

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

Codi	43286
Nom	Anàlisi de formats mediàtics
Cicle	Màster
Crèdits ECTS	5.0
Curs acadèmic	2022 - 2023

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
2149 - M.U. en Continguts i Formats Audiovisuals (2012)	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	1	Primer quadrimestre
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
LLORCA ABAD, GERMAN	340 - Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació

RESUM

Als darrers 10 anys s'ha donat una transformació profunda del panorama de la comunicació audiovisual. Això ha comportat canvis en les maneres de produir continguts i en les maneres de consumir-los. Tot i que el sistema televisiu continua sent un rerefent pel que fa a la producció audiovisual, la proliferació de pantalles i plataformes d'agregació de continguts ens obliguen a parar una especial atenció a les noves maneres de contar. A aquesta assignatura analitzem la importància que han guanyat la interactivitat, la creació de continguts transmediats i els canvis a la comunicació digital a l'hora de pensar els nous formats audiovisuals.



CONEXEMENTS 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.

COMPETÈNCIES (RD 1393/2007) // RESULTATS DE L'APRENTATGE (RD 822/2021)

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

- Que els estudiants siguen 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.

RESULTATS D'APRENTATGE (RD 1393/2007) // SENSE CONTINGUT (RD 822/2021)

Els resultats d'aprenentatge d'aquesta assignatura són els que s'han previst a la memòria oficial de Verificació d'aquest 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. En concret, 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

Explicació de continguts del tema 1. Establiment de les característiques del paradigma de la comunicació digital. Definició de les característiques dels nous emissors i receptors en els processos de consum audiovisual. Anàlisi d'exemples emblemàtics. L'objectiu és proporcionar a l'alumnat les claus del context comunicatiu dels nous formats audiovisuals.

2. Tipologies de construcció audiovisual: formats digitals

Explicació de continguts del tema 2. Definició del procés de transició dels últims anys. De la posta per la hibridació a les tendències en producció i consum de formats. Proposta per a una tipologia de formats. Anàlisi d'exemples emblemàtics. L'objectiu és proporcionar a l'alumnat elements de contrast entre els formats audiovisuals convencionals i els que incorporen característiques de la e-comunicació.

3. Relats sincrònics i asincrònics

Explicació de continguts del tema 3. Definició de les característiques pròpies dels relats sincrònics i els relats asincrònics. Primera aproximació al concepte de transmèdia. Anàlisi d'exemples de transmediació. L'objectiu és que l'alumnat aprenga a diferenciar els elements de construcció narrativa d'un contingut adaptat al nou context i que vincule els conceptes d'interactivitat i transmedialitat.

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

Explicació de continguts del tema 4. La unitat aprofundeix en els conceptes d'interactivitat i transmedialitat. S'estudien amb detall els fenòmens de l'engagement, participació col·laborativa i cultura fan. L'objectiu és definir els conceptes clau d'un format transmediat.

5. Transmediació i plataformes digitals de difusió

Explicació de continguts del tema 5. Es defineix què és una estratègia de transmediació narrativa davant les estratègies promocionals i es vinculen a la nova realitat del consum multiplataforma de continguts. L'objectiu és consolidar conceptualment les claus desenvolupades en el mòdul.

**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

Els continguts de l'assignatura s'introdueixen partint dels coneixements previs que ha adquirit l'alumnat als mòduls previs. Els i les estudiants hauran de participar de manera activa en el desenvolupament de l'aprenentatge. Pel que fa a les hores presencials, l'assignatura s'estructura en sessions de 3 hores de duració per a les classes de teoria i de 4 hores per a les sessions amb experts. En cadascuna de les sessions, el professor introduirà els conceptes que siguin nous, posarà a disposició dels estudiants el material de treball que considere i donarà les instruccions escaients per a fer treballs i planificar el desenvolupament de l'assignatura.

La classe serà participativa i el professor interpel·larà constantment els alumnes perquè hi prenguen part activa de les discussions plantejades. A més de les instruccions directes del professor, es recomana que l'alumne actue pel seu compte els següents punts:

- selecció i treball amb fonts documentals diverses
- cooperació amb els companys i companyes
- treball i ampliació de les lectures suggerides o proporcionades
- observació analítica / crítica dels formats audiovisuals

El professor es compromet a seguir ajudant i orientar l'alumne una vegada s'acabe la classe, mitjançant tutories personalitzades, tutories a través del correu electrònic, aula virtual, o sala virtual en Blackboard Collaborate. Pel que fa a les hores no presencials, es recomana de forma genèrica

- l'estudi i preparació de les classes teòric-pràctiques
- la preparació i realització dels treballs pràctics
- la preparació i realització del treball d'avaluació final

AVALUACIÓ



L'assignatura se supera obtenint una nota ponderada a partir de tres sistemes d'avaluació:

- 1) Elaboració d'un treball individual d'anàlisi de la dimensió transmediada d'un format audiovisual. Excepcionalment i de forma pactada amb el professor, l'estudiant podrà proposar com a alternativa el desenvolupament del contingut transmediat d'un projecte propi. El treball puntua sobre un 80% de la nota final.
- 2) Avaluació contínua: lliurament d'una síntesi-resum dels continguts desenvolupats pels experts a les seues masterclass. El treball puntua sobre un 10% de la nota final.
- 3) Assistència i participació a classe. El treball puntua sobre un 10% de la nota final.

Críteris de correcció:

- 1) Es demanarà la correcta aplicació en el treball dels conceptes associats a la transmediació de continguts: nau nodrissa, satèl·lits, pla d'expansió transmèdia, etc. Es demanarà la correcta aplicació de la plantilla d'anàlisi facilitada als estudiants.
- 2) Es demanaran 600/700 paraules per resum.
- 3) Assistència al 100% de les classes i participació regular en les discussions de classe.

Data d'examen:

L'avaluació del mòdul no preveu la realització d'un examen. De forma orientativa, i en funció dels condicionants del calendari acadèmic, tots els treballs s'hauran de lliurar abans del 20 de gener per a poder ser puntuats en la 1^a. Convocatòria d'avaluació.

REFERÈNCIES

Bàsiques

- 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.
- Nardi, D. J. & Sweet, D. R. (2020). The Transmedia Franchise of Star Wars TV. Cham: Springer International Publishing AG.

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.
- 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.