

Codi: 20777

Assignatura: Teoria i Anàlisi de la Televisió

Tipus d'assignatura: obligatòria

Nº de crèdits: 5

Professorat: David Fernández Quijada

Idioma: català

Semestre: 2n

Objectius de l'assignatura

Presentar el panorama nacional i internacional de la indústria televisiva. Identificar i analitzar els principals vectors de funcionament de la indústria televisiva i la seva influència en la creació dels continguts televisius actuals en relació al context social, regulatori i econòmic en què s'insereixen. Articular eines d'anàlisi i interpretació per als programes televisius. Dotar l'alumnat de capacitat crítica per analitzar el discurs televisiu.

Temari

1.- L'anàlisi televisiva

1.1.- Fonts

1.2.- Eines

1.3.- Models analítics

2.- Impacte de la tecnologia en l'evolució televisiva

2.1.- Convergència

2.2.- Integració *cross-media* i multiplataforma

3.- Neoregulació

3.1.- Influència supranacional

3.2.- Quotes televisives

3.3.- Clientelisme polític-mediàtic

4.- Canvis socials i culturals en la televisió

4.1.- Estructura social

4.2.- Cultura participativa

5.- Eixos d'anàlisi estructural del sistema televisiu

5.1.- Abast

5.2.- Titularitat

5.3.- Especialització

6.- Organització de la indústria televisiva

6.1.- Televisió generalista

6.2.- Televisió especialitzada

6.3.- Formats televisius

Metodologia docent

La metodologia combina classes magistrals en què s'impartiran els conceptes teòrics corresponents al temari amb lectura de textos, debats a l'aula i exercicis pràctics d'anàlisi de programes televisius. Igualment, hi haurà tutories grupals de seguiment.

Sistema d'avaluació

L'assignatura s'avalua de manera continuada a través d'activitats grupals:

- exercici pràctic d'anàlisi televisiu (20%);
- elaboració d'un estudi de cas que analitzi a fons la producció d'un programa televisiu (60%);
- presentació de l'estudi de cas a classe (20%).

Totes aquestes activitats seran seguides pel professor a través de tutories obligatòries.

Els qui no segueixin el curs de manera continuada tindran un examen final que inclourà preguntes teòriques i un exercici d'anàlisi d'un programa televisiu.

Ambdós sistemes d'avaluació són excloents entre si.

Bibliografia

1.- L'anàlisi televisiva

Casetti, Francesco; Di Chio, Federico (1999): *Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*, col. Instrumentos Paidós (17), Barcelona: Paidós [Original: Casetti, Francesco; Di Chio, Federico (1997): *Analisi della televisione*, Milano: Bompiani].

2.- Impacte de la tecnologia en l'evolució televisiva

Bellamy Jr., R.V.; Walker, J.R. (1996): *Television and the Remote Control. Grazing on a Vast Wasteland*, New York: The Guilford Press.

Boumans, J. (2004): *Cross-media*. [s.l.]: ACTEN-Anticipating Content Technology Needs Project [http://www.acten.net/uploads/images/432/Cross_Media.pdf].

CAC (2009): *Quaderns del CAC*, n. 31-32 [http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q31-32.pdf].

Carlson, Matt (2006): "Tapping into TiVo: Digital video recorders and the transition from schedules to surveillance in television", *New Media & Society*, vol. 8, n. 1, p. 97-115.

Walker, J.R.; Bellamy, R. (2010): "DVRs and the Empowered Audience. A Transformative New Media Technology Takes Off", a J.A. Hendricks (ed.): *The Twenty-First-Century Media Industry*, Lanham: Lexington Books.

3.- Neoregulació

Fernández, I.; Santana, F. (2000): *Estado y medios de comunicación en la España democrática*, Madrid: Alianza.

Fernández-Quijada, D. (2011): "Quoting Television: A Cross-National Analysis of Regulatory Intervention in the Independent Television Production Industry in the UK and Spain", *International Journal of Cultural Policy*, en premsa.

Freedman, D. (2008): *The politics of media policy*, Cambridge: Polity Press.

Giordano, E.; Zeller, C. (1999): *Políticas de televisión. La configuración del mercado audiovisual*, Barcelona: Icaria.

Harcourt, A. (2005): *The European Union and the regulation of media markets*, Manchester: Manchester University Press.

Papatheodorou, F.; Machin, D. (2003): "The Umbilical Cord That Was Never Cut. The Post-Dictatorial Intimacy between the Political Elite and the Mass Media in Greece and Spain", *European Journal of Communication*, vol. 18, n. 1, p. 31-54.

4.- Canvis socials i culturals en la televisió

Selva, D.; Ramos, M. (2005): "La participación del espectador en la televisión generalista a través del teléfono móvil: mitos y realidades", *Trípodos*, n. extra, p. 97-108 [http://cicr.blanquerna.url.edu/2005/Abstracts/PDFsComunicacions/vol1/02/SELVA_David_RAMOS_Marina.pdf].

Ytreberg, E. (2009): "Extended liveness and eventfulness in multi-platform reality formats", *New Media & Society*, vol. 1, n. 4, p. 467-485.

5.- Eixos d'anàlisi estructural del sistema televisiu

ARCE Media (2006): *El libro verde de los canales temáticos. Una perspectiva multidisciplinar de la publicidad en los canales temáticos*, Madrid: Arce Media [<http://www.arcemedia.es/images/canales.pdf>].

Beceiro, S. (2009): *La televisión por satélite en España. Del servicio público a la televisión de pago*, Madrid: Fragua.

Guimerà i Orts, J. À. (2007): *La televisió local a Catalunya: gestació, naixement i transformacions (1976-2006)*, Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya

[http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/estudis_recerca/Primer_XIX_Premis_CAC_Guimera.pdf].

Lowe, G. F.; Bardoel, J. (eds.) (2007): *From Public Service Broadcasting to Public Service Media*, Göteborg: Nordicom.

Moragas, M.; Garitaonandía, C.; López, B. (1999): *Televisión de proximidad en Europa: experiencias de descentralización en la era digital*, Bellaterra: UAB.

Moragas, M.; Prado, E. (2000): *La televisió pública a l'era digital*, Barcelona: Pòrtic.

Mullen, M. (2008): *Television in the multichannel age. A brief history of cable television*, Malden: Blackwell.

Nissen, C. S. (2006): *Public service media in the information society*, Strasbourg: Council of Europe [http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/H-Inf%282006%29003_en.pdf].

Prado E.; Fernández, D. (2006): "The Role of Public Service Broadcasters in the Era of Convergence. A Case Study of Televisió de Catalunya", *Communications & Strategies*, n. 62 [http://www.idate.fr/fic/revue_telech/148/CS62_PRADO_FERNANDEZ.pdf].

Sinclair, J. (2000): *Televisión: comunicación global y regionalización*, Barcelona: Gedisa.

6.- Organització de la indústria televisiva

CMT (2011): *Informe anual 2010*. Barcelona: Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones.

Fernández Quijada, D. (2008): “La producció independent de televisió a Catalunya davant d’un mercat canviant”, *Quaderns del CAC*, n. 30, p. 91-101 [http://www.cac.cat/pfw_files/cma/recerca/quaderns_cac/Q30_FernandezQuijada_EN.pdf].

Fernández-Quijada, D. (2009): “El mercado de producción independiente en España ante la aparición de Cuatro y laSexta”, *Comunicación y sociedad*, vol. XXII, n. 1, p. 59-87 [<http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/documentos/pdf/20090630085507.pdf>].

Fernández-Quijada, D. (2009): “Strategies of transnational media corporations in the Spanish television industry”, *Observatorio (OBS*) Journal*, vol. 3, n. 2, p. 85-112 [<http://www.obercom.pt/ojs/index.php/obs/article/view/259/260>].

Guerrero, E. (2010): “El desarrollo de proyectos audiovisuales: adquisición y creación de formatos de entretenimiento”, *Comunicación y sociedad*, vol. XXIII, n. 1, p. 237-273 [<http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/documentos/pdf/20100602162816.pdf>].

Moran, A. (2009a): “Global franchising, local customizing: The cultural economy of TV program formats”, *Continuum*, vol. 23, n. 2, p. 115-125.

Moran, A. (ed.) (2009b): *TV Formats Worldwide. Localizing Global Programs*, Bristol: Intellect.

Moran, A.; Malbon, J. (2006): *Understanding the Global TV Format*, Bristol: Intellect.

Saló, G. (2003): *¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*, col. Estudios de Televisión (17), Barcelona: Gedisa.

Waisbord, S. (2004): “McTV: Understanding the Global Popularity of Television Formats”, *Television & New Media*, vol. 5, n. 4, p. 359-383.

10 de juny de 2011