

ENFOQUES SOCIOECONÓMICOS

Curso 2015/2016

(Código:24411206)

1.PRESENTACIÓN

La asignatura *Enfoques Socioeconómicos: la recepción en el sistema de comunicación mediada* introduce al alumno en las concepciones del objetivo social y económico final de todo el trabajo que lleva a cabo el medio de comunicación público: la recepción. Es aquí donde cobra sentido el propio medio. Para ello, se abordan los procedimientos para el registro y conocimiento de los procesos de recepción.

2.CONTEXTUALIZACIÓN

El sistema de comunicación colectiva mediada se define principalmente por el desconocimiento de la audiencia. Es decir, se comunica a un receptor que es, en principio, desconocido, y, sin embargo y he aquí la paradoja, al que van dirigidas todas las acciones y decisiones profesionales. De aquí que se señale el carácter estructural de la recepción en este sistema social y la importancia de resolver una pregunta: ¿cómo conocer la audiencia? La asignatura repasarán las distintas respuestas que se han venido dando a esta pregunta, entrando en el detalle de algunos de los procedimientos que han derivado de tales respuestas.

Desde el lugar clave que tiene el conocimiento de la recepción por parte de los otros actores del sistema de comunicación, se trata de un contenido muy relevante para todos aquellos que se dediquen o se vayan a dedicar profesionalmente al mismo. El objetivo es que, al final de la misma, el alumno tenga en cuenta los distintos perfiles de los receptores a los que va dirigida la audiencia y, lo que puede ser más importante desde el punto de vista del servicio público, el proceso de recepción de los mismos. Además, se recibirán las nociones suficientes para poder evaluar resultados de investigación de audiencias y proyectos dirigidos a la investigación social de los receptores de medios audiovisuales.

3.REQUISITOS PREVIOS RECOMENDABLES

Aún cuando no imprescindible, es recomendable un conocimiento básico de los principales conceptos de la estadística, así como de las principales prácticas de investigación social.

Inglés a nivel de lectura.

4.RESULTADOS DE APRENDIZAJE

- 1- Saber situar el lugar de los receptores, la recepción, lo público y el público en la comunicación mediada.
- 2- Pensar en clave de los destinatarios de los productos y mensajes a la hora de generar producciones audiovisuales.
- 3- Saber evaluar resultados de investigación de audiencias.



4- Poder plantear un mínimo proyecto de investigación de audiencias.

5.CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

El programa de la asignatura es el siguiente:

1: Las transformaciones del espacio público en el sistema de comunicación mediada.

2: El lugar de los públicos y las audiencias en las transformaciones del sistema de comunicación mediada.

3: Modelos teóricos y conceptos en el análisis de la recepción.

4: La investigación de la recepción mediante encuesta.

5: La investigación de la audiencia mediante técnicas cuantitativas.

6: La investigación de la recepción desde la perspectiva cualitativa.

7: La red como escenario de observación empírica de la recepción.

8: La transformación de la concepción de la recepción.

6.EQUIPO DOCENTE

- [MANUEL JAVIER CALLEJO GALLEGO](#)

7.METODOLOGÍA

Estará inserta en la actividad continuada, articulando los siguientes recursos:

- Lectura de los libros que se exponen en la bibliografía básica.
- Lectura de los documentos (apuntes) que se publicarán en la plataforma Alf.
- Realización de las siguientes tareas, que quedarán expuestas en la plataforma Alf:
 - Analizar e interpretar los resultados de distintas encuestas sobre recepción de medios
 - Analizar e interpretar los resultados de discursos producidos a través de prácticas cualitativas de investigación social, centradas en la recepción de productos audiovisuales
 - Realización de un informe previo de perfil de audiencia, a partir de un producto audiovisual configurado por el propio alumno.
 - Realización de un trabajo final (ensayo) sobre un tema del programa
- Participación en chats.

8.BIBLIOGRAFÍA BÁSICA



ISBN(13): 9788474762211
Título: LA AUDIENCIA ACTIVA :
Autor/es: Callejo, J. ;
Editorial: CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIOLOGICAS

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico

9.BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

10.RECURSOS DE APOYO AL ESTUDIO

La mayor parte de la bibliografía referida se encuentra en la biblioteca de la UNED, aun cuando algunos de los textos se encuentran publicados en inglés.

El alumno dispondrá de foros específicos de la asignatura, tanto para la comunicación con el profesor, como para la comunicación entre alumnos.

La participación en chats, además de un recurso, se constituye en una actividad pertinente. Se establecerá un calendario de chats de una hora y media de duración en el cuatrimestre de la asignatura.

Los textos, por orden de relevancia para el contenido de la asignatura, son los siguientes:

Nightingale, Virginia, *El estudio de las audiencias. El impacto de lo real*. Barcelona: Paidós, 1999.

Javier Callejo, *La audiencia activa*, CIS-Siglo XXI: Madrid, 1995

Ien Ang, *Desperately seeking the audience*, Londres: Routledge, 1991

Amparo Huertas, *La audiencia investigada*, Barcelona: Gedisa, 2002.

Shaun Moores, *Interpreting audiences: the ethnography of media consumption*, Londres: Sage, 1994.

Javier Callejo, *Investigar las audiencias*, Barcelona: Paidós, 2001

11.TUTORIZACIÓN Y SEGUIMIENTO



Además de los foros y chats, que tienen una proyección colectiva, se dispondrá de los siguientes canales para la tutorización personalizada:

- Número de teléfono 91-3987065, miércoles y jueves por la mañana, de 9 a 14 horas, y miércoles por la tarde de 16 a 19 horas.
- Correo electrónico: mcallejo@poli.uned.es

A través de la plataforma Alf, en el apartado tareas, se exponen las instrucciones específicas para cada una de las mismas. A su vez, en el apartado calificación, se remitirá la evaluación y los comentarios sobre las mismas.

12.EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

La evaluación tendrá dos fuentes principales

1. A partir del seguimiento de la participación del alumno en las actividades colectivas (foros, chats) y las tareas de la evaluación continua. La ponderación de esta fuente de evaluación es del 50%.
2. La elaboración de un trabajo práctico final (ensayo-informe). La ponderación de esta fuente de evaluación es del 50%.

13.COLABORADORES DOCENTES

Véase equipo docente.

