

**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 - Máster Universitario en Contenidos y Formatos Audiovisuales	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	1	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Carácter
2149 - Máster Universitario en Contenidos y Formatos Audiovisuales	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 mediático
- 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 (RD 1393/2007) // RESULTADOS DEL APRENDIZAJE (RD 822/2021)**2149 - Máster Universitario en Contenidos y Formatos Audiovisuales**

- 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 los 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 (RD 1393/2007) // SIN CONTENIDO (RD 822/2021)

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 televisión 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>