

Titulació	Tipus	Curs
Continguts de Comunicació Audiovisual i Publicitat	OB	0

Professor/a de contacte

Nom: María Desamparados Huertas Bailén

Correu electrònic: amparo.huertas@uab.cat

Equip docent

Òscar Coromina Rodríguez

Luisa del Carmen Martínez García

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

Prerequisits

Cap.

Objectius

Aquest mòdul pretén aportar una base sòlida i actualitzada sobre les tendències generals en aspectes clau per entendre el funcionament del sector de la comunicació: les aliances i estratègies de les indústries, els continguts i el consum.

- ofereix eines a l'alumnat per definir i justificar de manera completa qualsevol objecte d'estudi, així com també informació actualitzada sobre les principals fonts d'informació i documentació.

- actua com a presentació dels mòduls 3-4 i 5-6, on es desenvolupen en profunditat els aspectes aquí tractats.

Competències

- Analitzar críticament les teories i els models analítics de la comunicació audiovisual i publicitària.
- Aplicar models validats d'anàlisi de continguts, d'avaluació de polítiques, d'estudis de recepció i d'anàlisi d'indústries del sector audiovisual i publicitari.
- Demostrar una actitud desperta, innovadora i analítica en relació amb els interrogants d'investigació

- Desenvolupar la capacitat d'avaluar les desigualtats per raó de sexe i gènere, per dissenyar solucions.
- 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 d'analitzar 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'anàlisi 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. Reconèixer el paper dels mitjans, les produccions audiovisuals i la publicitat en la construcció de les relacions de gènere i de la identitat sexual i de gènere.
14. 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

Aliances i estratègies del sector industrial de l'àrea de la comunicació

- De la convergència tecnològica a la plataformització i l'economia de l'atenció
- La crisi de la perspectiva mediocentrista o el nou paper dels mitjans tradicionals: locals, nacionals, supranacionals i globals
- L'aparició de nous agents comunicatius: creació de continguts, professionalització i monetització
- Indústries, plataformes i geopolítica

Tendències en la creació i distribució de continguts audiovisuals i publicitaris

- La irrupció de la IA
- Tendències sobre continguts emergents (audiovisuals i publicitaris)
- Tendències al voltant del format vídeo (tiktokització)
- Tendències en les produccions sonores (podcast)
- Reflexió crítica sobre els continguts disponibles en entorns digitals des de la perspectiva de gènere
- Anàlisi de casos

L'estudi de les audiències i el seu consum

- L'opinió pública en el context digital
- Els algoritmes com a gestors culturals: biaixos i polarització
- Els eixos de debat emergents en l'estudi de les audiències: compromís, activisme i vulnerabilitats
- Reflexió crítica sobre les tendències en el consum

Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes teòriques	50	2	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13
Estudis de cas	20	0,8	1, 2, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 13
Tipus: Supervisades			
Seminaris	30	1,2	1, 2, 5, 6, 10, 13
Tipus: Autònomes			
Estudi i realització de treballs	114	4,56	1, 2, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 12, 13, 14

El pla d'estudis d'aquest mòdul (9 crèdits ECTS) atribueix un total de 214 hores de càrrega per a l'alumnat distribuïdes de la següent manera: 110 hores de treball autònom, 84 hores dirigides i 20 hores supervisades. Les metodologies docents inclouen classes magistrals, estudis de cas, seminaris, lectures de material bibliogràfic, estudi personal, tutories, realització i presentació oral de treballs escrits.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació i estarà també disponible al Campus Virtual, on l'alumnat podrà trobar els diversos materials docents i tota la informació necessària per l'adequat seguiment. En cas de canvi de modalitat docent per motius de força major segons les autoritats competents, el professorat informará dels canvis que es produiran en la programació i en les metodologies docents.

El contingut de l'assignatura serà sensible als aspectes relacionats amb la perspectiva de gènere i amb l'ús del llenguatge inclusiu.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, perquè els alumnes completin les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Defensa oral del pre-projecte	10%	4	0,16	1, 2, 9, 10, 11, 12, 14
Estudis de cas	20%	5	0,2	13
Participació seminaris	10%	2	0,08	1, 2, 3, 7, 9, 11, 12, 13, 14
Realització del pre-projecte d'investigació	60%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 14

El sistema d'avaluació correspon en un 60% a la realització d'un treball final de mòdul, un 10% a la defensa oral d'aquest treball, un 10% a l'assistència i participació en seminaris, i un 20%, a la participació activa en el desenvolupament d'estudis de cas.

Aquesta assignatura/mòdul no preveu el sistema d'avaluació única.

RECUPERACIÓ

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats, el pes de les quals sigui d'un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura, sent obligatòria la realització del pre-projecte d'investigació. Si no es realitza un mínim de 2/3 parts, la nota final serà "No evaluable".

En cas de precisar recuperació, es podrà repetir el pre-projecte d'investigació. La resta de tasques, en estar condicionades pel desenvolupament de la classe i ser de caràcter participatiu, no poden recuperar-se.

IA

Per a aquesta assignatura, es permet l'ús de tecnologies d'Intel·ligència Artificial (IA) exclusivament en cerca bibliogràfica o d'informació, la correcció de textos o les traduccions. L'alumnat haurà d'identificar clarament quines parts han estat generades amb aquesta tecnologia, especificar les eines emprades i incloure una reflexió crítica sobre com aquestes han influït en el procés i el resultat final de l'activitat. La no transparència de l'ús de la IA en aquesta activitat avaluable es considerarà falta d'honestedat acadèmica i pot comportar una penalització parcial o total en la nota de l'activitat, o sancions majors en casos de gravetat.

PLAGI

En cas que estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a un variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació, la qualificació final del mòdul serà 0.

Bibliografia

Bibliografía:

- Balló, Jordi y Oliva, Mercç (2024) La imagen incesante. Anatomía de los formatos audiovisuales. Anagrama
- Carrera, Pilar (2025). La comunicación en el diván. Efectos políticos del imaginario digital. Cátedra
- Díaz Güell, Carlos (2024). Comunicación y empresa. Un binomio de éxito. Medio siglo de Comunicación Organizacional en España. Profit editorial
- Finn, Ed. (2018). La búsqueda del algoritmo. Imaginación en la era de la informática. Alpha Decay
- Franco, Marta G. (2024). Las redes son nuestras. Consonni
- García Jiménez, Leonarda; Torrado-Morales, Susana; Sánchez-Soriano, Juan José (2021): Pensar la comunicación desde las periferias. Comunicación social.
- González Fernández, Karen (2025). Inteligencia Artificial. Enfoques multidisciplinares. EUNSA.

- Pano Alemán, Ana (2024). La comunicación digital en español. Enfoques, métodos y perspectivas. Ediciones Complutense.
- Postigo Gómez, Inmaculada; Linares Sánchez, Malely (2024). Hacia la igualdad de géneros. Comunicación para el empoderamiento femenino. Editorial UOC

Informes:

- Digital News Report 2025 (Reuters Institute)
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2025>

Altres:

- Portal de la Comunicació <https://incom.uab.cat/portalcom/>

Programari

Word, Excel

Grups i idiomes de l'assignatura

La informació proporcionada és provisional fins al 30 de novembre de 2025. A partir d'aquesta data, podreu consultar l'idioma de cada grup a través daquest [enllaç](#). Per accedir a la informació, caldrà introduir el CODI de l'assignatura

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(TEm) Teoria (màster)	10	Espanyol	primer quadrimestre	matí-mixt