

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Públicos y Audiencias
Código	E000006221
Título	Grado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Grado en Comunicación Audiovisual [Cuarto Curso] Grado en Periodismo y Grado en Comunicación Audiovisual [Quinto Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Obligatoria (Grado)
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Responsable	Ignacio Bergillos García
Horario	Lunes (11.00 - 13.00) y martes (09.00 - 10.00)
Horario de tutorías	Se confirmarán durante la primera semana de clase. También se pueden solicitar tutorías personales por email.
Descriptor	Asignatura obligatoria perteneciente al Módulo de Industrias Culturales y Estructura del Sistema Audiovisual que se aproxima a los principales debates surgidos en torno al concepto de audiencia y su estudio desde la teoría de los medios de comunicación. Una vez establecido el marco teórico, se hará un análisis de consumo de contenidos y -desde ese prisma- se explorará la evolución del negocio cinematográfico en el seno de la industria del entretenimiento, así como el funcionamiento del sistema televisivo y sus perspectivas de evolución. Las materias que componen el módulo de Industrias Culturales y Estructura del Sistema Audiovisual están relacionadas con la economía y la gestión de las industrias culturales y del entretenimiento y tienen como objetivo principal el conocimiento de las tendencias y características del mercado audiovisual. En esta asignatura se centrará la atención en las transformaciones sociales, económicas y tecnológicas que han resultado en nuevas prácticas de consu

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Ignacio Bergillos García
Departamento / Área	Departamento de Ciencias de la Comunicación
Despacho	Antiguo control de realización - junto al plató
Correo electrónico	ibergillos@comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación
Aunque la asignatura de Públicos y Audiencias es importante para cualquiera de los cuatro perfiles profesionales básicos descritos en el Libro Blanco del Grado en Comunicación Audiovisual, los alumnos interesados en el mundo de la producción y en la investigación en

comunicación encontrarán en este curso contenidos y metodologías de trabajo de gran valor para su formación profesional.

Concretamente, la asignatura de Públicos y Audiencias permitirá a los estudiantes conocer algunas de las claves económicas y políticas de la comunicación. También podrán realizar una aproximación a los cambiantes hábitos de recepción y consumo de contenidos mediáticos desde diferentes perspectivas teóricas. No solo se analizarán las tradiciones de estudio más relevantes en relación a los conceptos de públicos y audiencias, sino que también se estudiará su rol en el negocio del entretenimiento y su lógica en las distintas industrias culturales.

Prerrequisitos

No se exigen conocimientos previos necesarios ni tampoco el haber cursado una asignatura anterior. Sin embargo, se entiende que en el tercer curso de un grado universitario el alumno es capaz de utilizar la lengua castellana con fluidez y que domina su gramática y ortografía.

También se presupone la capacidad del estudiante de entender textos escritos en inglés, así como un interés por la actualidad de la industria audiovisual y un conocimiento básico de los principales agentes implicados en su desarrollo.

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG05	Conocer las estructuras y políticas de la comunicación
CG08	Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y consumo
CG13	Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional

TRANSVERSALES

CT04	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes para emitir juicios fundamentados científicamente
CT05	Identificar problemas y posibles soluciones y tomar decisiones para una solución eficaz
CT09	Saber buscar las claves interpretativas de cualquier fenómeno natural, social, económico, histórico y político

ESPECÍFICAS

CE06	Conocer las estructuras, contenidos y estilos de las industrias audiovisuales así como las distintas variables influyentes en su configuración y procesos
CE09	Ser capaz de definir temas de investigación o creación personal innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo de lenguajes audiovisuales o su interpretación.

Resultados de Aprendizaje

RA01	Conocer el estado de la producción audiovisual contemporánea y de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, etc.)
RA02	Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación de la Comunidad Autónoma y sus interrelaciones en el contexto español, europeo y mundial
RA04	Conocer el mercado audiovisual y las formas de promoción y explotación de los contenidos audiovisuales.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos
1. Introducción
¿Qué entendemos por audiencia?
Aproximación al concepto desde la teoría de la comunicación.
Conceptualización y definición de conceptos relacionados con el estudio de la audiencia: público, masa, consumo, ciudadanía, etc.
Problematización: retos y oportunidades del estudio de la audiencia en el actual ecosistema mediático.
¿Por qué es importante aproximarse a la audiencia?
Cuestiones económicas
Cuestiones socioculturales
Cuestiones políticas
Límites tecnológicos
Límites metodológicos
Aproximaciones teóricas
Tradiciones de estudio
Consideraciones metodológicas
Sesión bibliográfica
Estudios de recepción e investigación de audiencias en la actualidad: retos y oportunidades
2. Investigación de audiencias
Técnicas de medición
- Cine
- Prensa
- Radio
- Televisión
- Internet

- Otras

Sesión bibliográfica

3. Nuevos hábitos de consumo, nuevas técnicas de medición

Retos en la era digital y la cultura de la convergencia

Sesión bibliográfica

4. Estudios de audiencia y recepción

Conceptos clave y nuevas tendencias

Participación

Engagement

Actividad

Resistencia

Sesión bibliográfica

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Metodología Presencial: Actividades

Clases teóricas:

Exposición del temario. Desarrollo de los principales conceptos teóricos. Análisis de casos. Resolución de dudas.

Clases prácticas:

Ejercicios vinculados con el contenido teórico. Debates.

Seminarios, talleres y exposición de trabajos:

Actividades centradas en el alumno.

CG08, CT04, CT05, CT09,
CE06

CT04, CT05, CT09, CE09

Metodología No presencial: Actividades

- Estudio de la teoría
- Preparación de trabajos
- Preparación de actividad de evaluación

CG04, CG05, CG08,
CG13, CT04, CT05, CT09,
CE06, CE09

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES

Clases teóricas y clases prácticas

Seminarios, talleres y exposición de trabajos

45.00

15.00

HORAS NO PRESENCIALES

Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación

90.00

CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El uso de IA para crear trabajos completos o partes relevantes, sin citar la fuente o la herramienta o sin estar permitido expresamente en la descripción del trabajo, será considerado plagio y regulado conforme al Reglamento General de la Universidad.

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Examen teórico parcial durante el cuatrimestre	- Adecuación de las respuestas a la teoría estudiada. - Profundidad de las respuestas. - Concreción y corrección en la aplicación de conceptos teóricos. - Corrección lingüística. - En caso de suspender, se puede recuperar el contenido en el examen final de la asignatura.	20
Examen final de la asignatura	- Adecuación de las respuestas a la teoría estudiada. - Profundidad de las respuestas. - Concreción y corrección en la aplicación de conceptos teóricos. - Corrección lingüística. - Prueba recuperable en convocatoria extraordinaria.	20
Seminarios Preparación, presentación y debate de textos académicos sobre los distintos objetos de estudio tratados en la asignatura. Ejercicios online y en clase Pruebas vinculadas a lecturas obligatorias. Comentarios de texto. Debates en clase.	- Corrección en las respuestas - Aplicación de conceptos teóricos - Profundidad en las respuestas - Capacidad de síntesis y de puesta en común con los contenidos de la asignatura - Corrección lingüística - Los ejercicios en clase no son recuperables.	50
Participación e implicación en la clase: Atención e interés del alumno en las clases, así como participación en actividades, visitas, encuentros con	- No recuperable. - La asistencia a clase no se valora dentro de	

profesionales y proyecciones adscritas a la asignatura. También se tendrán en cuenta las aportaciones del alumnado a los debates y foros del Campus Virtual.

este sistema, pues es obligatoria y se da por hecha.

10

Calificaciones

Mínimos para aprobar:

Para aprobar la asignatura se deberán aprobar las dos partes principales de la evaluación (trabajo y examen final) y alcanzar un 5 en el cálculo final de todas las herramientas de evaluación.

Expresión oral y escrita

Por acuerdo del departamento de comunicación, una parte de la nota final de cada acción de evaluación se destinará a la valoración de la correcta expresión oral y escrita. Las faltas ortográficas y/o gramaticales se penalizarán restando un punto por falta hasta un máximo de tres puntos. En los exámenes se podrá valorar el número de faltas en relación al número total de palabras escritas: se considerará suspenso el examen que supere las siete faltas por cada cien palabras escritas.

Fechas de entrega

Se aceptarán entregas tardías de ejercicios y trabajos, pero por cada día de retraso se descontará medio punto de la nota final.

Normativa y asistencia a clase:

Se aconseja a todos los alumnos y alumnas que revisen la normativa académica con especial atención al capítulo IV, dedicado a la evaluación.

Se recuerda que la asistencia a clase es obligatoria. Según indica el artículo 15 de la normativa académica: 1. Se denomina escolaridad al proceso de evaluación continua del cual forma parte esencial la asistencia a clase. (RG, art. 93) 2. La asistencia a clase y a las actividades docentes presenciales, cuya comprobación corresponde a cada profesor, es obligatoria para todos los alumnos. La inasistencia comprobada e injustificada a más de un tercio de las horas lectivas impartidas en cada asignatura, puede tener como consecuencia la imposibilidad de presentarse a examen en la convocatoria ordinaria del mismo curso académico. En el supuesto de que se aplicara esta consecuencia, la pérdida de convocatoria se extenderá automáticamente a la convocatoria extraordinaria. A todos los efectos, se considerará pendiente de cumplimiento de la escolaridad obligatoria de la asignatura. Para que pueda hacerse efectiva la pérdida de convocatoria es necesario que, al comienzo del curso, se dé a conocer por escrito, en la guía docente, a los alumnos la norma establecida en el apartado anterior junto con el resto de las normas y régimen de desarrollo de la asignatura.

PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Ejercicios de debate	Semanalmente	Durante la clase
Examen parcial	Al finalizar la sexta semana	En clase tras su realización

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

Un dossier completo de la asignatura estará disponible tanto en copistería como en el Campus Virtual. Además, todos los artículos académicos y textos escogidos durante el curso también se considerarán parte de la bibliografía básica de la asignatura.

Bibliografía Complementaria

- Callejo, J. (2001): Investigar las audiencias. Barcelona:Paidós
- García Canclini, N. (2007): Lectores, espectadores e internautas. Barcelona:Gedisa
- Huertas, A. (2002): La audiencia investigada. Barcelona: Gedisa
- Igartua, J.J. (2003): Audiencias y medios de comunicación. Salamanca:Universidad de Salamanca
- Jauset, J. (2008): Les audiències a la televisió. Barcelona: UOC.
- Jenkins, H. (1992): Textual poachers. Television Fans & Participatory Culture. New York:Routledge.
- Martín-Barbero, J. (1987): De los medios a las mediaciones. México:Gustavo Gilli.
- Morley, D. (1996): Televisión, audiencias y estudios culturales. Buenos Aires:Amorrortu
- Nightingale, V. (1999): El estudio de las audiencias. El impacto de lo real. Barcelona: Paidós
- Orozco, G. (1996): Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Quintas-Froufe, N. y González-Neira, A. (2021): Los estudios de audiencia. De la tradición a la innovación. Barcelona: Gedisa.
- Vaca, R. (2009): El puzzle de la audiencia televisiva. Madrid:Ex libris

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

<https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792>