

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501928 Comunicació Audiovisual	OB	3	2

Professor de contacte

Nom: Amparo Huertas Bailén

Correu electrònic: Amparo.Huertas@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

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

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).
- (b) 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.
- Demostrar esperit crític i autocrític.
- Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
- 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. Conèixer i aplicar el mètode científic en la recerca en comunicació audiovisual.
4. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
5. Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
6. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
7. Desenvolupar l'esperit crític i autocrític.
8. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
9. Divulgar els coneixements i innovacions de l'àrea.
10. Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
11. Gestionar el temps de manera adequada.
12. Implementar les distintes metodologies d'investigació dels fenòmens comunicatius.
13. Plantejar preguntes científiques i establir hipòtesis relatives a la recerca en comunicació.

Continguts

1. El concepte d'audiència
 - a) Recorregut teòric: Massa, grups, usuaris/individus
 - b) Mirades actuals: Ciutadania, públics i mercats
2. Audiència com a ciutadania
 - a) Des de la perspectiva dels mitjans de comunicació: socialització, cohesió social i servei públic.
 - b) Des de la perspectiva de la recepció: accés/participació, activisme/empoderament, crowdfunding/crowdsourcing.
3. Audiència com a públic
 - a) Estratègies programàtiques: fidelització i interacció
 - b) Relació públics i mitjans a l'entorn digital (l'ús de les xarxes socials digitals): jerarquies i continguts.
4. Audiència com a mercat
 - a) Mesurament d'audiència tradicional: mostres, tècniques de recollida d'informació i indicadors.
 - b) Transició a l'entorn digital dels estudis de mesurament (social media TV)
5. Noves tendències en l'estudi dels públics (Neurociència)

Metodologia

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

- **A c t i v i t a t s** **d i r i g i d e s :**
- a) Classes magistrals. Explicació general del contingut que inclou l'assignatura.
 - b) Pràctiques al Laboratori i seminaris. Desenvolupament d'una proposta de contingut mediàtic, fent èmfasi en l'estudi del públic destinatari (target).

- **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 dues 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 3 i 4,9 (després de fer una tutoria individual obligatòria, es determinarà l'enunciat de l'examen de re-avaluació). Aquesta activitat permetrà obtenir un 5, però mai baixar la nota.

b) Que hagin obtingut una nota final global superior a 8 (després de fer una tutoria individual obligatòria, es decidirà l'activitat a realitzar per tal d'obtenir una nota superior: prova oral o re-avaluació examen). Aquesta activitat pot comportar, si s'escau, una baixada de la nota global.

En total, hi participen 2 professors. El primer s'encarrega de les classes magistrals i de l'activitat de reavaluació, i tots dos desenvolupen la resta d'activitats en grups d'uns 40 estudiants.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	15	0,6	1, 3, 7, 9, 10, 13
Pràctiques	22,5	0,9	2, 3, 5, 7, 8, 10, 11, 13
Seminaris	15	0,6	1, 2, 7, 8, 9, 11
Tipus: Supervisades			
Tutories	7,5	0,3	1, 7, 8, 10
Tipus: Autònomes			
Estudi personal, preparació pràctiques i activitats relacionades amb els seminaris	82,5	3,3	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13

Avaluació

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

- Examen escrit (30%). Prova per escrit individual, re-avaluable per a estudiants amb una nota final global entre 3 i 4,9. A la re-avaluació l'examen pot ser escrit o oral. La nota més alta després del procés de re-avaluació, en cas de superar l'assignatura, serà un 5. Si no es supera l'assignatura amb la re-avaluació, es mantindrà la nota final obtinguda durant el curs (avaluació continuada).

- Participació activa en els seminaris (10%). Presentació oral de treballs i actitud activa

- Proves pràctiques laboratori (40%). Desenvolupament (en grup) proposta contingut mediàtic.
- Treballs (20%)
- Treballs (a): realitzats a les sessions teòriques (10%)
- Treballs (b): Lliurament memòria final explicació procés aprenentatge (10%)

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	3, 7, 8, 9, 11, 13
Participació en els seminaris	10%	1	0,04	1, 4, 5, 6, 7, 8
Proves pràctiques laboratori	40%	3,5	0,14	1, 2, 3, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 13
Treballs	20%	1	0,04	1, 2, 3, 4, 6, 7, 12, 13

Bibliografia

BIBLIOGRAFIA BÀSICA:

- Huertas Bailén, Amparo (2015) Yo soy audiencia. Ciudadanía, público y mercado. Barcelona: Editorial UOC.
- 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)
- Neira, E. (2015). La otra pantalla. Redes sociales, móviles y la nueva televisión. Barcelona: Editorial UOC
- Quintas Froufe, N. i González Neira, A. (2016). La participación de la audiencia en televisión: de la audiencia activa a la social. Madrid: AIMC
- Sullivan, John (2013) Media audiences. Effects, users, institutions, and power. California: Sage

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTÀRIA

- Callejo, Javier (2001) Investigar las audiencias: un análisis cualitativo. Barcelona: Paidós.
- Callejo, Javier y Gutiérrez Brito, J. (coords.) (2012) Adolescencia entre pantallas. Barcelona: Gedisa.
- Huertas Bailén, Amparo (2002). La audiencia investigada. Barcelona: Gedisa.