

Estudis d'Audiència i Recepció

2014/2015

Codi: 103041

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501928 Comunicació Audiovisual	OB	3	2

Professor de contacte

Nom: Amparo Huertas Bailén

Correu electrònic: Amparo.Huertas@uab.cat

Utilització de llengües

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: No

Grup íntegre en espanyol: Sí

Prerequisits

Coneixements necessaris per a seguir l'assignatura: nocions bàsiques sobre mètodes d'investigació social.

Objectius

L'assignatura s'integra dins de la matèria "Investigació en Comunicació", formada per les següents assignatures:

- *Mètodes d'investigació en Comunicació*: 2on. curs - 2on. Semestre .Obligatòria (a partir del curs 2015-16: 3er. Curs -1er. semestre).

- *Estudis d'audiència i recepció*: 3er Curs - 1er. Semestre. Obligatòria (a partir del curs 2015-16: 3er. Curs - 2on. semestre).

Rellevància de l'assignatura

El principal objectiu d'*Estudis d'audiència i recepció* és que l'estudiant obtingui el coneixement bàsic sobre el comportament i l'activitat dels públics a l'àmbit de la comunicació (tradicional i a l'entorn digital), aspecte essencial des del punt de vista professional. I, a més, també garanteix l'adquisició de competències bàsiques per a poder desenvolupar investigacions socials.

Aquesta és una assignatura obligatòria.

Prèviament, l'estudiant ha cursat l'assignatura *Teories de la Comunicació* (dins la matèria Comunicació).

Contribució de l'assignatura a la formació del perfil professional

L'objectiu final de l'assignatura és contribuir a que l'alumne pugui :

- (a) Desenvolupar projectes comunicatius adients als públics als quals aquests s'adrecen (saber actuar).
- (a) Desenvolupar capacitat crítica i autocrítica davant la pràctica comunicativa (saber ser).
- (c) Afrontar/Avaluar una investigació social a l'àmbit de la comunicació (saber actuar).

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.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar coneixement i habilitats per desenvolupar un treball pràctic o teòric amb base científica.
- Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
- Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
- Desenvolupar l'esperit crític i autocrític.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
- Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea
- Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
- Gestionar el temps de manera adequada.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar el pensament científic amb rigor.
2. Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de productes comunicatius.
3. Construir un discurs teòric relatiu a una qüestió de recerca.
4. Conèixer i aplicar el mètode científic en la recerca en comunicació audiovisual.
5. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
6. Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
7. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
8. Desenvolupar l'esperit crític i autocrític.
9. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
10. Divulgar els coneixements i innovacions de l'àrea.
11. Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
12. Gestionar el temps de manera adequada.
13. Implementar les diferents metodologies de recerca dels fenòmens comunicatius.
14. Plantejar preguntes científiques i establir hipòtesis relatives a la recerca en comunicació.

Continguts

1. Història del concepte d'audiència: Recorregut teòric i contextos socials-culturals-tecnològics
(Públics i auto-comunicació de masses)
2. Audiència com a objectes
 - a) Estudis dels efectes
 - b) Mediacions
3. Audiència com a construcció institucional
 - a) Ciutadania: Deontologia, Opinió Pública i Ciberactivisme
 - b) Target Publicitari: Mesurament tradicional, audiència mòbil i Social Media (analítica Web) - Cross Media
4. Audiència com a usuaris actius
 - a) Usos i gratificacions
 - b) Descodificació dels missatges (Estudis Culturals: Coding/decoding)

- c) Context de recepció (públics i privats) i rituals de consum
- d) Entorn digital: Prosumers i co-responsabilitat
- 5. Audiències i sub-cultures ("glocalització")
 - a) Fenomen Fan
 - b) Perspectiva de gènere (tecnofeminisme)
 - c) Cultura juvenil

Metodologia

El desenvolupament de l'assignatura implica la realització de diferents tipus d'activitats formatives:

- Activitats dirigides:

- a) Classes magistrals. Explicació general del contingut que inclou l'assignatura.
- b) Pràctiques al Laboratori i seminaris. Desenvolupament d'un producte audiovisual, el contingut del qual està determinat per l'assignatura (reflexió teòrica crítica al voltant d'un concepte/idea).

- Activitats supervisades:

- a) Tutories presencials individuals o en grup. La seva finalitat és resoldre problemes d'aprenentatge.

- Activitats autònomes.

- a) Els estudiants hauran de fer totes les activitats planificades per un correcte desenvolupament dels seminaris i les pràctiques al laboratori. Destaca la lectura de textos científics.

- Activitats d'avaluació

Lliurament d'un examen escrit abans del període de reavaluació.

- Activitats de reavaluació:

Les darreres tres setmanes del curs es dedicaran a activitats de reavaluació, a les quals es podran acollir els estudiants (amb assistència regular a totes les activitats programades) que compleixin les següents condicions:

- a) Que hagin obtingut una nota final global entre 4 i 4,9 (a partir de tutories individuals i tenint en compte la situació personal, s'indicarà la realització de treballs que permetran superar l'assignatura). Aquesta activitat permetrà obtenir un 5, però mai baixar la nota.
- b) Que hagin obtingut una nota final global superior a 8 (prova oral). Aquesta activitat pot comportar, si s'escau, una baixada de la nota global.

En total, hi participen 3 professors. El primer s'encarrega de les classes magistrals i de l'activitat de reavaluació, i tots tres desenvolupen la resta d'activitats en grups d'uns 25 estudiants.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
-------	-------	------	--------------------------

Tipus: Dirigides

Classes teòriques	15	0,6	1, 4, 8, 10, 11, 13, 14
Pràctiques	22,5	0,9	2, 4, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14
Seminaris	15	0,6	1, 2, 8, 9, 10, 12, 13
Tipus: Supervisades			
Tutories	7,5	0,3	1, 8, 9, 11
Tipus: Autònomes			
Estudi personal, preparació pràctiques i activitats relacionades amb els seminaris	82,5	3,3	1, 2, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14

Avaluació

Les competències d'aquesta assignatura s'avaluaran mitjançant diferents procediments:

- Examen escrit (30%). Prova per escrit individual
- Participació activa en els seminaris (10%). Presentació oral de treballs i actitud activa
- Proves pràctiques laboratori (40%). Desenvolupament (en grup) d'un producte audiovisual, el contingut del qual està determinat per l'assignatura (reflexió teòrica crítica al voltant d'un concepte/idea).
- Treballs (20%)
- Treballs (a): realitzats a les sessions teòriques (10%)
- Treballs (b): lliurats als seminaris (10 %). Memòria final de la implicació al treball en grup/procés aprenentatge.

La nota final serà la suma de la puntuació obtinguda.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen	30%	2	0,08	4, 8, 9, 10, 12, 14
Participació en els seminaris	10%	1	0,04	1, 5, 6, 7, 8, 9
Proves pràctiques laboratori	40%	3,5	0,14	1, 2, 3, 4, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14
Treballs	20%	1	0,04	1, 2, 4, 5, 7, 8, 13, 14

Bibliografia

BIBLIOGRAFIA Bàsica:

Huertas Bailén, Amparo (2002) *La audiencia investigada*. Barcelona: Gedisa

Sullivan, John L. (2013) *Media Audiences. Effects, Users, Institutions, and Power*. California: Sage

Huertas, Amparo y Figueras, Mónica (2014) *Audiencias juveniles y cultura digital*. Bellaterra : Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.

(Descàrrega gratuïta: http://incom.uab.cat/content_m.asp?id_contents=37&menu=3)

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTÀRIA

Callejo, Javier (2001) *Investigar las audiencias: un análisis cualitativo*. Barcelona: Paidós.

Bibliography of Research on Social Network Sites: <http://www.danah.org/researchBibs/sns.php>

Callejo, Javier y Gutiérrez Brito, J. (coords.) (2012) *Adolescencia entre pantallas*. Barcelona: Gedisa.

Tema 2

(Concepte mediacions)

Martín-Barbero, Jesús (1998). *De los medios a las mediaciones*. Colombia: Andrés Bello

Tema 3

(Cibercultura)

Castells, Manuel (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial

Lévy, Pierre (2007) *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Barcelona: Anthropos Editorial

Pérez Tapias, José (2003) *Internautas y naufragos. La búsqueda del sentido en la cultura digital*. Madrid: Editorial Trotta

Rheingold, Howard (2002) *Multitudes inteligentes. La próxima revolución social (Smart Mobs)*. Barcelona: Gedisa

(Target)

Huertas Bailén, A. "De la medición de la audiencia al conocimiento de los públicos" Aula abierta. Lecciones básicas. Portal de la Comunicación, InCom. Disponible en: http://portalcomunicacion.es/uploads/pdf/22_esp.pdf

Jauset, Jordi (2000). *La investigación de audiencias en televisión: Fundamentos estadísticos*. Barcelona: Paidós.

Tema 5

(Tecnofeminisme)

Wajcman, Judy (2004) *El tecnofeminismo*. Madrid: Feminismos