Próprio

Teoria e Crítica do Produto Audiovisual