

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	33410
Nombre	Teoría de la Radio y la Televisión
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2019 - 2020

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1301 - Grado Comunicación Audiovisual	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	2	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1301 - Grado Comunicación Audiovisual	8 - Teoría e historia de los medios audiovisuales y nuevos soportes multimedia	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
GAMIR RIOS, JOSE VICENTE	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

Los contenidos fundamentales de la Teoría de la radio y la televisión centran la atención básicamente en la definición y delimitación del medio radiofónico y del televisivo desde una perspectiva analítica que atiende a sus características discursivas o comunicativas y, asimismo, a sus funciones institucionales o socioculturales.

CONOCIMIENTOS PREVIOS



Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

La aptitud más importante que deben tener quienes cursen esta asignatura hace referencia a su capacidad de análisis e interpretación crítica de textos escritos y audiovisuales

COMPETENCIAS

1301 - Grado Comunicación Audiovisual

- Conocer la comunicación como proceso y los diferentes elementos que lo constituyen. Poseer y comprender los conocimientos de la especificidad de los discursos, así como de los modos de representación propios de los distintos medios tecnológicos y audiovisuales. Conocer las distintas teorías, métodos y problemas de la comunicación audiovisual y sus diferentes lenguajes.
- Saber aplicar dichos conocimientos (3.2.2.1) para transmitirlos profesional y éticamente de manera comprensible a la ciudadanía.
- Capacidad para el conocimiento articulado de las dimensiones históricas, sociológicas y tecnológicas de la comunicación.
- Conocimiento de los diversos lenguajes, códigos y modos de representación propios de los distintos medios tecnológicos y audiovisuales: fotografía, cine, radio, televisión, vídeo e imagen electrónica, internet, etc. a través de sus propuestas estéticas e industriales, además de su relevancia social y cultural y su evolución a lo largo del tiempo, que deberá generar la capacidad para analizar relatos y obras audiovisuales, considerando los mensajes icónicos como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los objetivos, y por tanto los resultados, que se pretende conseguir con el desarrollo de esta materia, tal como se especifica en el resumen y se pondrá de manifiesto en los contenidos, son de carácter teórico y de carácter práctico. El alumno deberá adquirir una competencia adecuada con respecto a la fundamentación conceptual de la materia y la categorización del discurso radiofónico y televisivo.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Aproximación a los modelos de investigación sobre la radio y la televisión.

Investigación administrativa norteamericana Vs investigación crítica europea. Investigación sobre los efectos de los medios. Investigación sobre las funciones y el uso. Investigación sobre la persuasión. Investigación sobre la producción de información.



2. Aproximación semiótica a la investigación sobre la radio y la televisión.

El modelo comunicativo semiótico-textual. Los géneros radiofónicos y televisivos como modelo de enunciación y de recepción.

3. Las lecciones fundacionales de la teoría del discurso radiofónico.

La pragmática del discurso radiofónico. La estética del discurso radiofónico.

4. El estatuto semiótico de la radio.

El lenguaje acústico. El tratamiento radiofónico del lenguaje acústico. El estatuto semiótico de los lenguajes radiofónicos. El flujo radiofónico como discurso macrotextual.

5. La construcción del discurso radiofónico.

El concepto de la programación radiofónica. Modelos de programación radiofónica. Los programas y los géneros radiofónicos. Factores y estrategias de programación.

6. Nuevas manifestaciones radiofónicas y ruptura del discurso.

La radio a la carta. El podcasting: definición, surgimiento, evolución, conceptos y manifestaciones actuales.

7. La constitución de la teoría del discurso televisivo.

Primeras categorizaciones del discurso televisivo. Las estrategias de legitimación de la paleotelevisión y de la neotelevisión.

8. El estatuto semiótico de la neotelevisión.

La identidad del discurso televisivo. El flujo televisivo como discurso macrotextual. Características del discurso neotelevisivo. La metatelevisión. La postelevisión.

9. La construcción del discurso neotelevisivo.

El concepto de la programación televisiva. Modelos de programación televisiva. Los programas y los géneros televisivos. Factores y estrategias de programación.

**10. Infoshow e infotainment.**

La hibridación de géneros y la tendencia a la espectacularización en la neotelevisión. Los efectos de la espectacularización en el espacio público y en el discurso político.

11. Nuevas manifestaciones televisivas y ruptura del discurso.

Del broadcasting al narrowcasting y el webcasting. La hipertelevisión. Modelos de la hipertelevisión. La programación de la hipertelevisión.

12. Reflexiones sobre la calidad televisiva.**VOLUMEN DE TRABAJO**

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	60,00	100
Elaboración de trabajos individuales	20,00	0
Estudio y trabajo autónomo	10,00	0
Lecturas de material complementario	20,00	0
Preparación de actividades de evaluación	20,00	0
Preparación de clases de teoría	20,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGÍA DOCENTE**Clases teóricas:**

La estructura de las clases teóricas incluirá: una introducción del tema y la exposición breve de las cuestiones más relevantes por parte del profesor y el estudio más específico del tema a partir de las exposiciones y debates del material de trabajo ofrecido y presentado previamente por el profesor.

Clases prácticas:

Las clases prácticas girarán básicamente en torno al análisis de textos escritos y audiovisuales de acuerdo con las claves y pautas marcadas por el profesor



Otras actividades:

Lectura y exposición de textos teóricos de autores relevantes en el campo de la historia de la comunicación mediática

Asistencia a conferencias organizadas por los responsables de la especialidad.

EVALUACIÓN

Examen (50%). Respuesta a diferentes preguntas sobre el temario de la asignatura, a partir de las explicaciones aportadas por el profesor en las clases magistrales, de los materiales docentes y de los textos de referencia.

Trabajo (40%). Elaboración continuada a lo largo del curso de un trabajo de investigación en grupo sobre la materialización de la estructura de la comunicación y/o su influencia en la construcción mediática de la realidad, de temática consensuada con el profesor y desarrollado de manera tutorizada. Los grupos expondrán sus trabajos en las últimas sesiones del curso.

Participación (10%). Aportación de casos prácticos sobre la materialización de la estructura de la comunicación y/o su influencia en la construcción mediática de la realidad en el aula virtual, como base de sesiones de debate y análisis al inicio de cada clase. Se valorará también la participación del alumnado en dichas sesiones.

Observaciones:

- Es necesario aprobar el examen y el trabajo para superar la asignatura.
- Se penalizará la presencia de faltas de ortografía en el examen y en el trabajo.
- La inclusión en el trabajo de material elaborado por terceros sin citar su fuente comportará el suspendo de dicha prueba y, con ello, de la asignatura.

REFERENCIAS

Básicas

- Arana, E. (2011): Estrategias de programación televisiva. Síntesis: Madrid.
- Berrocal Gonzalo, S.; Redondo García, M.; Martín Jiménez, V.; Campos Domínguez, E. (2014): La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española. En Revista Latina de Comunicación Social, nº 69, pp. 85-103.
- Eco, U. (1986): TV: La transparencia perdida. En La estrategia de la ilusión. Lumen: Barcelona. pp. 200-223.
- Gavalà, J. (1999): Una cultura acústica. Notas de otra radio. Valencia: Episteme.
- Gavalà, J. V. (2002): "El discurso televisivo y sus estrategias de legitimación". En Gavalà, J. V.; Gregori Signes, C.; y Rosselló Ivars, R. X. (coords.): La cultura mediática. Modes de representació i estratègies discursives. València: Quaderns de Filologia, Estudis de Comunicació.
- González Requena, J. (1995): El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad. Madrid:



Cátedra.

- Martínez-Costa, M. P., y Moreno, E. (2004): Programación radiofónica. Barcelona: Ariel.
- Pérez Alaejos, M. P., y López Merayo, A. (2013): "Entre ondas y bits: el podcasting en las redes nacionales de radio españolas". En Revista Comunicación Midiática, v.8, n.3, pp.181-202, set./dez. 2013. Disponible en <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4790821.pdf>
- Scolari, C. (2008): Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. En Diálogos de la comunicación, nº 77.

ADENDA COVID-19

Esta adenda solo se activará si la situación sanitaria lo requiere y previo acuerdo del Consejo de Gobierno

1. Continguts

Sense canvis

2. Volum de treball i planificació temporal de la docència

Respecte a la calendarització, s'han suspès les exposicions orals presencials dels treballs i s'ha posposat el lliurament dels treballs al 20 de maig.

3. Metodologia docent

Classes virtuals combinades amb tutories personalitzades.

4. Avaluació

Cap modificació substancial. Es mantenen el temari i el sistema d'avaluació previstos a la guia docent: 50% examen, 40% treball, 10% participació.

5. Bibliografia

Sense canvis