

Estudis d'Audiència i Recepció

Codi: 103041

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501928 Comunicació Audiovisual	OB	3	2

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a 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 seguir l'assignatura: nocions bàsiques sobre mètodes d'investigació

Objectius

El principal objectiu d'Estudis d'audiència i recepció és que l'alumnat obtingui el coneixement bàsic sobre el comportament i l'activitat dels públics a l'àmbit de la comunicació (especialment 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.

L'objectiu final de l'assignatura és contribuir a que l'alumnat 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).

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, prosumers

b) Mirades actuals: Ciutadania, públics i mercats

2. Audiència com a ciutadania

a) Des de la perspectiva dels mitjans de comunicació: socialització, cohesió social, normalització lingüística 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

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) Seminaris. Lectura i anàlisi d'informes del sector, debat sobre temes d'actualitat.
 - c) Pràctiques al Laboratori. Desenvolupament d'una proposta de contingut mediàtic, fent èmfasi en l'estudi del públic destinatari (target).
- Activitats supervisades:
 - Tutories presencials individuals o en grup. La seva finalitat és resoldre problemes d'aprenentatge.
 - Activitats autònomes:
 - L'alumnat haurà de fer totes les activitats planificades per un correcte desenvolupament dels seminaris i de les pràctiques al laboratori.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura. En cas de canvi de modalitat docent per raons sanitàries, el professorat informarà dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents.

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 (25 %). Prova per escrit individual. Recuperable
- Treballs als seminaris (25 %). Individuals o en grup. Recuperable
- Proves pràctiques laboratori (40 %). Desenvolupament (en grup) proposta contingut mediàtic
- Exercicis a les sessions teòriques (10 %)

Les darreres dues setmanes del curs es dedicaran a activitats de recuperació, a les quals es podrà acollir l'alumnat que hagi realitzat un mínim de 2/3 parts del total d'activitats avaluable i que hagi obtingut una

qualificació mínima entre 3,5 i 4,9. Després de fer una tutoria individual obligatòria i atenent a la qualificació obtinguda, es decidirà el material a recuperar (examen i/o seminaris). Aquesta activitat permetrà obtenir una nota màxima de 5, però mai baixar la nota.

L'alumnat que hagi obtingut una nota final global superior a 8 podrà optar a pujar nota a partir de la realització d'una prova oral. Aquesta activitat pot comportar, si s'escau, una baixada de la nota final.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen escrit	25%	2	0,08	3, 7, 8, 9, 11, 13
Exercicis sessions teòriques	10%	1	0,04	1, 2, 3, 4, 6, 7, 12, 13
Proves pràctiques laboratori	40%	3,5	0,14	1, 2, 3, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 13
Treballs als seminaris	25%	1	0,04	1, 4, 5, 6, 7, 8

Bibliografia

- Huertas Bailén, Amparo (2015). *Yo soy audiencia. Ciudadanía, público y mercado*. Barcelona: Editorial UOC.
- Marquez, Israel (2018). *Móviles 24/7. El teléfono móvil en la era de la hiperconectividad*. Barcelona: Editorial UOC.
- Neria, Elena (2015). *La otra pantalla. Redes sociales, móviles y la nueva televisión*. Barcelona: Editorial UOC.
- Quintas Froufe, Natalia i González Neira, Ana. (2016). *La participación de la audiencia en televisión: de la audiencia activa a la social*. Madrid: AIMC

[https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2017/05/2016_01participacion_audiencia_tv.pdf]