

Estudios de Audiencia y Recepción

Código: 103041
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501928 Comunicación Audiovisual	OB	3	2

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Contacto

Nombre: Amparo Huertas Bailén

Correo electrónico: Amparo.Huertas@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: No

Algún grupo íntegramente en español: Sí

Prerequisitos

Conocimiento necesario para seguir la asignatura: nociones básicas sobre los métodos de investigación social

Objetivos y contextualización

El principal objetivo de Estudios de audiencia y recepción es que el alumnado obtenga el conocimiento básico sobre el comportamiento y la actividad de los públicos en el ámbito de la comunicación (especialmente en el entorno digital), aspecto esencial desde el punto de vista profesional. Y, además, también garantiza la adquisición de competencias básicas para poder desarrollar investigaciones sociales. Esta es una asignatura obligatoria.

El objetivo final de la asignatura es contribuir a que el alumnado pueda:

- (a) Desarrollar proyectos comunicativos adecuados a los públicos a los que se dirige (saber actuar).
- (b) Desarrollar capacidad crítica y autocrítica ante la práctica comunicativa (saber ser).

Competencias

- Aplicar el pensamiento científico con rigor.
- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
- Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
- Demostrar conciencia ética así como empatía con el entorno.
- Demostrar conocimiento y habilidades para desarrollar un trabajo práctico o teórico con base científica.
- Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
- Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
- Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
- Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.

- Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación y en la actividad profesional.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar el pensamiento científico con rigor.
2. Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
3. Conocer y aplicar el método científico en la investigación en comunicación audiovisual.
4. Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
5. Demostrar conciencia ética así como empatía con el entorno.
6. Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
7. Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
8. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
9. Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
10. Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación y en la actividad profesional.
11. Gestionar el tiempo de forma adecuada.
12. Implementar las distintas metodologías de investigación de los fenómenos comunicativos.
13. Plantear preguntas científicas y establecer hipótesis relativas a la investigación en comunicación.

Contenido

1. El concepto de audiencia
 - a) Recorrido teórico: Masa, grupos, usuarios/individuos, prosumers
 - b) Miradas actuales: Ciudadanía, públicos y mercados
2. Audiencia en calidad de ciudadanía
 - a) Desde la perspectiva de los medios de comunicación: socialización, cohesión social, normalización lingüística y servicio público
 - b) Desde la perspectiva de la recepción: acceso/participación, activismo/empoderamiento, crowdfunding/crowdsourcing
3. Audiencia en calidad de público
 - a) Estrategias programáticas: fidelización e interacción.
 - b) Relación públicos y medios en el entorno digital (el uso de las redes sociales digitales): jerarquías y contenidos.
4. Audiencia en calidad de mercado
 - a) Medición de la audiencia tradicional: muestras, técnicas de recogida de información e indicadores.
 - b) Transición al entorno digital de los estudios de medición (social media TV)
5. Nuevas tendencias en el estudio de los públicos

Metodología

El desarrollo de la asignatura implica la realización de diferentes tipos de actividades formativas:

- Actividades dirigidas:

- a) Clases magistrales. Explicación general del contenido que incluye la asignatura.
- b) Seminarios. Lectura y análisis de informes del sector, debate sobre temas de actualidad.
- b) Prácticas de laboratorio. Desarrollo de una propuesta de contenido mediático, haciendo énfasis en el estudio del público destinatario (target).
- Actividades supervisadas:
- Tutorías presenciales individuales o en grupo. Su finalidad es resolver problemas de aprendizaje.
- Actividades autónomas:
- El alumnado tendrá que hacer todas las actividades planificadas para un correcto desarrollo de los seminarios y las prácticas de laboratorio. Destaca la lectura de textos científicos.

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura. En caso de cambio de modalidad docente por razones sanitarias, el profesorado informará de los cambios que se producirán en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases teóricas	15	0,6	1, 3, 6, 9, 10, 13
Prácticas	22,5	0,9	2, 3, 5, 6, 8, 10, 11, 13
Seminarios	15	0,6	1, 2, 6, 8, 9, 11
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	7,5	0,3	1, 6, 8, 10
Tipo: Autónomas			
Estudio personal, preparación prácticas y actividades relacionadas con los seminarios	82,5	3,3	1, 2, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 10, 11, 13

Evaluación

Las competencias de esta asignatura se evalúan por medio de diferentes procedimientos:

- Examen escrito (25 %). Prueba escrita de carácter individual. Recuperable
- Trabajos en los seminarios (25 %). Individuales o en grupo. Recuperable
- Pruebas prácticas Laboratorio (40 %). Desarrollo (en grupo) de propuesta de contenido mediático.
- Ejercicios en las sesiones teóricas (10 %).

Las últimas dos semanas del curso se dedicarán a actividades de recuperación, a las que se podrá acoger el alumnado que haya realizado un mínimo de 2/3 partes del total de las actividades evaluables y haya obtenido una calificación mínima entre 3,5 y 4,9. Después de una tutoría individual obligatoria y teniendo en cuenta la

calificación obtenida, se decidirá el material a recuperar (examen y/o seminarios). Esta actividad permitirá obtener una nota máxima de 5, pero nunca bajar la nota.

El alumnado que haya obtenido una nota final global superior a 8 podrá optar a subir nota a partir de la realización de una prueba oral. Esta actividad puede comportar, en su caso, una bajada de la nota final.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Ejercicios sesiones teóricas	10%	1	0,04	1, 2, 3, 4, 7, 6, 12, 13
Examen escrito	25%	2	0,08	3, 6, 8, 9, 11, 13
Pruebas prácticas Laboratorio	40%	3,5	0,14	1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 13
Trabajos en los seminarios	25%	1	0,04	1, 4, 5, 7, 6, 8

Bibliografía

- 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. [https://cataleg.uab.cat/iii/encore/record/C__Rb2085367?lang=cat]
- Nerja, Elena (2015). *La otra pantalla. Redes sociales, móviles y la nueva televisión*. Barcelona: Editorial UOC.
- Quintas Froufe, Natalia i Gómez 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]