

Departament de Comunicació  
Àudiovisual i de Publicitat

Edifici I  
08193 Bellaterra (Barcelona), Spain  
Tel.: (3) 581 15 40 - 581 15 88  
Fax: (3) 581 15 40  
Tèlex: 52040 EDUCI E



## CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ

Nom de la llicenciatura: **Comunicació Audiovisual**

Denominació oficial de l'assignatura: **Teoria i Anàlisi de la Televisió**

Codi: 20777

Nombre de crèdits: 5

Semestre: Segon

Professor(s) Responsable(s): Gemma Larrègola Bonastre

Objectius: Detectar i estudiar les aproximacions crítiques al "fenòmen televisiu" des del punt de vista històric, actual i prospectiu, i articular la formalització de l'anàlisi i interpretació de programes contemporanis de televisió, així com la detecció i estudi de tendències programàtiques televisives.

Temari: (Descrit al darrera d'aquest full)

Bibliografia (distingir entre bàsica i complementària): (Inclusa en full annex)

Pràctiques: Anàlisi de programes televisius.

Mètode d'avaluació: L'avaluació serà contínua. Per tant, es tindrà en compte la participació i implicació dels alumnes en les pràctiques de discussió de la classe, així com el seguiment de l'actualitat referida a la televisió des dels punts de vista que se'ls requereixi. Entre els exercicis a ponderar, destaquen la recensió d'un llibre corresponent a la primera part del temari, la realització d'un treball escrit d'anàlisi de programes clau i un exercicici oral final.

Signatura del Director de Departament o Coordinador d'Àrea:

## APARTATS

Introducció.

1. Identificació del marc teòric d'anàlisi i crítica del "fenòmen televisiu"

2. Televisió: usos i usuaris

3. Temari televisiu

4. Nivells d'articulació i configuració de continguts televisius.

5. Programació: clau d'estudi de la televisió. Metodologia analítica.

6. Anàlisi de "fenòmens programàtics televisius".

Epíleg.

## LLIÇONS

1. Introducció a la disciplina d'estudi: marc epistemològic i dimensions concurrents.

2. La televisió com a eix de configuració de l'escenari audiovisual i la seva significació socio-cultural./ Prospectiva del mitjà televisiu: La televisió al nou paisatge audiovisual./ Reposicionament de la televisió a conseqüència del desenvolupament i impantació de les noves tecnologies de la comunicació.

3. Recepció televisiva i modalitats de consum./ Usos de la televisió al micro-àmbit comunicatiu socio-cultural actual: individu-família.

4. Fluxes d'influència a la selecció i construcció de continguts i missatges televisius. Concreció de continguts.

5. El gènere televisiu.

6. Les graelles programàtiques.

7. Anàlisi en profunditat de programes televisius..

8. Programes "clau".

9. El fenomen Info-show i l' espectacularització de la Informació.  
10. Ficció de producció pròpia: el protagonisme de la Ficció més televisiva.

11. Programació Infantil: el valor del target.

12. Qualitat televisiva.

## BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- BAGGALEY, J.P., DUCK, S.W. (1976) *Análisis del mensaje televisivo*. G. Gili. Barcelona.
- BERGER, J. et al. (1975) *Modos de ver*. Gili. Barcelona.
- BLUM, R.A, LINDHEIM, R.D. (1989) *La programación de las cadenas de televisión en horarios de máxima audiencia*. IORTV. Madrid.
- BUSTAMANTE, E. y GIU, I. (1988) "Televisión: desequilibrios en cadena." en BUSTAMANTE, E. y ZALLO, R. (coord.) *Las industrias culturales en España*:109-162. Akal. Madrid.
- CASSETTI, F. (1995) *L'ospite fisso, televisione e mass media nelle famiglie italiane*. San Paolo. Milano.
- MATELSKI, M.J. (1992) *La programación diurna de televisión*. Instituto Oficial RTVE. Madrid.
- NEGROPONTE, N. (1995) *El mundo digital*. Ediciones B. Barcelona.
- PRADO, E. (1988) ¿Hacia un nuevo ecosistema comunicativo? en *TELOS*. n°. 10. Fundesco. Madrid.
- PRADO, E. (1994). "Televisión: la quiebra del sentido" en *TELOS*. Marzo-mayo 1994. n°.37 Madrid.
- PRADO, E., HUERTAS, A. (1993) "Medición de audiencias televisivas: un universo en crisis" en *Comunicación social 1993. Tendencias. Informes anuales de Fundesco*. :221-230.
- RICHERI, G. (1994) *La transición de la televisión*. Bosch. Barcelona.

## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- AJELLO, B. (1994) "Scenari e prospettive negli U.S.A. e in Europe" en *Problemi dell'informazione* n°.1 marzo :35-61.
- CAZENEUVE, J. (1977) *El hombre telespectador*. G. Gili. Barcelona.
- ECHEVARRÍA, J. (1994) *Telépolis*. Ed. Destino. Barcelona.
- FLICHY, P. (). *Une histoire de la communication moderne. Espace public et vie privée*. La Découverte. París.
- GUNTER, B. SVENNEVIG, M (1987) *Behind and in front of the screen television's involvement*. Libbey IBA Cop. London.
- RICHERI, G. (1983) (-ed-) *La televisión: entre servicio público y negocio*. G.Gili. Barcelona.
- BUSTAMANTE, E y VILLAFANÉ, J. (1986) *La televisión en España empieza mañana: modelos televisivos y opiniones ideológicas*. Ed. Siglo XXI. Madrid.

