

**Indústries, Continguts i Recepció****2013/2014**

Codi: 42435

Crèdits: 9

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4313256 Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat	OB	0	1

**Professor de contacte**

Nom: Rosa Franquet Calvet

Correu electrònic: Rosa.Franquet@uab.cat

**Utilització d'idiomes**

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

**Prerequisits**

En esta materia no se han establecido prerequisites previos.

**Objectius**

Este módulo pretende sentar las bases de investigación sobre los diferentes aspectos relacionados con los contenidos en la era digital, las industrias que los generan y los públicos que los consumen. Este saber transversal actuará como fundamento para la focalización en los diferentes aspectos que se profundizan en los módulos optativos.

**Competències**

Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat

- Analitzar críticament les teories i els models analítics de la comunicació audiovisual i publicitària.
- Aplicar models validats danàlisi de continguts, davaluació de polítiques, destudis de recepció i danàlisi d'indústries del sector audiovisual i publicitari.
- Demostrar una actitud desperta, innovadora i analítica en relació amb els interrogants d'investigació
- Identificar i comprendre els principals fenòmens que incideixen en les indústries, les polítiques i els continguts audiovisuals i publicitaris, així com en la seva recepció.
- Planificar les tasques d'acord amb els recursos humans, instrumentals i temporals disponibles, i ser capaç de millorar el rendiment
- Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, tot i ser incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis
- Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit
- Tenir coneixements que aportin la base o l'oportunitat de ser originals en el desenvolupament o l'aplicació d'idees, sovint en un context de recerca

**Resultats d'aprenentatge**

1. Debatre i proposar models teòrics propis capaços danalitzar continguts, polítiques, recepció i indústries del sector audiovisual i publicitari.
2. Demostrar una actitud desperta, innovadora i analítica en relació amb els interrogants d'investigació
3. Descriure els principals autors i les seves teories referides a les indústries culturals i a les polítiques de comunicació.
4. Identificar els autors i les seves aportacions en relació amb la recepció de missatges audiovisuals i

- publicitaris.
5. Identificar els principals conceptes i les aproximacions epistemològiques referides a les indústries culturals, a les polítiques de comunicació, la innovació i transformació tecnològica i als continguts.
  6. Identificar i avaluar els principals corrents de pensament presents en l'estudi relacionat amb les diferents indústries culturals.
  7. Interpretar els autors i autores més rellevants i les seves aportacions en relació amb la innovació i transformació tecnològica als continguts audiovisuals i publicitaris.
  8. Interpretar els autors, les teories i els conceptes relacionats amb la recepció de missatges audiovisuals i publicitaris.
  9. Planificar les tasques d'acord amb els recursos humans, instrumentals i temporals disponibles, i ser capaç de millorar el rendiment
  10. Proposar models d'anàlisis teòriques en el camp de l'audiovisual per a l'estudi de casos concrets.
  11. Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i enfrontar-se a la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, tot i ser incompleta o limitada, inclogui reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis
  12. Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit
  13. Tenir coneixements que aportin la base o l'oportunitat de ser originals en el desenvolupament o l'aplicació d'idees, sovint en un context de recerca

## Continguts

En relación a los objetivos explicitados, el módulo abordará la innovación y la convergencia tecnológica como motor de las transformaciones que han experimentado los diferentes actores presentes en la industria audiovisual nacional e internacional. La comprensión del fenómeno exige una mirada ligada a la evolución histórica que, también, estudiará el proceso de ideación, producción y distribución de los contenidos, así como los públicos que los disfrutan. Este análisis se apoyará en los estudios de casos y se fundamentará en las diferentes corrientes teóricas y enfoques que explican los cambios en curso. Finalmente, se recogerán las aportaciones desde una perspectiva de género.

## Metodologia

El plan de estudios de este módulo (9 créditos ECTS) atribuye un total de 225 horas de carga para el alumnado distribuidas de la siguiente manera: 112,5 horas de trabajo autónomo, 56,25 horas dirigidas y 56,25 horas supervisadas. Las metodologías docentes incluyen clases magistrales, estudios de caso, seminarios, lecturas de material bibliográfico, estudio personal, tutorías, realización y presentación oral y escrita de trabajos.

## Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Clases y seminarios	56,25	2,25	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13
Tipus: Supervisades			
Tutorías y seguimiento de trabajos	56,25	2,25	2, 9, 10, 11
Tipus: Autònomes			
Lecturas y realización de trabajo	112,5	4,5	2, 9, 11, 12, 13

## Avaluació

El sistema de evaluació corresponde en un 90% a la demostración de conocimientos teóricos y la realización de un trabajo final de módulo, de estos un 20% por la defensa oral del trabajo, y a un 10% a la asistencia y participación activa del alumnado en las clases.

El alumnado realizará una primera aproximación al objeto de estudio en el ámbito de la comunicación audiovisual, que deberá presentar públicamente en las sesiones destinadas a tal fin (ver índice presentación) y la entrega final se realizará (ver índice completo). El tema del trabajo es libre dentro de las temáticas del módulo. Se recomienda que este primer trabajo sea una primera aproximación que tenga relación con el trabajo final de master.

## Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Asistencia y participación activa en clase	10%	0	0	1, 2, 13
Demostración conocimiento teórico y entrega trabajos	90	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13

## Bibliografia

Atkinson, J.D. (2008). "Towards a Model of Interactivity in Alternative Media: A Multilevel Analysis of Audiences and Producers in a New Social Movement Network". En *Mass Communication and Society*, 11:227-247.

Bustamante, E (ed.) (2011). *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*. Gedisa.

Carpentier, N. (2011). *Media and Participation: A Site of Ideological-Democratic Struggle*. Intellect Ltd.

Erdal, I.J., (2009) Cross-Media (Re)Production Cultures. En *Convergence: The Internal Journal of Research into New Media Technologies* 15, (2): 215-231.

Franquet, R.; Villa Montoya, M.I. y Bergillos, I. (2013). Public Service Broadcasting's Participation in the Reconfiguration of Online News Content. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 18 (2013) 378-397. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/jcc4.12014/pdf>

Harrison, J. (2010) User-Generated content and Gatekeeping at the BBC Hub. En *Journalism Studies*, Vol. 11, (2) 243-256

Franquet, R. y Villa, M. I., (2012). Interpretation and analysis of cross media content: the case of Televisió de Catalunya. En *Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura*. Monogràfic Audiovisual 2.0. (Febrero 2012) 49-63. <http://www.analisi.cat/ojs/index.php/analisi/article/view/m2012-franquet-vila/m2012-franquet-vila>

Miège, B. (2008), "Las industrias culturales y de información: un enfoque socioeconómico". En *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 10, (1): 1-15.