

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA**

Codi: 43286
Nom: Anàlisi de formats mediàtics
Cicle: Màster Universitari Oficial
Crèdits ECTS: 5
Curs acadèmic: 2026-27

TITULACIONS

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

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
2253 - Màster Universitari en Continguts i Formats Audiovisuals	Anàlisi de formats mediàtics	OBLIGATÒRIA

COORDINACIÓ

GAMIR RIOS JOSE VICENTE

RESUM

"Anàlisi de Formats Mediàtics" és una assignatura obligatòria del Màster Universitari en Continguts i Formats Audiovisuals.

L'assignatura estableix una aproximació a la teoria i pràctica de l'anàlisi textual en el seu doble vessant: a) l'objecte audiovisual (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 (modes de persuasió, etc.). Així mateix, s'aborda l'estudi de l'evolució dels formats televisius i audiovisuals en els últims temps, així com les últimes tendències.

En concret, la matèria estudia des d'una perspectiva teòric-analítica les característiques d'alguns dels més rellevants nous mitjans i formats audiovisuals sorgits durant l'actual sistema mediàtic híbrid: plataformes OTT (over the top); narratives interactives i transmèdia; plataformes de *social live streaming*; el *podcasting* i el *videopodcasting*; i les xarxes socials de vídeos curts. A més, des d'una perspectiva pràctica fomenta l'adquisició dels coneixements necessaris per a la seua aplicació en el desenvolupament transmèdia de projectes.



CONEXEMENTS PREVIS

RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

ALTRES TIPUS DE REQUISITS

No s'han especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis. Els coneixements previs necessaris per a seguir l'assignatura amb normalitat hauran sigut introduïts amb anterioritat en el màster.

COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENENTATGE

2149 -

Administrar les destreses adquirides en la projecció i construcció d'un disseny curricular coherent.

Analitzar i interpretar els nous llenguatges mediàtics associats a la multidifusió digital.

Analitzar les tendències de consum i els estudis de mercat de continguts audiovisuals en les indústries mediàtiques.

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.

Interpretar l'estructura de l'empresa audiovisual, la dinàmica del mercat i la naturalesa dels diferents productes audiovisuals en els fluxos mediàtics emergents.

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.

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.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. El context comunicatiu dels nous formats mediàtics

- De la comunicació de masses a l'autocomunicació de masses
- De la web 1.0 a la web 2.0



- Del sistema mediàtic tradicional al sistema mediàtic híbrid
- De les audiències lineals a les audiències socials
- De consumidors a prosumidors. La cultura fan i el fandom
- De les narracions tradicionals a les narracions transmèdia

2. La investigació dels continguts dels nous formats mediàtics

- Introducció als paradigmes i les metodologies d'investigació en ciències socials
- Introducció a les metodologies quantitatives i qualitatives d'investigació en comunicació
- Fonaments i tipus d'anàlisi de contingut
- Conceptes i fases de l'anàlisi de contingut: mostra/corpus, unitat d'anàlisi, variables i categories, codificació/anàlisi, fiabilitat

3. Els projectes interactius i multimèdia/transmèdia

- Narrativa audiovisual, interactiva, transmèdia, immersiva, generativa
- Els projectes multimèdia: fases, elements clau, rols i estructura
- 1: introducció i conceptualització
- 2: estat de desenvolupament
- 3: arquitectura de la informació
- 4: disseny de la interfície
- Anàlisi de cas

4. El podcàsting i el videopodcàsting

- La programació radiofònica tradicional
- De la ciberràdio al podcàsting i el videopodcàsting
- Gèneres i temàtiques. La ficció sonora
- Monetització i models de negoci
- Panoràmica del podcàsting, el videopodcàsting i la ficció sonora a Espanya
- Anàlisi de cas
- Elaboració d'un projecte de pòdcast o videopòdcast amb expansió transmèdia



5. La hipertelevisió i la televisió de les plataformes

- Evolució de la televisió a Europa: paleotelevisió i servei públic, neotelevisió i broadcasting, posttelevisió i narrowcasting
- La hipertelevisió i el webcasting
- Les plataformes OTT (over the top)
- Factors condicionants de l'oferta de les plataformes OTT
- Anàlisi de cas

6. Twitch i el social live streaming

- Sorgiment, present i evolució de categories temàtiques
- Recursos nadius de monetització i finançament publicitari
- Aspectes formals i interacció amb la comunitat
- Panoràmica de Twitch en espanyola
- Anàlisi de cas

7. TikTok i els vídeos curts.

- Context i ús
- Funcionalitats i formats
- Temàtiques dels vídeos i preferències de l'audiència
- Recursos nadius de
- Anàlisi de cas

Resultats d'aprenentatge:

- Consecució de 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.

VOLUM DE TREBALL (HORES)

**ACTIVITATS PRESENCIALS**

Activitat	Hores
Laboratori	50,00
Total hores	50,00

ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	0,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	25,00
Estudi i treball autònom	20,00
Preparació de classes	15,00
Preparació d'activitats d'avaluació	5,00
Resolució de casos pràctics	10,00
Total hores	75,00

METODOLOGIA DOCENT**Activitats presencials**

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

- **Classes teòriques: lliçó magistral participativa.** Els continguts teòrics de l'assignatura seran impartits a l'aula per professorat intern mitjançant les metodologies de sessió expositiva, anàlisi de cas i aprenentatge basat en projectes.
- **Discussió d'articles (lectures).** L'alumnat treballarà a l'aula materials subministrats pel professorat intern per a facilitar la seua participació en les anàlisis de cas i en els projectes plantejats.
- **Debat o discussió dirigida.** L'alumnat exposarà a l'aula els resultats de les anàlisis de cas i els avanços en els projectes a través de debats guiats pel professorat intern.
- **Conferències d'experts.** Quatre de les sessions seran impartides per professionals externs i professorat universitari d'altres institucions acadèmiques.

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 o a la preparació tutoritzada del treball individual de l'assignatura mitjançant la metodologia d'aprenentatge basat en projectes.

La participació en les anàlisis de casos es plasmarà abans de finalitzar la sessió en debats dirigits sobre els seus resultats i/o en la discussió de materials. Tots dos aspectes seran desenvolupats en grups de dues o tres persones que amb posterioritat a la finalització de la sessió hauran de pujar una fitxa a l'aula virtual a mode de memòria de l'activitat realitzada.



La participació en els projectes es plasmarà abans de finalitzar la sessió en la posada en comú dels avanços per part de l'alumnat i en l'aportació de retroalimentació per part del professorat, com a passos conduents a l'elaboració individual d'un projecte de pòdcast o videopòdcast amb expansió transmèdia. A més, l'alumnat participarà en un pitch de presentació de la idea inicial.

Activitats no presencials

L'alumnat desenvoluparà les següents activitats no presencials:

- **Preparació de classes teoria.** Lectura de materials subministrats pel professorat amb antelació a la seua exposició a l'aula.
- **Estudi i preparació de proves.** Preparació d'un pitch de presentació i posada en comú de la idea de projecte de pòdcast o videopòdcast amb expansió transmèdia.
- **Treball autònom.** Elaboració d'un projecte de pòdcast o videopòdcast amb expansió transmèdia.

Aquesta assignatura té en compte especialment els següents Objectius de Desenvolupament Sostenible:

- **ODS 4, Educació de qualitat.** Meta 7, que l'alumnat adquirisca els coneixements teòrics i pràctics necessaris per a promoure el desenvolupament sostenible, els drets humans, la igualtat de gènere, la promoció d'una cultura de pau i no violència, la ciutadania mundial i la valoració de la diversitat cultural, i la contribució de la cultura al desenvolupament sostenible.
- **ODS 5, Igualtat de gènere.** Meta 1, posar fi a totes les formes de discriminació contra totes les dones i les xiquetes a tot el món.

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).

Avaluació en la primera convocatòria

L'avaluació en primera convocatòria es desenvoluparà del següent mode:

- **Treball individual (80%).** Elaboració d'un projecte de pòdcast o videopòdcast amb expansió transmèdia que integre algun dels nous formats explicats en l'assignatura i analitze els continguts de pòdcast o videopòdcast de temàtica similar mitjançant la metodologia d'anàlisi de contingut.



És recuperable en segona convocatòria.

- **Avaluació contínua (10%).** Lliurament d'una síntesi-resumeixen de 1.000 paraules dels continguts desenvolupats pel professorat extern en les seues sessions. No és recuperable en segona convocatòria.
- **Assistència i participació (10%).** Participació de l'alumnat en les anàlisis de casos plantejats pel professorat, que es constatarà mitjançant les fitxes entregades a mode de memòria al final de les sessions. No és recuperable en segona convocatòria.

Avaluació en la segona convocatòria

L'avaluació en segona convocatòria mantindrà, si fora el cas, les qualificacions obtingudes en els blocs aprovats en la primera.

L'avaluació dels blocs suspesos o no presentats es realitzarà del següent mode:

- **Treball individual (80%).** Elaboració d'un projecte de pòdcast o videopòdcast amb expansió transmèdia que integre algun dels nous formats explicats en l'assignatura i analitze els continguts de pòdcast o videopòdcast de temàtica similar mitjançant la metodologia d'anàlisi de contingut. És recuperable en segona convocatòria.
- **Avaluació contínua (0%).** No és recuperable.
- **Assistència i participació (0%).** No és recuperable.

Altres observacions

- En totes les proves, exercicis o treballs escrits s'exigirà correcció ortogràfica i gramatical. Cada falta comportarà una reducció de la qualificació obtinguda, que pot arribar fins al suspens.
- En el cas de comprovar-se plagi en un treball d'avaluació, 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.
- L'honestedat intel·lectual és vital en les comunitats acadèmiques, i per a la justa avaluació del treball de l'estudiantat. Tots els treballs presentats en aquest curs han de ser d'autoria original. No s'admetran treballs en els quals es faça ús de col·laboració fraudulenta o la composició amb l'ajuda d'intel·ligència artificial (ChatGPT o altres), excepte si la seua utilització forma part dels continguts de l'assignatura o està autoritzada pel professorat que la imparteix.

BIBLIOGRAFIA

Referències bàsiques



- Estrada-García, S., & Gamir-Ríos, J. (2023). Soft news in original videos: Adaptation to TikTok of the main Spanish online media. *Profesional de la Información*, 32(2), e320222.
- Fernández-Castrillo C. (2014). Prácticas transmedia en la era del prosumidor: hacia una definición del Contenido Generado por el Usuario (CGU). *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 19, 53-67.
- Gamir-Ríos, J., Cano-Orón, L., & García-Casas, D. (2024). Twitch's Second Phase of Development: Analyzing Streamer Profiles and Content Trends That Boost Its Evolution into a Mass Media. *Games and Culture*, 0(0).
- Gifreu, A. (2013). *El documental interactivo: evolución, caracterización y perspectivas de desarrollo*. UOC.
- Izquierdo-Castillo, J., & Latorre-Lázaro, T. (2022). Oferta de contenidos de las plataformas audiovisuales: hacia una necesaria conceptualización de la programación streaming. *Profesional de la Información*, 31(2), e310218.
- Pedrero-Esteban, L. M. (dir.) (2024). *Cómo suenan los podcasts en España y Argentina: radiografía de la producción original en las plataformas de audio en 2023*. Fundación Antonio de Nebrija.

Referències complementàries

- Alonso-López, N., López-Olano, C., & Gamir-Ríos, J. (2025). Video podcasting español en YouTube y Spotify: conversacional, generalista, de entretenimiento y profesionalizado. *Índex.comunicación, Revista Científica de Comunicación Aplicada*, 15(2).
- Campalans, C., Renó, D., & Gosciola, V. (2014). *Narrativas transmedia: entre teorías y prácticas*. UOC.
- Cano-Orón, L., & Gamir-Ríos, J. (2024). Informativo matinal para ahorrar tiempo: Un noticiero alternativo con fandom propio. *Revista de Comunicación*, 23(2).
- Freeman, M., & Smith, A. N. (2023). *Transmedia/Genre: Rethinking Genre in a Multiplatform Culture*. Springer.
- Gamir-Ríos, J. & Cano-Orón, L. (2022). Characteristics of the Spanish podcast sphere: Between democratization and commercial logic. *Profesional de la Información*, 31(5), e310505.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J. (2015). *Cultura transmedia: la creación de contenido y valor en una cultura de red*. Gedisa.
- Lastra, A. (2016). El poder del prosumidor: identificación de sus necesidades y repercusión en la producción audiovisual transmedia. *Icono 14*, 14, 71-94.
- Quintas-Froufe, N., & González-Neira, A. (2014). Active audiences: Social audience participation in television. *Comunicar*, 43, 83-90.
- Ruiz-Gómez, S., & Legorburu-Hortelano, J. M. (2023). Podcast y ficción sonora en España: una relación simbiótica para recuperar un género olvidado (2013-2022). *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, (62), 69-87.
- Scolari, C. (2008). Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. *Diálogos de la comunicación*, 77.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: cuando todos los medios cuentan*. Deusto.
- Yucra-Quispe, L.-M., Espinoza-Montoya, C., Núñez-Pacheco, R., & Aguaded, I. (2022). *De consumidores a prosumidores: la narrativa transmedia en dos juegos móviles para adolescentes y jóvenes*. *Revista de Comunicación*, 21(1), 433-450.