



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT
**NOVES TENDÈNCIES EN
TELEVISIÓ I CONVERGÈNCIA
DIGITAL**

Any acadèmic 2015-16

Informació general de l'assignatura

Denominació	NOVES TENDÈNCIES EN TELEVISIÓ I CONVERGÈNCIA DIGITAL
Codi	101934
Semestre d'impartició	1r
Caràcter	Optativa
Nombre de crèdits ECTS	6
Grups	únic
Crèdits teòrics	0
Crèdits pràctics	0
Horari de tutoria/lloc	Despatx 1.23 Telèfon: 973 70 31 59 Horari a concertar
Departament/s	Filologia Catalana i Comunicació
Modalitat	Presencial
Informació important sobre tractament de dades	Consulteu aquest enllaç per a més informació.
Idioma/es d'impartició	Català
Grau/Màster	Grau de Comunicació i Periodisme Audiovisuals
Horari de tutoria/lloc	Despatx 1.23 Telèfon: 973 70 31 59 Horari a concertar
Adreça electrònica professor/a (s/es)	marionavisa@filcat.udl.cat

Mariona Visa i Barbosa

Informació complementària de l'assignatura

L'assignatura *Noves Tendències en televisió i convergència digital* pretén fer una descripció i anàlisi de l'estat actual de la televisió en l'escenari digital així com de les narratives transmèdia en els mitjans de comunicació contemporanis. Es descriuran les característiques de l'anomenada televisió social, les estratègies de programació i els principals gèneres que destaquen en les graelles televisives contemporànies: la telerrealitat, l'infoentreteniment i la ficció dramàtica de qualitat.

Internet com a pantalla alternativa, els projectes transmedia i crossmedia i l'emergència de noves plataformes de distribució de continguts seran objecte d'anàlisi a partir de casos concrets d'estudi.

La funció de la televisió de servei públic i l'existència de continguts de qualitat també seran objectes de debat.

L'assignatura compta amb una sortida fora de l'horari curricular, un dissabte de finals de novembre, per assistir a la Mostra de Televisió de Qualitat Miniput que se celebra a Barcelona.

El treball final de l'assignatura es basa en la creació de l'estratègia transmedia d'un format televisiu.

Objectius acadèmics de l'assignatura

O1: Descripció i anàlisi de nous formats televisius sorgits en l'era de la convergència digital.
O2: Visualitzar les principals estratègies de programació segons els gèneres i cadenes
O3: Anàlisi de productes audiovisuals i classificació segons el seu gènere i sistema de producció
O4: Anàlisi del projecte transmèdia de diferents programes televisius
O5: Debat i reflexió sobre els continguts i la forma dels principals productes audiovisuals que es desenvolupen en la convergència digital
O6: Realització del treball final de l'assignatura al voltant de la creació d'un nou format televisiu i la seva estratègia transmèdia.

Competències

Capacitat de descripció i anàlisi de la televisió contemporània
Capacitat d'analitzar les estratègies de programació dels programes
Reconèixer els gèneres bàsics en la televisió contemporània i la seva hibridació
Reconèixer l'estratègia de promoció dels programes i ser capaç de dissenyar la estratègia transmèdia d'un programa televisiu de qualsevol gènere
Desenvolupar l'esperit crític i reflexionar al voltant de la ideologia i representació de la realitat proporcionada pels nous formats
Capacitat de generar propostes creatives i competitives professionalment

Continguts fonamentals de l'assignatura

TEMA 1: LA TELEVISIÓ I LA CONVERGÈNCIA DIGITAL. NARRATIVES TRANSMÈDIA

TEMA 2: L'EDAD D'OR DE LA FICCIÓ NORDAMERICANA

TEMA 3: LA TELERREALITAT COM A FORMAT ESTRELLA DE LA TELEVISIÓ CONTEMPORÀNEA. ESTRATÈGIES TRANSMEDIÀTIQUES

TEMA 4: L'INFOENTRETENIMENT. L'ESPECTACLE COM A META EN L'HIBRIDACIÓ DE GÈNERES.

TEMA 5: EL DOCUMENTAL INTERACTIU. NOUS DISCURSOS DE LA NO-FICCIÓ

TEMA 6: LES FRONTERES DE LA NO-FICCIÓ; EL FALS DOCUMENTAL

TEMA 7: CONSUMIDORS PROSUMERS I FENOMEN FAN: L'ESPECTADOR COM A GENERADOR DE CONTINGUTS

TEMA 8: LA TELEVISIÓ PÚBLICA EN L'ERA DIGITAL. REDEFINICIÓ DE LA PROGRAMACIÓ DE QUALITAT I PROGRAMES CULTURALS

Eixos metodològics de l'assignatura

ACTIVITAT	CODIFICACIÓ / DESCRIPCIÓ / TIPOLOGIA TPD	O*	G*	HP*	HNP*
Classe magistral (M)	Classes magistrals	O1, O2, O3, O5	1	50	50
Seminaris (S)					
Pràctiques (P)					
Treballs (T)	Treball final de l'assignatura	O6	1		25

Tutories (Tut)	Mínim d'una tutoria per grup per a la realització del treball final				5
Altres (AA)	Exposicions, Assistència al certamen Miniput	O4, O5	1		20
Avaluació (AV)	Examen		1		
TOTAL				50	100

O: Objectiu. G: número de grups implicats en l'activitat. HP: hores presencials de l'alumne. HNP: hores no presencials de l'alumne.

Es dedicaran dues sessions (de tres hores cada una) a cada tema. La primera sessió tindrà un caràcter teòric, explicant l'evolució i característiques de cada gènere. La segona sessió serà de caire pràctic, amb estudi de casos (per part de la professora i dels alumnes), anàlisi d'estratègies transmedia existents i visionat dels productes audiovisuals més rellevants.

El primer dia de curs es lliurarà als alumnes la planificació de les sessions, la metodologia d'avaluació i les dates en les quals s'hauran de fer els estudis de casos a l'aula i el lliurament del treball final.

Sistema d'avaluació

MECANISMES D'AVALUACIÓ	CODIFICACIÓ / DESCRIPCIÓ- CRITERIS / TIPOLOGIA TPD	OBSERVACIONS	O*	ACTIVITAT	%*
Assistència i participació (As)	Assistència a classe i participació activa. Assistència al certamen Miniput		O5		15
Taller d'avaluació (TA) (Examen)	Examen final				40
Informe (In) / Treballs (T)	Treball final de l'assignatura: Ideació d'un nou format i el disseny de l'estratègia transmedia	En grups de 2/3 persones	O6		35
Altres (A)	Exposicions		O3,O4		10
TOTAL					100

O: Objectiu. %: percentatge en la nota final.

La nota final de l'assignatura serà el resultat d'aquestes activitats d'aprenentatge:

- 20 % : Exposició de l'estudi de cas a l'aula
- 40% : Examen teòric
- 30 % Treball final de l'assignatura
- 10 % participació activa en les sessions pràctiques, debat i assistència a classe

Bibliografia i recursos d'informació

- CAMPALANS, C.(2014) Narrativas transmedia : entre teorías y prácticas. Barcelona: Editorial UOC.
- CASCAJOSA, C. (ed.) (2007) *La caja lista:televisión norteamericana de culto*. Madrid: Laertes.
- CORTÉS, J. A. (1999) *La estrategia de la seducción: la programación en la neotelevisión*. Pamplona: EUNSA
- CRAIG, H. (2010). *Television mockumentary : reflexivity, satire and a call to play*. US. McMillan.
- DERRIDA, J., STIEGLER B. (1998) *Ecografías de la televisión*. Buenos Aires,EUdeba, 1998
- FERRÉ, C- (2013). *Infoentretenimiento : el formato imparable de la era del espectáculo* Barcelona: Editorial UOC
- GIFREU, A. (2013). *El Documental interactivo : evolución, caracterización y perspectivas de desarrollo*. Barcelona. | Editorial UOC
- GRANDÍO, M. D. M. (2009). *Audiencia, fenómeno fan y ficción televisiva. El caso de Friends*. LibrosEnRed
- GORDILLO, I. (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Quito: Ciespal
- IMBERT, G. (2003), *El zoo visual*. Barcelona, Gedisa,
- LEÓN, B. (2009)- *Telerrealidad: el Mundo tras el cristal* Sevilla. Comunicación Social.
- LEÓN, B. (2013)- *Entretenimiento televisivo basado en hechos reales: géneros, formatos y tendencias*; Sevilla. Comunicación Social.
- PASTORIZA, F. (2003). *Cultura y televisión : una relación de conflicto* Gedisa
- SCOLARI, C (2013). *Narrativas transmedia : cuando todos los medios cuentan* . Deusto
- SILVERSTONE, R. (1996), *Televisión y vida cotidiana* , Amorrortu, Buenos Aires
- TUBELLA, I. (2008). *Internet i televisió : la guerra de les pantalles* - Barcelona : Ariel
- WOLTON, D. (2000). *Internet, i després? Una teoria crítica sobre els nous media*. Barcelona: Pòrtic

Altres recursos

L'assignatura compta amb un dossier disponible a copisteria amb lectures sobre cada tema

Al campus virtual es crearan carpetes amb lectures obligatòries i recomanades de cada tema, entre les quals:

- Cáceres, M. D., San Román, J. A. R., & Brändle, G. (2011). El uso de la televisión en un contexto multipantallas: viejas prácticas en nuevos medios. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (43),21-44.
- Díaz-Campo, J. (2014). Las cadenas de televisión españolas en Internet: un estudio sobre la calidad de sus sitios web. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(1), 67-83.

- Froufe, N. Q., Neira, A. G., & González, M. J. D. (2015). La construcción de la estrategia comunicativa en Twitter de un falso documental: Operación Palace. *Revista Latina de comunicación social*, (70), 28-48.
- Gonzalo, S. B., Domínguez, E. C., & García, M. R. (2012). Comunicación Política en Internet: La tendencia al "infoentretenimiento" político en " YouTube". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18(2), 643-659.
- Micó, J. L. (2011). Entretenimiento transversal. Convergencia de contenidos entre la televisión, Internet y los dispositivos móviles. *Trípodos. Facultat de Comunicació Blanquerna.*, (27), 107-115.
- Prado, E. (2008). Retos de la convergencia digital para la televisión. *Quaderns del CAC*, 31-31.
- Virino, C. C. (2011). " No es televisión, es HBO": La búsqueda de la diferencia como indicador de calidad en los dramas del canal HBO. *Zer-Revista de Estudios de Comunicación*, 11(21).
- Zapatero, M. D. C. (2014). El discurso de los expertos a propósito de la telerrealidad. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(2), 661-676.

Webgrafía:

www.miniput.cat

hipermediaciones.com

<http://blog.rtve.es/webdocs/>