

Teoría y Análisis de la Televisión

Código: 103048
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501928 Comunicación Audiovisual	OT	3	0

Contacto

Nombre: Belen Monclús Blanco
Correo electrónico: Belen.Monclus@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: inglés (eng)
Algún grupo íntegramente en inglés: Sí
Algún grupo íntegramente en catalán: Sí
Algún grupo íntegramente en español: Sí

Prerequisitos

Para cursar esta asignatura se requiere de una buena comprensión lectora del inglés e inglés hablado a nivel básico/intermedio, ya que un 60% de las actividades dirigidas se harán en inglés. La teoría se hará en catalán. Los ejercicios y el examen se podrán hacer en catalán, castellano o inglés. Los estudiantes utilizarán el inglés en clase para hacer las preguntas, las presentaciones y para entregar los materiales preparados con antelación. Los exámenes y ejercicios repentinos se podrán realizar en cualquiera de las tres lenguas.

Objetivos y contextualización

Esta asignatura se incluye en la materia del grado Historia y Estética de la comunicación audiovisual. Esta materia la forman las siguientes asignaturas de 6 créditos ETCS cada una:

- Teoría e historia de la comunicación interactiva
- Historia del cine
- Historia de la radio y la televisión
- Teoría y Análisis del film
- Teoría y Análisis de la radio
- Teoría y Análisis de la fotografía
- Estudios visuales

Tal como se define en el plan de estudios, la asignatura proporciona conocimientos básicos sobre la televisión, especialmente en la introducción a los factores estructurales, tecnológicos y estéticos que definen los productos televisivos. En este sentido, se articulan también herramientas de análisis y de interpretación para los programas televisivos, dotando al alumnado de capacidad crítica para analizar el discurso televisivo.

Competencias

- Aplicar el pensamiento científico con rigor.
- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
- Contextualizar los medios audiovisuales y su estética desde una dimensión histórica.
- Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
- Demostrar conciencia ética así como empatía con el entorno.
- Demostrar espíritu crítico y autocrítico.

- Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
- Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
- Diferenciar las principales teorías de la disciplina, sus campos, las elaboraciones conceptuales así como su valor para la práctica profesional.
- Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar el pensamiento científico con rigor.
2. Aplicar los principios teóricos al análisis de los procesos audiovisuales.
3. Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
4. Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
5. Demostrar conciencia ética así como empatía con el entorno.
6. Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
7. Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
8. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
9. Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
10. Gestionar el tiempo de forma adecuada.
11. Identificar las interacciones entre la historia, la estética y la comunicación audiovisual.
12. Identificar los fenómenos y plantear los problemas teóricos relativos a la comunicación audiovisual.

Contenido

1.-Contexto de la televisión contemporánea

Breve repaso contextualizador de las principales características (tecnológicas, reguladoras, culturales y sociales) que definen y determinan la industria televisiva del momento.

2.-Tendencias de la televisión actual

Análisis crítico de las tendencias programáticas actuales a nivel internacional, el fenómeno del *global format trade* y de la función social de la televisión en la sociedad contemporánea.

3.-El papel de las nuevas plataformas televisivas. Televisión e Internet.

Determinar las implicaciones de las nuevas plataformas de distribución de la señal televisiva y, especialmente, de Internet en la evolución social del medio. La irrupción de la Social TV.

4.-Aproximación a Television Studies

Introducción a esta disciplina académica, que aborda el análisis crítico del medio televisivo, i determinar la evolución de sus estudios en la era digital, especialmente, para analizar el nuevo rol del telespectador/usuario en la era de las Redes Sociales.

5.-El análisis televisivo: fuentes, herramientas y modelos analíticos

Descripción de los principales métodos y técnicas de investigación para abordar el análisis televisivo. Propuesta, desarrollo y aplicación de un modelo propio.

Metodología

La adquisición de conocimientos y competencias por parte de los alumnos se llevará a cabo a través de diferentes procedimientos metodológicos que incluyen las clases magistrales en el aula, ejercicios de análisis,

debate y reflexión a partir de visionados y de material de lectura en los espacios del aula y de los seminarios, y tutorías.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
CLASES TEÓRICAS	37,5	1,5	1, 2, 8, 12, 11
SEMINARIOS	15	0,6	1, 2, 3, 5, 6, 8, 10, 12
Tipo: Supervisadas			
TUTORIAS	7,5	0,3	1, 2, 3, 6, 8, 12
Tipo: Autónomas			
TRABAJO AUTÓNOMO	82,5	3,3	1, 2, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 10, 12

Evaluación

La evaluación consiste en tres partes diferenciadas:

Prueba teórica (30%)

Trabajo en grupo (50%)

Seminarios y Participación en los seminarios (20%)

Las tres partes de las que consta la evaluación deberán ser superadas de forma independiente para poder hacer la media.

Podrán presentarse a las pruebas de recuperación del examen teórico y del trabajo los/las alumnos/as que tengan una nota mínima de 3 e inferior a 5.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
PRUEBA TEÓRICA	30%	2,5	0,1	1, 2, 5, 8, 12, 11
SEMINARIOS	20%	1	0,04	1, 6, 8
TRABAJO	50%	4	0,16	1, 2, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 10, 12

Bibliografía

Bibliografía básica

Beck, Daniel; Hellmueller, Lea; Aeschbacher, Nina (2012). "Factual Entertainment and Reality TV". En *Communication Research Trends*, vol. 31 (2), 4-27.

Bignelli, Jonathan (2004). *An Introduction to Television Studies*. London: Routledge.

Bordieu, Pierre (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.

Carpentier, Nico (2012). "The concept of participation. If they have access and interact, do they really participate?". En *Revista Fronteiras. Estudos midiáticos*, 14(2), pp. 164-177.

Casetti, Francesco; Di Chio, Frederico (1999). *Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Paidós.

Esser, Andrea (2012). "The format business: Franchising television content". En *International Journal of Digital Television*, vol. 4 (2), 141-158.

Gray, Jonathan; Lotz, Amanda (2012). *Television Studies*. Cambridge/Malden: Polity Press.

Grainge, Paul (ed.). *Ephemeral Media. Transitory Screen Culture from Television to YouTube*. London: Palgrave Macmillan, British Film Institute.

Jenkins, Henry (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York, London: New York University Press.

Lotz, Amanda (2009). *Beyond prime time: Television programming in the post-network era*. New York: Routledge.

Prado, Emili (2017). "El audiovisual on line over the top. El future del audiovisual europeo y español". En E. Bustamante (coord.), *Informe sobre el Estado de la Cultura en España. Igualdad y diversidad en la era digital [ICE-2017]*. Madrid: Observatorio de la Cultura y Comunicación, Fundación Alternativas, 127-144.

Spigel, Lynn; Olsson, Jan (eds.) (2004). *Television after TV. Essays on a medium in transition*. Durham/London: Duke University Press.

Tay, Jinna; Turner, Graeme (2009). *Television Studies after TV: Understanding Television in the Post-broadcast Era*. London, New York: Routledge.

Vande Berg, Lea; Wenner, Lawrence; Gronbeck, Bruce (1998). *Critical approaches to television*. Boston/New York: Houghton Mifflin Company.

van Dijck, José (2009). "Users like you? Theorizing agency in user-generated content". En *Media, Culture & Society*, 31(1), 41-58.

A lo largo de las clases magistrales se proporcionará bibliografía complementaria en función de cada temario.