

Teoria i Anàlisi de la Televisió

Codi: 103048
Crèdits: 6

Titulació	Típus	Curs	Semestre
2501928 Comunicació Audiovisual	OT	3	0

Professor/a de contacte

Nom: Belen Monclús Blanco
Correu electrònic: Belen.Monclus@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: anglès (eng)
Grup íntegre en anglès: Sí
Grup íntegre en català: Sí
Grup íntegre en espanyol: Sí

Altres indicacions sobre les llengües

Català (Teoria 40%) i Anglès (60% Debats i Seminaris)

Prerequisits

Per cursar aquesta assignatura es requereix una bona comprensió lectora de l'anglès i anglès parlat a nivell bàsic, ja que un 60% de les activitats dirigides es farà en anglès. La teoria es farà en català. Els exercicis i l'examen es podran fer en català, castellà o anglès. Els estudiants utilitzaran l'anglès a classe per fer les preguntes, les presentacions i per lliurar els materials preparats amb antelació. Els exàmens i exercicis sobtats es podran realitzar en qualsevol de les tres llengües.

Objectius

Aquesta assignatura s'inclou en la matèria del grau *Historia i Estètica de la comunicació audiovisual*. Aquesta matèria la formen les següents assignatures de 6 crèdits ETCS cadascuna:

- Història del cinema
- Història de la ràdio i la televisió
- Teoria i Anàlisi del film
- Teoria i Anàlisi de la ràdio
- Teoria i Anàlisi de la fotografia
- Estudis visuals
- Teoria i història de la comunicació interactiva

Tal com es defineix en el pla d'estudis, l'assignatura proporciona coneixements bàsics sobre la televisió, especialment en la introducció als factors estructurals, tecnològics i estètics que defineixen els productes televisius. En aquest sentit, s'articulen també eines d'anàlisi i d'interpretació per als programes televisius, dotant a l'alumnat de capacitat crítica per analitzar el discurs televisiu.

Competències

- Aplicar el pensament científic amb rigor.

- Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de productes comunicatius.
- Contextualitzar els mitjans audiovisuals i la seva estètica des d'una dimensió històrica.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
- Demostrar esperit crític i autocrític.
- Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
- Diferenciar les principals teories de la disciplina, els seus camps i les elaboracions conceptuals, així com el seu valor per a la pràctica professional.
- Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea.
- Gestionar el temps de manera adequada.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar el pensament científic amb rigor.
2. Aplicar els principis teòrics a l'anàlisi dels processos audiovisuals.
3. Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de productes comunicatius.
4. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
5. Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
6. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
7. Desenvolupar l'esperit crític i autocrític.
8. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
9. Divulgar els coneixements i innovacions de l'àrea.
10. Gestionar el temps de manera adequada.
11. Identificar els fenòmens i plantejar els problemes teòrics relatius a la comunicació audiovisual.
12. Identificar les interaccions entre la història, l'estètica i la comunicació audiovisual.

Continguts

1.-Context de la televisió contemporània

Breu repàs contextualitzador de les principals característiques (tecnològiques, reguladores, culturals i socials) que defineixen i determinen la indústria televisiva del moment.

2.-Tendències de la televisió actual

Anàlisi crítica de les tendències programàtiques actuals a nivell internacional, el fenomen del *global format trade* i de la funció social de la televisió en la societat contemporània.

3.-El paper de les noves plataformes televisives. Televisió i Internet.

Determinar les implicacions de les noves plataformes de distribució del senyal televisiu i, especialment, d'Internet en l'evolució social del mitjà. La irrupció de la Social TV.

4.-Aproximació als *Television Studies*

Introducció a aquesta disciplina acadèmica, que aborda l'anàlisi crítica del mitjà televisiu, i determinar l'evolució dels seus estudis a l'era digital, especialment, per analitzar el nou rol del telespectador/usuari en l'era de les Xarxes Socials.

5.-L'anàlisi televisiva: fonts, eines i models analítics

Descripció dels principals mètodes i tècniques d'investigació per abordar l'anàlisi televisiva. Proposta, desenvolupament i aplicació d'un model propi.

Metodologia

L'adquisició de coneixements i competències per part dels alumnes es durà a terme a través de diferents procediments metodològics que inclouen les classes magistrals a l'aula, exercicis d'anàlisi, debat i reflexió a partir de visionats i de material de lectura en els espais de l'aula i dels seminaris, i tutories.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
CLASSES TEÒRIQUES	37,5	1,5	1, 2, 8, 11, 12
SEMINARIS	15	0,6	1, 2, 3, 5, 7, 8, 10, 11
Tipus: Supervisades			
TUTORIES	7,5	0,3	1, 2, 3, 7, 8, 11
Tipus: Autònomes			
TREBALL AUTÒNOM	82,5	3,3	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11

Avaluació

L'Avaluació consisteix en tres parts diferenciades:

- Prova teòrica (30%)
- Treball en grup (50%)
- Seminaris i Participació en els seminaris (20%)

Les tres parts de les que consta l'avaluació **hauran de ser superades de forma independent** per a poder fer la mitjana.

Podran presentar-se a les proves de recuperació de l'examen teòric i del treball els/les alumnes que tinguin una nota mínima de 3 i inferior a 5.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
PROVA TEÒRICA	30%	2,5	0,1	1, 2, 5, 8, 11, 12
SEMINARIS	20%	1	0,04	1, 7, 8
TREBALL	50%	4	0,16	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11

Bibliografia

Bibliografia bàsica

Beck, Daniel; Hellmueller, Lea; Aeschbacher, Nina (2012). "Factual Entertainment and Reality TV". A *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?". A *Revista Fronteiras. Estudos midiáticos*, 14(2), pp. 164-177.

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

Esser, Andrea (2012). "The format business: Franchising television content". A *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". A 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". A *Media, Culture & Society*, 31(1), 41-58.

Al llarg de les classes magistras es proporcionarà bibliografia complementària en funció de cada temari.