

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	43286
Nom	Anàlisi de formats mediàtics
Cicle	Màster
Crèdits ECTS	5.0
Curs acadèmic	2024 - 2025

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
2253 - M.U. en Continguts i Formats Audiovisuals	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	1	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
2149 - M.U. en Continguts i Formats Audiovisuals (2012)	4 - Anàlisi de formats mediàtics	Obligatòria
2253 - M.U. en Continguts i Formats Audiovisuals	4 - Anàlisi de formats mediàtics	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
GAMIR RIOS, JOSE VICENTE	340 - Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació

RESUM

La coexistència dels mitjans de comunicació tradicionals amb els nous mitjans digitals sorgits arran de la popularització i generalització de l'accés a Internet ha consolidat en l'última dècada un sistema mediàtic híbrid en el qual l'oferta s'ha multiplicat, la qual cosa ha fragmentat les audiències i potenciat el consum transmèdia. El model de comunicació horitzontal generat pels nous mitjans, entre els quals es troben tant els mitjans periodístics digitals com les plataformes de continguts i les pròpies xarxes socials, no sols ha permès el trànsit cap a un estadi d'autocomunicació de masses, en el qual la ciutadania digitalment alfabetitzada pot convertir-se en productora d'informació, sinó que també ha obligat les indústries culturals i creatives a buscar nous perfils d'usuaris per a continuar exercint un rol rellevant en l'esfera pública. L'adaptació a la lògica dels nous mitjans, l'aprofitament de les seves característiques estructurals i narratives, i l'adequació a les noves formes d'ús ha comportat canvis en les maneres de produir continguts i en les maneres de consumir-los. Encara que el sistema televisiu continua sent un referent quant a la producció audiovisual, la proliferació de pantalles i plataformes d'agregació de continguts



obliga a posar especial atenció a les noves maneres de narrar.

En aquesta assignatura analitza les narracions transmèdia desenvolupades en nous mitjans com les plataformes OTT (over the top) i de continguts VOD (vídeo on demand); el podcasting i videopodcasting; les xarxes socials de vídeos curts; i plataformes de gaming i live streaming. A més, atorga a l'alumnat claus per al desenvolupament transmèdia de projectes propis.

CONEIXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

Els coneixements previs necessaris per a seguir l'assignatura amb normalitat hauran sigut introduïts ja amb anterioritat al màster.

2149 - M.U. en Continguts i Formats Audiovisuals (2012)

- Que els estudiants siguin capaços d'integrar coneixements i afrontar la complexitat de formular judicis a partir d'una informació que, sent incompleta o limitada, incloga reflexions sobre les responsabilitats socials i ètiques vinculades a l'aplicació dels seus coneixements i judicis.
- Posseir i comprendre coneixements que aportin una base o oportunitat de ser originals en el desenvolupament i / o aplicació d'idees, sovint en un context de recerca.
- Analitzar i interpretar els nous llenguatges mediàtics associats a la multidifusió digital.
- Conèixer els projectes i estudis de busca de noves tendències creatives de formats i continguts audiovisuals, en la producció i el consum, dins del procés de convergència mediàtica de l'era digital.
- Administrar les destreses adquirides en la projecció i construcció d'un disseny curricular coherent.
- Analitzar les tendències de consum i els estudis de mercat de continguts audiovisuals en les indústries mediàtiques.
- Interpretar l'estructura de l'empresa audiovisual, la dinàmica del mercat i la naturalesa dels diferents productes audiovisuals en els fluxos mediàtics emergents.

L'assignatura pretén la consecució dels resultats d'aprenentatge previstos en la memòria de verificació del postgrau.

Aquesta matèria estableix una aproximació a la teoria i pràctica de l'anàlisi textual en la seua doble vessant: a) l'objecte audiovisual (els estudis dels modes d'articulació, tipologies d'estructura, models retòrics d'organització dels continguts, etc.) i b) els efectes de sentit produïts per l'artefacte audiovisual en l'imaginari social (maneres de persuasió, etc.). Així mateix, s'aborda l'estudi de l'evolució dels formats televisius i audiovisuals en els últims temps, així com les darreres tendències, parant una especial atenció als formats interactius i al procés de transmediació.



Concretament, l'estudiantat adquirirà:

- Les competències adequades pel que fa als continguts teòrics relacionats amb: els llenguatges mediàtics utilitzats en el flux comunicatiu de la societat de la informació.
- Coneixement dels estudis de mercat i anàlisi de consum de les indústries mediàtiques.
- Competència per a exercir la docència i el desenvolupament.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. L'objecte audiovisual.

Estudi de l'evolució i de les característiques actuals de la comunicació digital i mediàtica, així com dels discursos televisiu i radiofònic i de la seva programació: dels inicis d'Internet a la web 3.0; del sistema mediàtic tradicional al sistema mediàtic híbrid; de televisió i la ràdio de flux a la hipertelevisió i el podcasting; de la comunicació de masses a l'autocomunicació de masses. Caracterització del nou escenari comunicatiu. Anàlisi de les tendències actuals d'ús i consum de mitjans de comunicació tradicionals i digitals, especialment de naturalesa audiovisual.

2. Tipologies de construcció audiovisual: formats digitals.

Anàlisi dels models comunicatius i de les característiques estructurals dels espais digitals de creació i/o distribució de continguts audiovisuals: plataformes OTT (over the top) i continguts VOD (vídeo on demand); podcasting i videopodcasting; xarxes socials de vídeos curts; plataformes de gaming i live streaming.

3. Relats sincrònics i asincrònics.

Determinació de les característiques narratives facilitades pels espais digitals de creació i/o distribució de continguts audiovisuals. Aproximació diferencial als conceptes de narracions contínues vs. discontinúes, relats síncrons vs. asíncrons, adaptació vs. crossmedia vs. transmèdia. Principis i estructures de les narratives transmèdia.

4. Del flux televisiu a la participació: interactivitat, engagement i cultura fan.

Anàlisi de les implicacions de les característiques estructurals i narratives dels nous espais digitals de creació i/o distribució de continguts audiovisuals: del flux televisiu i radiofònic programat a la participació, la interacció i la lògica algorítmica de l'engagement; de la marginalització de la cultura fan al seu paper expansor i cocreador d'universos narratius transmèdia. Prosumidors i nou perfil d'usuaris.

**5. Transmediació i plataformes digitals de difusió.**

Definició dels principals elements i estratègies per al desenvolupament de projectes transmèdia. Anàlisi d'exemples de desenvolupaments transmèdia i elaboració d'un projecte propi.

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Pràctiques en laboratori	50,00	100
Elaboració de treballs en grup	10,00	0
Estudi i treball autònom	30,00	0
Preparació d'activitats d'avaluació	3,00	0
Preparació de classes de teoria	25,00	0
Resolució de casos pràctics	7,00	0
TOTAL	125,00	

METODOLOGIA DOCENT**DOCÈNCIA PRESENCIAL**

La docència presencial es desenvoluparà en sessions de quatre hores de duració que combinaran les següents metodologies:

- Classes teòriques: lliçó magistral participativa.
- Discussió d'articles (lectures).
- Debat o discussió dirigida.
- Conferències d'experts.

De manera habitual, les sessions es dividiran en dues parts: la primera consistirà en l'exposició transversal dels continguts per part del professorat; la segona es dedicarà a l'anàlisi d'un cas, a la discussió de materials o a la preparació tutoritzada del treball individual de l'assignatura. En funció del nombre de persones matriculades, la participació en les anàlisis de casos i en la discussió de materials es desenvoluparà de manera individual o a través de portaveus de grups, que abans de finalitzar la sessió hauran de pujar una fitxa a l'aula virtual a mode de memòria de l'activitat realitzada. La preparació del projecte de l'assignatura serà sempre individual. A més, diverses sessions del curs seran conduïdes per experts externs que ampliaran alguns aspectes del temari des de la seua experiència professional i investigadora.

TREBALL NO PRESENCIAL



El treball no presencial es desenvoluparà mitjançant la lectura de textos de referència proposats pel professorat; la preparació de les anàlisis de casos i les discussions de materials; i la realització del treball d'avaluació de l'assignatura, de manera tutoritzada.

AVALUACIÓ

El sistema general de qualificacions seguirà el Reglament d'avaluació i qualificació de la Universitat de València per a títols de grau i màster, aprovat pel Consell de Govern el 30 de maig de 2017 (ACGUV 108/2017).

L'avaluació constarà de tres blocs:

- 1) Treball individual (80%). Anàlisi de la dimensió transmèdia d'un format audiovisual o desenvolupament del contingut transmèdia d'un projecte propi. El lliurament es realitzarà el dilluns de la setmana anterior a la finalització del període oficial d'exàmens de la convocatòria a la qual opte l'alumnat.
- 2) Avaluació contínua (10%). Lliurament d'una síntesi-resumeixen de 600-700 dels continguts desenvolupats per cada experts externs en les seues masterclass.
- 3) Assistència i participació (10%). Participació de l'alumnat en les anàlisis de casos plantejats pel professorat, que es constatarà mitjançant les fitxes entregades a manera de memòria al final de les sessions.

OBSERVACIONS:

- L'assistència a classe és obligatòria.
- Els treballs han d'entregar-se a través de l'aula virtual. No es corregiran documents entregats per altres vies.
- Els problemes d'ortografia, sintaxi i/o expressió escrita puntuaran negativament, podent comportar el suspens de la prova.
- En el cas de comprovar-se plagi en un treball d'avaluació d'un estudiant, aquest es podrà puntuar amb la qualificació numèrica de zero, amb independència del procediment disciplinari que es puga incoar i, si escau, de la sanció que siga procedent d'acord amb la legislació vigent.

REFERÈNCIES

Bàsiques

- Acuña, F. & Calogueria, A. (2012). Guía para la producción y distribución de contenidos transmedia. Santiago de Chile: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Francés, M. [coord.] (2009). Hacia un nuevo modelo televisivo. Barcelona: Gedisa.



- Francés, M. & Orozco, G. [coords.]. (2017). La televisión de proximidad en el entorno transmedia. Madrid: Síntesis.
- Harvey, C. (2015). Fantastic transmedia. Londres: Palgrave Macmillan.
- Jenkins, H. (2013) . Spreadable media: creating value and meaning in a networked culture. Nueva York: New York University Press.
- Jenkins, H.; Ford, S. & Green, J. [coords.]. (2015). Cultura transmedia: la creación de contenido y valor en una cultura. Barcelona: Gedisa.
- Landow, G. P. (2009). Hipertexto 3.0. Barcelona: Paidós.
- Lanier, J. (2011). Contra el rebaño digital. Barcelona: Debate.
- Pratten, R. (2015). Getting started with transmedia storytelling. A practical guide for beginners. Autoedición: Robert Pratten.
- Rheingold, H. (1996). La comunidad virtual. Barcelona: Gedisa.
- Torrado, S.; Ródenas, G. & Ferreras, J. G. [eds.]. (2017). Territorios transmedia y narrativas audiovisuales. Barcelona: UOC.
- Schachtner, C. (2020). The Narrative Subject: Storytelling in the Age of the Internet. Cham: Springer International Publishing AG.
- Scolari C. (2013). Narrativas transmedia. Madrid: Deusto.

Complementàries

- García García, F. & Rajas, M. [coords.]. (2011): Narrativas audiovisuales: mediación y convergencia. Madrid: Icono 14.
- Genette, G. (1989): Figuras III. Barcelona: Editorial Lumen.
- Gifreu, A. (2013a). Pioneros de la tecnología digital. Ideas visionarias del mundo tecnológico actual. Barcelona: UOC.
- Gifreu, A. (2013b). El documental interactivo: evolución, caracterización y perspectivas de desarrollo. Barcelona: UOC:
- Lawson, J. H. (2014). Theory and technique of playwriting. Nueva York: G.P. Putnams Sons.
- Lee, J. R. (2020). Deconstructing LEGO: The Medium and Messages of LEGO Play. Cham: Springer International Publishing AG.
- Nardi, D. J. & Sweet, D. R. (2020). The Transmedia Franchise of Star Wars TV. Cham: Springer International Publishing AG.
- Niqui, C (2014): Los primeros 20 años de contenidos audiovisuales en Internet, Barcelona, UOC.
- Oren, T. & Shahaf, S. [eds.] (2012). Global Television Formats: Understanding Television Across Borders. New York: Routledge.



- Propp, V. (2011). Morfología del cuento. Madrid: Fundamentos.
- Rincón, O. (2006). Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2018). Las leyes de la interfaz. Barcelona: Gedisa.

ESBORRANY