FICHA IDENTIFICATIVA

Datos de la Asignatura

Código	43283
Nombre	Ciudadanía y políticas de comunicación
Ciclo	Máster
Créditos ECTS	5.0
Curso académico	2015 - 2016

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
2149 - M.U. en Contenidos y Formatos Audiovisuales 12-V.2	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	1	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
2149 - M.U. en Contenidos y Formatos Audiovisuales 12-V.2	1 - Ciudadanía y políticas de comunicación	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
GAVALDA ROCA, JOSE VICENTE	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

- Definición del concepto de política de comunicación: el sistema comunicativo y el espacio público democrático. Ciudadanía y sistema mediático

- Análisis de las instituciones y normas de regulación del audiovisual: ámbito europeo, ámbito español, ámbito autonómico. La regulación de los niveles del sistema audiovisual

- La regulación de los modelos estructurales del sistema mediàtico

- La regulación de la programación televisiva y el análisis de la calidad del audiovisual

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

No se precisan conocimientos previos para poder obtener las máximas competencias y habilidades de este módulo.

COMPETENCIAS

2149 - M.U. en Contenidos y Formatos Audiovisuales 12-V.2

- Que los/las estudiantes sean capaces de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios.
- Que los/las estudiantes sepan comunicar sus conclusiones y los conocimientos y razones últimas que las sustentan a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- Que los/las estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
- Dotar de las herramientas necesarias para la integración laboral en el ámbito de los contenidos y formatos audiovisuales.
- Analizar e interpretar les nuevos lenguajes mediáticos asociados a la multidifusión digital.
- Integrar los contenidos teóricos relacionados con los lenguajes mediáticos utilizados en el flujo comunicativo de contenidos y formatos audiovisuales de la sociedad de la información en la praxis profesional.
- Interpretar la estructura de la empresa audiovisual, la dinámica del mercado y la naturaleza de los diferentes productos audiovisuales en los flujos mediáticos emergentes.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

En esta materia es desarrollar el concepto de ciudadanía en el nuevo escenario digital. Un escenario promovido por la globalización y las tecnologías digitales aplicadas a la comunicación y a la información. Desde un amplio prisma, se aborda el estudio de las diferentes políticas comunicativas tanto públicas como privadas, encaminadas a la promoción de un nuevo concepto de administración y de participación por parte de la sociedad civil en todos sus ámbitos: económico, social, político y cultural.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. La ciudadanía y la comunicación política

2. La regulación de los servicios comunicativos y de las redes de comunicación

3. La industria del audiovisual: la regulación de los procesos de producción

4. Sistema televisivo y sistema mediático

5. Comunicación y telecomunicación: los nuevos espacios de interacción discursiva

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Prácticas en laboratorio	50,00	100
Elaboración de trabajos en grupo	15,00	0
Estudio y trabajo autónomo	40,00	0
Preparación de clases de teoría	10,00	0
Preparación de clases prácticas y de problemas	10,00	0
TOTAL	**125,00**	

METODOLOGÍA DOCENTE

- Sesiones presenciales de análisis de los conceptos del programa

- Discusión de documentos escritos y audiovisuales

EVALUACIÓN

- Asistencia y participación

- Evaluación continua

REFERENCIAS

Básicas

- Bustamante, E. (1999). La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados. Barcelona: Gedisa.
- Bustamante, E. (coord) (2002). Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España. Barcelona. Gedisa.
- Bustamante, E. (coord) (2003). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital. Barcelona. Gedisa.
- Contreras, J. M. y Palacio, M. (2001). La programación de la televisión. Madrid: Síntesis.
- Francés, M. (coord) (2009). Hacia un nuevo modelo televisivo. Barcelona: Gedisa.
- Francés, M. (coord) (2011). Contenidos y formatos de calidad en la nueva televisión. Madrid: IORTV.
- Gavaldà, J. (2009). La representación mediática de la violencia. La violencia gratuita, en J. M. Bernardo, E. Martínez, G. Montiel (coords). Retos de la comunicación ante la violencia de género. Valencia: Tirant lo Blanc.
- Gavaldà, J. (2011) Contenidos de cantidad, en M. Francés [coord]. Contenidos y formatos de calidad en la nueva televisión. Madrid: IORTV.
- Ishikawa, S. (ed.) (1996): Quality Assessment of Television. Luton: University of Luton Press.
- Moragas, M. De y Prado, E. (2000). La televisió pública a lera digital. Barcelona: Pòrtic.
- Prado, E. y otros (2010). La televisión generalista en la era digital. Tendencias internacionales de programación.
- [http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1266&idioma=es_ES&id=2010083011290001&ac
- Linde, E., Medina, S. y Vidal, J.M. (2011). Derecho audiovisual. Madrid: Colex.
- Vidal, J.M. (2009). Contenidos básicos, déficits y necesidades de la regulación y autorregulación de los medios de comunicación de masas españoles en materia de violencia de género. J. M. Bernardo y otros. Retos de la comunicación ante la violencia de género. Marco jurídico, discurso mediático y compromiso social. Valencia: Tirant lo Blanc.
- Vidal, J.M. (2011). Regulación y realidades de la autorregulación de los contenidos audiovisuales en España. En Contenidos y mercado en la Regulación de la comunicación Audiovisual. El nuevo marco normativo de la ley 7/2020 general De comunicación audiovisual. Belando, B. y Montiel, G. (Coord.) Valencia: Tirant lo Blanc.
- Vidal, J.M. (2011). El nuevo marco jurídico para la regulación de las emisiones y contenidos de los medios de comunicación audiovisuales. En Contenidos y formatos de calidad en la nueva televisión. VV.AA. Ed. Madrid: IORTV.

- Wolton, D. (1992). Elogio del gran público. Una teoría crítica de la televisión. Barcelona: Gedisa.

Complementarias

- Comisión del Mercado de Telecomunicaciones: http://www.cmt.es
- European Platform of Regulatory Authorities: http://www.epra.org
- UNESCO: http://www.unesco.org/new/es/unesco
- European Commission. Media: http://ec.europa.eu/culture/media/index_en.htm
- Information Society and Media Directorate-General: http://ec.europa.eu/dgs/information_society/index_en.htm
- Audiovisual and Media Policies. Info Centre: http://ec.europa.eu/avpolicy/info_centre/index_en.htm
- European Audiovisual Observatory: http://www.obs.coe.int/index.html
- UTECA: http://www.uteca.com/uteca