

CURS ACADÈMIC: 2007-2008

Llicenciatura: COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL

Curs: 4t.

Codi:	20797
Assignatura:	Teoria i Tècnica de la programació a la ràdio i a la televisió.
Tipus d'assignatura:	Ob.
No. de crèdits:	5
Professor encarregat:	JOSEP M. MARTÍ
Quatrimestre:	2n

OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA

Coneixement teòric i pràctic de les diferents estratègies que conformen la definició d'un determinat model de programació a les emissores de ràdio, de televisió que permeti als alumnes una millor capacitat per a desenvolupar funcions de programador als mitjans audiovisuals.

TEMARI

1.-EVOLUCIÓ HISTÒRICA DE LA PROGRAMACIÓ A LA RÀDIO I A LA TV

Les grans etapes programàtiques en la història de la ràdio i de la televisió. Situació actual: canvis tecnològics i modificacions del marc legal. Procés de globalització dels continguts i dels formats programàtics. Segmentació de les audiències: tematització i especialització programàtica. Tendències de l'oferta radiofònica i televisiva en el mercat americà i en l'europeu.

2.- CONTEXT PRODUCTIU DE LA PROGRAMACIÓ ÀUDIO-VISUAL

Les lògiques internes de l'aparell ràdiotelevisiu. Diferències entre empresa pública i privada. Gestió dels recursos disponibles i opcions de finançament. Les lògiques externes: incidència en la programació.

El departament de programes en els mitjans audiovisuals: funcions i perfils professionals. L'activitat de programar.

3.- EL MODEL GENERALISTA RADIOFÒNIC

Trets distintius. La seva implantació en el sistema radiofònic europeu i americà.

Les variants estructurals del cas espanyol. El submodel de blocs: l'efecte estrella. El submodel mosaic i la ràdio pública. El submodel de continuïtat.

Els cicles programàtics en la ràdio generalista. Les programacions especials. Característiques de l'audiència segons cada model. Modalitats de consum.

4.- LA TELEVISIÓ GENERALISTA

Conceptes bàsics. Similituds i diferències segons els sistemes televisius.

L'estructura de la graella diària. El prime-time: característiques més importants. Les day-parts: diferents tipologies segons el model americà o l'europeu.

Aspectes productius: fonts d'abastiment. Els cicles programàtics curts i llargs. Modalitats de consum televisiu. Les perversions del telecomanament. L'efecte lideratge. La dictadura del "share".

5.- LA RÀDIO ESPECIALITZADA

Conceptes bàsics.Grans tendències internacionals: l'herència americana.

El submodel de ràdio temàtica :característiques estructurals, famílies tipològiques. Principals famílies de formats.

Característiques de l'audiència: segments i nínxols. L'hiperfragmentació de la demanda: les micropreferències.

6.- LA TELEVISIÓ TEMÀTICA I ELS "BOUQUETS" DE PROGRAMACIÓ

Conceptes bàsics.Estructura programàtica.Tipus de tematització .Els condicionants del suport . Modalitats existents al mercat .

Característiques específiques de les graelles: efecte biblioteca i multidifusions. Els "bouquets" programàtics com a metagraelles.

Televidents o clients.L'efecte club.Procès de globalització de la distribució.

7.- ESTRATÈGIES DE PROGRAMACIÓ RADIOFÒNICA

L'opció del model programàtic:valoració de l'oferta existent i anàlisi de l'audiència disponible.

La construcció de la graella.Valoració dels segments horaris i/o del rellotge de programació bàsica.Elecció i ubicació dels gèneres..Determinació dels cicles Les programacions especials.El "vestit" sonor i els codis de continuïtat. Les opcions de producció.

Construcció i gestió de la imatge de marca

8.- ESTRATÈGIES DE PROGRAMACIÓ TELEVISIVA

L'opció del model programàtic..Estudi i valoració de l'oferta existent Recerca industrial de l'audiència.Investigació sobre programes.

La construcció de la graella:el "Prime-Time",les "Day-Parts". Estratègies de contraprogramació, programació competitiva i per blocs. Tècniques americanes i europees.Seguiment i valoració dels resultats. Determinació dels cicles de programació.

Tipus de producció pròpia, aliena i co-produccions. Investigació i compra de programes.

Marketing d'imatge de la marca i/o de l'emissora.Elements generals i elements específics dels programes. Les accions promocionals pròpies.

Disseny comercial de la graella.

9.-PROGRAMACIÓ ÀUDIO-VISUAL EN EL NOU ENTORN DIGITAL

Promeses i realitats de La digitalització. Implementació dels suports de difusió. Programació de ràdio i televisió en el context de la convergència multimèdia: situació actual i perspectives. Nous usos mediàtics i replantejaments de les demandes socials. Les transformacions en les audiències i els pressupostos-temps. Programació i serveis a la carta.

BIBLIOGRAFIA Bàsica

BLUM,R.A.-LINDHEIM,R.D.1989 "*Programación de las cadenas de televisión en horario de máxima audiencia.*" Madrid:IORTV-FOCAL PRESS.

BUSTAMANTE, E. 1999 "La televisión económica". Barcelona: Gedisa. Estudios de televisión.

LEWIS,P.M.-BOOTH,J. 1989. "*El medio invisible.Radio pública, privada, comercial y comunitaria* ".Barcelona:Paidós Comunicació.

MARTÍ,J.M. 2000. "*De la idea a l'antena. Tècniques de programació radiofònica*". Barcelona:Pòrtic.Eines de Periodista.

NORBERG, Eric.G. "Programación radiofónica:estrategias y tácticas". Madrid:IORTV.

RICHERI,G. 1994. "*La transición en televisión*".Barcelona: BOSCH COMUNICACIÓN.

CORTÉS, J.A. (1999) "La estrategia de la seducción". Pamplona: EUNSA.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTÀRIA

- BAGET, J.M. 1993. "Historia de la televisión en España". Barcelona: Feed-Back.
- BELANGER, P.C. 1992. "La radio du futur". Paris: Armand Colin.
- DOSSIERS DE L'AUDIOVISUEL n°28.1989. "Les chaînes thématiques". Paris: La Documentation Française.
- DOSSIERS DE L'AUDIOVISUEL n°41.1992. "Programmes et programmation: la télévision à l'heure du marketing". Paris: La Documentation Française.
- DOSSIERS DE L'AUDIOVISUEL n°59.1995. "La parole en spectacle". Paris: La Documentation Française.
- FRANQUET, R., LARRÉGOLA, G. (EDS) "Comunicar a l'era digital". Barcelona: SCC.IEC.
- LE DIBERDER, A.- COSTE-CERDAN, N. 1990. "Romper las cadenas. Introducción a la post-television". Barcelona: GUSTAVO GILI.
- MARIET, F. 1992. "La télévision américaine". Paris: ECONOMICA.
- MARTÍ, J.M. (edit.) 1995. "Nuevos formatos de radio en USA". Barcelona: Sonimag-Radio Barcelona.
- MARTÍ, J.M. 1990. "Modelos de programación radiofónica". Barcelona: Feed-Back.
- MATELSKI, M.J. 1992. "Programación diurna de televisión". Madrid: IORTV-FOCAL PRESS.
- MICHEL, H.-ANGOULVENT, A.L. 1992. "Les télévisions en Europe". Paris: PUF. Que sais-je? 2719.
- MORAGAS, M.de, GARITAONAINDÍA, C. Y LÓPEZ, B. (Eds.) (1999) "Televisión de proximidad en Europa". Barcelona: Aldea Global 6.
- PENAFIEL, C. 1992. "Las radios autonómicas y transformaciones de la radio entre 1980-1990." Bilbao: Servicio Editorial Universidad del País Vasco.
- REGOURD, S. 1992. "La télévision des Européens". Paris: La Documentation Française.
- TYLER, S.-HEAD W.S.-KLEIN, L. 1989. "Broadcast/Cable Programming: Strategies and Practices." California: Wadsworth Publishing.
- VACA, R. 1997. "Quién manda en el mando". Madrid: VISOR.
- WOLTON, D. 1992. "Elogio del gran público. Una teoría crítica de la televisión". Barcelona: GEDISA.

METODOLOGIA DOCENT

TEORIA

Desenvolupament del temari a partir d'explicacions orals i de la lectura i l'anàlisi de textos referents a la matèria.

PRÀCTIQUES

Estaran centrades en dos tipus d'exercicis: tests d'actualitat sobre l'oferta de programació a la ràdio i a la televisió i resolució de problemes vinculats als conceptes bàsics del temari.

SISTEMA D'AVUACIÓ

La qualificació final s'obté a partir de:

- Les notes obtingudes a les pràctiques individuals de classe.
- L'examen dels aspectes teòrics de l'assignatura.

És imprescindible aprovar les dues parts per obtenir la nota final.