

CURS ACADÈMIC: 2005-2006

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'uropeu.

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'uropeu. 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. Marqueting 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 Comunicación.
- MARTÍ,J.M. 2000. "*De la idea a l'antena. Tècniques de programació radiofónica*". 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 chaines thematiques". París: 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 americaine". 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". París: PUF .Que sais-je? 2719.
- MORAGAS,M.de, GARITAONAINDÍA,C. Y LÓPEZ,B. (Eds.) (1999) "Televisión de proximidad en Europa". Barcelona:Aldea Global 6.
- PEÑAFIEL, 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: Statregies 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.