

Plan 486 MÁSTER EN INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN COMO AGENTE HISTÓRICO-SOCIAL

Asignatura 52333 NUEVOS FORMATOS AUDIOVISUALES

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

OPTATIVA.

Créditos ECTS

6 ECTS

Competencias que contribuye a desarrollar

PRESENTE EN LA GUÍA DOCENTE.

COMPETENCIAS GENERALES:

- G.1. Resolución de problemas y toma de decisiones
- G.2. Capacidad de análisis y síntesis
- G.3. Planificación y organización
- G.4. Comunicación oral y escrita de un trabajo científico
- G. 5. Utilización de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación
- G. 6. Gestión y búsqueda de la información
- G.7. Trabajo autónomo y en equipo
- G.8. Compromiso con la ética profesional
- G.9. Orientación a la calidad

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- E.1. Identificación de los temas y corrientes de investigación en las áreas de conocimiento implicadas en el título de Máster
- E.2. Conocer las metodologías de investigación en la las áreas de conocimiento implicadas
- E.3. Ser capaz de idear, planificar y ejecutar proyectos de investigación
- E.4. Capacidad para reflexionar
- E.5. Ser capaz de comunicar
- E.6. Ser capaz de localizar y gestionar fuentes, documentación y contenidos especializados
- E.7. La trascendencia de la labor investigadora y, por tanto, la responsabilidad que implica el desarrollo de una investigación
  - E.1.1 Capacidad de concebir, diseñar, poner en práctica y adoptar un proceso sustancial de investigación en el entorno de la influencia de los medios de comunicación social en la formación de la opinión pública y, por tanto, en el desarrollo de la historia.
  - E.1.2. Integrar conocimientos de las distintas áreas que conforman este itinerario y afrontar su complejidad. Ser capaces de formular juicios a partir de la información recopilada en temas relacionados con la comunicación, el ejercicio del periodismo, la evolución histórica, la formación de la opinión pública o los debates sociales que genera el mundo actual.
  - E.1.3 Desarrollar habilidades que les permitan continuar su aprendizaje de manera autodirigida o autónoma en el campo de la comunicación y de la historia, afrontando en la investigación el análisis de los mensajes informativos, culturales y divulgativos en los medios de comunicación social, las transformaciones sociales que se han ido produciendo a lo largo de la historia, la formación de la opinión pública, así como el examen de las tendencias comunicativas y sociales más novedosas.
- E2.1 Capacidad para diseñar procesos propios del ámbito de la comunicación, y en particular del lenguaje audiovisual, cine y televisión; definir sus objetivos y la metodología a utilizar, y llevarlo a la práctica obteniendo conclusiones de interés científico.
- E.2.2 Capacidad para entender y atender el lenguaje audiovisual como fuente histórica. Las formas de representación como portadoras de sentidos que forman parte ineludible de nuestra memoria.
- E.2.3. Conocimientos académicos avanzados dirigidos hacia la investigación audiovisual para desentrañar la red de contenidos, formas y campos semánticos que se encuentran inmersos en la Comunicación Contemporánea.

## Objetivos/Resultados de aprendizaje

PRESENTE EN LA GUÍA DOCENTE.

Objetivos generales:

- Proporcionar al alumno una formación avanzada, de carácter multidisciplinar y especializado, que les permita realizar tareas de investigación en los diferentes campos de las Ciencias Sociales: Historia, Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad, Sociología, entre otras.
- Formar investigadores que atiendan al perfil de las nuevas demandas de este innovador campo interdisciplinario en el que se entrecruzan: la Historia, la Sociología y la Comunicación Social.
- Dotar a los estudiantes de la suficiente preparación teórica y de las necesarias herramientas metodológicas en el campo de la investigación, para que puedan acceder a la elaboración y defensa de una tesis doctoral conducente al título de Doctor.
- Formar en capacidades expresivas que permita al estudiante formular juicios razonados acerca de la investigación realizada y presentarlos tanto al público especializado como al que no lo es.
- Proporcionar un conocimiento suficiente de las técnicas de búsqueda, identificación, selección y recogida de información, así como de los métodos para examinar críticamente cualquier clase de fuentes, documentos y hechos con la finalidad, por un lado, de tratarlos convenientemente y, por otro, de transformarlos en informaciones de interés mediante los lenguajes informativo-comunicativos específicos para cada caso.

Objetivos específicos de la asignatura:

- Abordar el estudio y análisis de los distintos formatos audiovisuales presentes en la actualidad en los medios de comunicación, con especial dedicación a los formatos de ficción distribuidos a través de la televisión e Internet.
- Observar desde una perspectiva comparada las preferencias de consumo en productos audiovisuales por parte de la audiencia actual.
- Analizar el proceso de elaboración de un formato y su distribución.
- Trabajar en la creatividad de nuevos modelos atendiendo a los factores anteriores.

(General) El alumno debe ser capaz de identificar y definir los temas y corrientes de investigación en las áreas de conocimiento implicadas en este segundo módulo del título de Máster. Por tanto, tiene que haber adquirido el necesario conocimiento y comprensión de las estructuras narrativas que ha ido adoptando el lenguaje audiovisual a lo largo del siglo XX como base de la actual cultura audiovisual.

Además, tiene que ser capaz de discernir explicaciones diversas ante un mismo hecho, definir temas que contribuyan al debate, y elaborar aquellos trabajos de investigación que le sean encargados. Esto significa ser capaz de defender sus mensajes de forma escrita u oralmente y de localizar y trabajar con material especializado, ya sean fuentes de información tradicionales como aquellas que tienen que ver con las nuevas tecnologías y su aplicación.

(Particular) En el primer bloque además se trata de:

- Proporcionar al alumno las herramientas básicas de conocimiento para distinguir y comentar reflexivamente el proceso de creación de los programas audiovisuales, desde la idea hasta la distribución (el “tour” del formato), observando las adaptaciones que sufre hasta el momento de su exhibición y comprendiendo el por qué de esos cambios.
- Analizar los elementos comunes y los distintivos de los programas y formatos más característicos de los medios actuales, a la par que conocer su significado para la creación de los mismos.
- Debatir las numerosas clasificaciones y tipologías de los formatos. Con este motivo tendrá lugar un seminario o taller donde se pueda estudiar cada uno de los formatos representativos del momento.

(General) El alumno debe ser capaz de identificar y definir los temas y corrientes de investigación en las áreas de conocimiento implicadas en este segundo módulo del título de Máster. Por tanto, tiene que haber adquirido el necesario conocimiento y comprensión de las estructuras narrativas que ha ido adoptando el lenguaje audiovisual a lo largo del siglo XX como base de la actual cultura audiovisual.

Además, tiene que ser capaz de discernir explicaciones diversas ante un mismo hecho, definir temas que contribuyan al debate, y elaborar aquellos trabajos de investigación que le sean encargados. Esto significa ser capaz de defender sus mensajes de forma escrita u oralmente y de localizar y trabajar con material especializado, ya sean fuentes de información tradicionales como aquellas que tienen que ver con las nuevas tecnologías y su aplicación.

(Particular) A pesar de que la asignatura se denomina “Nuevos formatos audiovisuales” hay que observar cómo el reciclaje de productos de otras épocas anteriores a ésta, la hibridación entre formatos nacionales e internacionales distintos, con la mezcla que ello supone de elementos no propios del “molde” resultante, es la tendencia más constatada en los últimos tiempos.

El segundo bloque es fundamental en cuanto a las labores de análisis y discusión que se llevarán a cabo. Se propondrá también el debate y creación de una idea original a partir del estudio de preferencias de audiencias, procurando buscar un tipo “puro”, no híbrido.

## Contenidos

PRESENTE EN LA GUÍA DOCENTE.

I- Espectáculo, personalización y fragmentación: diferencia entre género y formato. ¿Qué son entonces los programas? -La idea: creadores, motivación, audiencias. -El espíritu comercial habita el molde... Definición y análisis de la audiencia elegida para cada producto audiovisual.

1. Géneros y formatos televisivos.
2. Géneros y formatos radiofónicos.
3. Otros géneros y otros medios.

## II- Microformatos, videojuegos, publicidad: cambios en el audiovisual.

1. Los microformatos. Formatos mini con mucho éxito: El tráiler. Un lenguaje propio.
2. Formatos audiovisuales actuales: nuevas tendencias, tipología y clasificaciones. Clasificación UER y evolución. Reciclaje e hibridación. Viejas y nuevas fórmulas de programas.
3. Infoshow: desde el entretenimiento ¿hacia la información?
4. Formatos de ficción y entretenimiento: Del "Gran formato" al Killer format. Videoclip. 360°.
5. Nuevas generaciones, nuevos tiempos: Entretenimiento "cool".
6. La publicidad: nuevas fórmulas.
7. El universo multimedia: Internet, videojuegos y animación.

### Bloque 1:

Programas audiovisuales: géneros y formatos. La idea del programa. Carácter comercial, discurso elaborado, relato, persuasión y target según los distintos medios de comunicación actual.

(Seminario. Conferencia/taller. Trabajo de grupo. Lecturas. Análisis de relatos audiovisuales).

### Bloque 2:

Los programas audiovisuales: reciclaje e hibridación. Viejas y nuevas fórmulas. Nuevas demandas sociales en el consumo mediático. El relato audiovisual nuevo como recurso constante de personalización. Preferencias programáticas según target. Lo más buscado: el entretenimiento. ¿La tiranía del programador o de la audiencia? La publicidad cambia. Los nuevos valores programáticos: videojuegos, animación, 3D, 360°...

(Seminario. Conferencia/taller. Trabajo de grupo. Lecturas. Análisis de relatos audiovisuales).

## Principios Metodológicos/Métodos Docentes

### PRESENTE EN LA GUÍA DOCENTE.

Lección magistral  
Estudio de caso  
Aprendizaje cooperativo  
Práctica en grupo de análisis de distintos modelos de programas  
Foros de debate  
Seminario específico  
Conferencia experto  
Taller ad hoc

## Criterios y sistemas de evaluación

### PRESENTE EN LA GUÍA DOCENTE

El sistema de evaluación aplica las tipologías de actividades evaluativas previstas para cada competencia, de acuerdo con la metodología docente expuesta en el apartado 5.1.b. de la Guía docente del Grado de Periodismo de la UVA.

Pero, en concreto, en el Módulo Teoría y Análisis del Lenguaje Audiovisual se señala la asistencia y participación del alumno en todas las actividades formativas y los resultados de las pruebas objetivas en cada uno de los bloques temáticos que constituyen la materia, y se insiste en la valoración del alumno a través de las siguientes pruebas:

- análisis de casos o supuestos prácticos, 30% (incluye seminarios-taller)
- realización de trabajos, 40%
- fichas de lectura, 10%
- asistencia y participación en clase, 20%

## Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

1. Exposición teórica sobre este apartado del programa
2. Lectura y discusión de capítulos relativos al tema (académicos y científicos, preferentemente), y exposición abierta, individual y/o en grupo, en el aula
3. Análisis de formatos y programas

## Calendario y horario

Calendario: Meses de marzo y abril (ambos inclusive) de 2018. 2ª Cuatrimestre.

Horario: Lunes y martes de 16 a 20 horas.

## Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

### PRESENTE EN LA GUÍA DOCENTE

ACTIVIDADES PRESENCIALES

HORAS

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

HORAS

Clases teóricas

10  
Estudio y trabajo autónomo individual  
35  
Clases prácticas  
14  
Estudio y trabajo autónomo grupal  
55  
Laboratorios

Prácticas externas, clínicas o de campo

Seminarios  
16

Otras actividades  
20

Total presencial  
60  
Total no presencial  
90

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

NEREIDA LÓPEZ VIDALES  
983423000-6619  
nereida.lopez@hmca.uva.es

#### BREVE CV NEREIDA LÓPEZ:

Indicadores generales de calidad de la producción científica: Evaluación positiva para dos tramos de investigación, 1998-2006/2007-2013 (CNEAI) y tres tramos docentes. Publicación de 11 libros y más de 70 aportaciones científicas y académicas en revistas de relevancia en el área de Comunicación: ZER, Anàlisi, TELOS, Comunicar, Comunicación y Sociedad, Estudios del Mensaje Periodístico, Latina de Comunicación Social, Ámbitos, Doxa, Historia y Comunicación Social, Icono 14, etc.

Nereida López Vidales es Doctora en Ciencias Políticas y Sociología por la Universidad del País Vasco (1997) y Profesora Titular de "Radio Informativa" en el Grado en Periodismo de la Universidad de Valladolid. Licenciada en Periodismo en 1986, trabajó durante varios años en diversos medios de comunicación donde ocupó distintos puestos de responsabilidad. Desde 1997, y tras licenciarse en Ciencias Políticas y de la Administración y en Sociología Política, compagina el periodismo profesional con la docencia universitaria. Ha impartido clases en la Universidad del País Vasco (1998-2005), Universidad Francisco de Vitoria (1999-2004) y Universidad Europea de Madrid (2005-2008), en la que ejerció además de Directora de Área de Medios de Comunicación de la Facultad de Comunicación y Humanidades, y diseñó y dirigió el Máster Oficial en Comunicación Digital (2006).

Ha publicado diversos artículos científicos, capítulos de libros y once libros (varios como manuales didácticos), algunos de ellos como editora o coordinadora de la edición, otros como coautora: "La tecnología en radio (...) (1ª y 2ª edición ampliada y revisada)", "Tecnología de la televisión (...)", "Claves para la era digital (...)", "Odisea 21 (...)", "La transición digital de la televisión en España (...)", "Medios de comunicación, tecnología y entretenimiento: un futuro conectado", "Radio 3.0. Una nueva radio para una nueva era (...)", "Radio Informativa. Guía didáctica de iniciación al medio", etc. Las líneas fundamentales de investigación académica se centran en la tecnología de los medios audiovisuales (TDT, DAB y DRM, medios por Internet, telefonía móvil, nuevos contenidos, la redefinición del concepto de servicio público, etc.), la evolución de los perfiles profesionales, tendencias de consumo mediático y la creación de nuevos contenidos de entretenimiento para el ocio digital. Estas líneas de investigación las ha desarrollado en 10 proyectos competitivos a nivel nacional, autonómico e internacional, y otros tantos con empresas privadas (art. 83). La transferencia de los resultados obtenidos en su carrera investigadora se puede contrastar en la realización de actividades para las que fue contactada en los últimos años por parte de medios de comunicación y empresas: Directora de Foros Producción Profesional (Universidad-Empresas de Comunicación), Asesora de Impulsa TDT, Socióloga para relación con los medios (Tinkle), Evaluadora en las oposiciones a funcionarios de la RTPA, Moderadora en FICOD, Colaboradora invitada en el Manual de nuevos medios (Fundeu), etc., a lo que ha de sumarse el carácter de las ponencias invitadas, siempre relacionadas con la innovación mediática.

En la actualidad, compagina la docencia universitaria en grado y másteres oficiales en varias universidades (Máster

---

COPE de Radio y Máster de RNE-UCM de Radio, entre ellos) con la impartición de clases de formación interna permanente como experta en nuevas tecnologías en el Instituto de RTVE (desde 2003 hasta la actualidad). Es Directora y fundadora del Observatorio del ocio y el entretenimiento digital (Ocendi, 2009, Coordinadora del GIR de la UVa "Cultura digital, innovación, creatividad y participación social en comunicación) y colaboradora de varios medios, entre ellos, Panorama Audiovisual ([www.panoramaaudiovisual.com](http://www.panoramaaudiovisual.com)). Su proyecto más reciente es la creación de la radio universitaria de la Universidad de Valladolid, Radio UVa ([www.radiouva.es](http://www.radiouva.es)).

---

## Idioma en que se imparte

ESPAÑOL.

---