



FICHA IDENTIFICATIVA

Datos de la Asignatura

Código	43286
Nombre	Análisis de formatos mediáticos
Ciclo	Máster
Créditos ECTS	5.0
Curso académico	2023 - 2024

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2149 - M.U. en Contenidos y Formatos Audiovisuales 12-V.2	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	1	Primer cuatrimestre
2253 - M.U. en Contenidos y Formatos Audiovisuales	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	1	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
2149 - M.U. en Contenidos y Formatos Audiovisuales 12-V.2	4 - Análisis de formatos mediáticos	Obligatoria
2253 - M.U. en Contenidos y Formatos Audiovisuales	4 - Análisis de formatos mediáticos	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
GAMIR RIOS, JOSE VICENTE	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

La coexistencia de los medios de comunicación tradicionales con los nuevos medios digitales surgidos a raíz de la popularización y generalización del acceso a Internet ha consolidado en la última década un sistema mediático híbrido en el que la oferta se ha multiplicado, lo que ha fragmentado las audiencias y potenciado el consumo transmedia. El modelo de comunicación horizontal generado por los nuevos medios, entre los que se encuentran tanto los medios periodísticos digitales como las plataformas de contenidos y las propias redes sociales, no solo ha permitido el tránsito hacia un estadio de autocomunicación de masas, en el que la ciudadanía digitalmente alfabetizada puede convertirse en productora de información, sino que también ha obligado a las industrias culturales y creativas a buscar nuevos perfiles de usuarios para continuar desempeñando un rol relevante en la esfera pública. La adaptación a la lógica de los nuevos medios, el aprovechamiento de sus características estructurales y



narrativas, y la adecuación a las nuevas formas de uso ha comportado cambios en los modos de producir contenidos y en las maneras de consumirlos. Aunque el sistema televisivo continúa siendo un referente en cuanto a la producción audiovisual, la proliferación de pantallas y plataformas de agregación de contenidos obliga a poner especial atención a las nuevas maneras de narrar.

En esta asignatura analiza las narraciones transmedia desarrolladas en nuevos medios como las plataformas *OTT (over the top)* y de contenidos *VOD (video on demand)*; el *podcasting* y *videopodcasting*; las redes sociales de vídeos cortos; y plataformas de *gaming* y *live streaming*. Además, otorga al alumnado claves para el desarrollo transmedia de proyectos propios.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

Los conocimientos previos necesarios para seguir la asignatura con normalidad habrán sido introducidos ya con anterioridad al máster.

COMPETENCIAS

2149 - M.U. en Contenidos y Formatos Audiovisuales 12-V.2

- Que los/las estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base u oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Analizar e interpretar los nuevos lenguajes mediáticos asociados a la multidifusión digital.
- Conocer los proyectos y estudios de búsqueda de nuevas tendencias creativas de formatos y contenidos audiovisuales, en la producción y el consumo, dentro del proceso de convergencia mediática de la era digital.
- Administrar las destrezas adquiridas en la proyección y construcción de un diseño curricular coherente.
- Analizar las tendencias de consumo y los estudios de mercado de contenidos audiovisuales en las industrias mediáticas.
- Interpretar la estructura de la empresa audiovisual, la dinámica del mercado y la naturaleza de los diferentes productos audiovisuales en los flujos mediáticos emergentes.



RESULTADOS DE APRENDIZAJE

La asignatura pretende la consecución de los resultados de aprendizaje previstos en la memoria de verificación del postgrado.

Esta materia establece una aproximación a la teoría y práctica del análisis textual en su doble vertiente: a) el objeto audiovisual (estudios de los modos de articulación, tipologías de estructura, modelos retóricos de organización de los contenidos, etc.) y b) los efectos de sentido producidos por el artefacto audiovisual en el imaginario social (modos de persuasión, etc.). Asimismo, se aborda el estudio de la evolución de los formatos televisivos y audiovisuales en los últimos tiempos, así como las últimas tendencias, prestando una especial atención a los formatos interactivos y al proceso de transmediación.

Concretamente, el estudiantado adquirirá:

- Las competencias adecuadas respecto a los contenidos teóricos relacionados con: los lenguajes mediáticos utilizados en flujo comunicativo de la sociedad de la información.
- Estudios de mercado y análisis de consumo de las industrias mediáticas.
- Competencia para ejercer la docencia y el desarrollo.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. El objeto audiovisual.

Estudio de la evolución y de las características actuales de la comunicación digital y mediática, así como de los discursos televisivo y radiofónico y de su programación: de los inicios de Internet a la web 3.0; del sistema mediático tradicional al sistema mediático híbrido; de televisión y la radio de flujo a la hipertelevisión y el podcasting; de la comunicación de masas a la autocomunicación de masas. Caracterización del nuevo escenario comunicativo. Análisis de las tendencias actuales de uso y consumo de medios de comunicación tradicionales y digitales, especialmente de naturaleza audiovisual.

2. Tipologías de construcción audiovisual: formatos digitales.

Análisis de los modelos comunicativos y de las características estructurales de los espacios digitales de creación y/o distribución de contenidos audiovisuales: plataformas OTT (over the top) y contenidos VOD (video on demand); podcasting y videopodcasting; redes sociales de vídeos cortos; plataformas de gaming y live streaming.

3. Relatos sincrónicos y asincrónicos.

Determinación de las características narrativas facilitadas por los espacios digitales de creación y/o distribución de contenidos audiovisuales. Aproximación diferencial a los conceptos de narraciones continuas vs. discontinuas, relatos síncronos vs. asíncronos, adaptación vs. crossmedia vs. transmedia. Principios y estructuras de las narrativas transmedia.

**4. Del flujo televisivo a la participación: interactividad, engagement y cultura fan.**

Análisis de las implicaciones de las características estructurales y narrativas de los nuevos espacios digitales de creación y/o distribución de contenidos audiovisuales: del flujo televisivo y radiofónico programado a la participación, la interacción y la lógica algorítmica del engagement; de la marginalización de la cultura fan a su papel «expansor» y «cocreador» de universos narrativos transmedia. Prosumidores y nuevo perfil de usuarios.

5. Transmediación y plataformas digitales de difusión.

Definición de los principales elementos y estrategias para el desarrollo de proyectos transmedia. Análisis de ejemplos de desarrollos transmedia y elaboración de un proyecto propio.

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Prácticas en laboratorio	50,00	100
Elaboración de trabajos en grupo	10,00	0
Estudio y trabajo autónomo	30,00	0
Preparación de actividades de evaluación	3,00	0
Preparación de clases de teoría	25,00	0
Resolución de casos prácticos	7,00	0
TOTAL	125,00	

METODOLOGÍA DOCENTE**DOCENCIA PRESENCIAL**

La docencia presencial se desarrollará en sesiones de cuatro horas de duración que combinarán las siguientes metodologías:

- Clases teóricas: lección magistral participativa.
- Discusión de artículos (lecturas).
- Debate o discusión dirigida.
- Conferencias de expertos.

De manera habitual, las sesiones se dividirán en dos partes: la primera consistirá en la exposición transversal de los contenidos por parte del profesorado; la segunda se dedicará al análisis de un caso, a la discusión de materiales o a la preparación tutorizada del trabajo individual de la asignatura. En función del número de personas matriculadas, la participación en los análisis de casos y en la discusión de materiales se desarrollará de manera individual o a través de portavoces de grupos, que antes de finalizar la sesión tendrán que subir una ficha al aula virtual a modo de memoria de la actividad realizada. La



preparación del proyecto de la asignatura será siempre individual. Además, diversas sesiones del curso serán conducidas por expertos externos que ampliarán algunos aspectos del temario desde su experiencia profesional e investigadora.

TRABAJO NO PRESENCIAL

El trabajo no presencial se desarrollará mediante la lectura de textos de referencia propuestos por el profesorado; la preparación de los análisis de casos y las discusiones de materiales; y la realización del trabajo de evaluación de la asignatura, de manera tutorizada.

EVALUACIÓN

El sistema general de calificaciones seguirá el Reglamento de evaluación y calificación de la Universitat de València para títulos de grado y máster, aprobado por el Consell de Govern el 30 de mayo de 2017 (ACGUV 108/2017).

La evaluación constará de tres bloques:

- 1) Trabajo individual (80%). Análisis de la dimensión transmedia de un formato audiovisual o desarrollo del contenido transmedia de un proyecto propio. La entrega se realizará el lunes de la semana anterior a la finalización del periodo oficial de exámenes de la convocatoria a la que opte el alumnado.
- 2) Evaluación continua (10%). Entrega de una síntesis-resumen de 600-700 de los contenidos desarrollados por cada expertos externos en sus *masterclasses*.
- 3) Asistencia y participación (10%). Participación del alumnado en los análisis de casos planteados por el profesorado, que se constatará mediante las fichas entregadas a modo de memoria al final de las sesiones.

OBSERVACIONES:

- La asistencia a clase es obligatoria.
- Los trabajos deben entregarse a través del aula virtual. No se corregirán documentos entregados por otras vías.
- Los problemas de ortografía, sintaxis y/o expresión escrita puntuarán negativamente, pudiendo conllevar el suspenso de la prueba.
- En el caso de comprobarse plagio en un trabajo de evaluación de un estudiante, este se podrá puntuar con la calificación numérica de cero, con independencia del procedimiento disciplinario que se pueda incoar y, si procede, de la sanción que sea procedente de acuerdo con la legislación vigente.

REFERENCIAS



Básicas

- Acuña, F. & Caloguerea, 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.

Complementarias

- 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.