

CRÍTICA DE LA TELEVISIÓN

Profesores: Raúl Rodríguez, Kiko Mora, Antonio Sempere, José Luis Pérez Aranda

Objetivos del curso

La televisión ha sufrido una acelerada evolución en los últimos años, evolución que tiene fundamentos tanto económicos (la concurrencia de nuevos operadores, tanto públicos como privados, en el mercado televisivo, la integración e internacionalización de las empresas de comunicación: los conglomerados multimedia) como tecnológicos (la multiplicación de canales, la TV de pago, cable y satélite, la convergencia con las redes telemáticas). La sustitución de la programación por un "flujo planificado" de incesantes autorreferencias (los "promos" entre otros fenómenos), el sincretismo creciente de los géneros y de las funciones comunicativas (el magazine, los reality-shows, los docu-games...), las estrategias de programación en la pugna por las audiencias, el papel de los anunciantes en la configuración de la rejilla, etc. determinan un panorama nuevo.

Por otro lado la televisión sigue siendo, como lo fue sin duda en el último tercio del siglo XX, el medio de comunicación de masas más influyente, aquel que congrega a públicos más numerosos, aquel que provee incluso el "topic" de las conversaciones entre personas, el vehículo de socialización más poderoso, por encima de la familia o la escuela. Ello lleva aparejados riesgos que sólo el conocimiento del medio (y no su demonización absoluta, ni la celebración irresponsable de sus éxitos de audiencia) puede conjurar.

El curso se propone describir, analizar y juzgar con fundamento esa nueva televisión en el cruce entre su condición de empresa, de tecnología y de forma cultural de consumo masivo, y en él dialogan y se complementan las perspectivas académicas y las profesionales (tanto de realizadores de TV como de críticos de TV)

Temario del curso

- Historia del medio televisivo en España (1956-2008).
- La dictadura de las audiencias. Los audímetros y las cuotas de pantalla.
- La crítica televisiva en los medios escritos. Grupos mediáticos y columnistas.
- La televisión como servicio público. El caso particular de La 2
- La programación y sus estrategias. El zapeo y sus tácticas.
- Viejos y nuevos formatos televisivos (I): el culebrón, las teleseries.

- Viejos y nuevos formatos televisivos (II) el reality-show, el videoclip
- Descripción, análisis y crítica de la neotelevisión
- El género informativo en la televisión.
- Formas del documental televisivo.
- La publicidad en televisión: spot y product placement.
- Retórica de los acontecimientos mediáticos.
- Lo que el espectador ve (Servicios informativos en la TV local de Alicante)
- Lo que el espectador no ve (El making-of de un informativo)

PERIODIZACIÓN

- Del 21 de abril al 21 de mayo de 2010
- Lunes, miércoles y viernes de 10:30 a 13:30h (19 y 21 de mayo de 10:30 a 12:30h)
- 14 sesiones (40 horas)

- Abril: 21, 23, 26, 28 y 30
- Mayo: 3, 5, 7, 10, 12, 14, 17, 19 y 21

CRÉDITOS: 4

LUGAR: Aula A1/0-20G (aulario I)

NOTA

PARA LA OBTENCIÓN DEL CERTIFICADO ES IMPRESCINDIBLE:

*UNA ASISTENCIA MÍNIMA DEL 80% DEL TOTAL DE HORAS DEL CURSO

*ESTAR AL CORRIENTE CON EL PAGO DEL CURSO

*SUPERAR PRUEBA DE EVALUACIÓN PROPUESTA POR EL PROFESOR
