

SISTEMA MEDIÁTICO

Curso 2018-2019

TIPO	MATERIA	CURSO	SEMESTRE	CRÉDITOS
Obligatoria	Sistema mediático	3º	2º	6
PROFESOR(ES)			DIRECCIÓN DE CONTACTO PARA TUTORÍAS	
Magdalena Trillo Dominguez			mtrillo@ugr.es mtrillo@granadahoy.com Despacho V Facultad de Comunicación y Documentación. Universidad de Granada Campus Cartuja, s/n 18012 Granada	
			HORARIO DE TUTORÍAS	
			http://directorio.ugr.es	
GRADO EN EL QUE SE IMPARTE			ÁREA DE CONOCIMIENTO	
Grado en Comunicación Audiovisual			Comunicación Audiovisual y Publicidad	
DEPARTAMENTO			FACULTAD	
Información y Comunicación			Comunicación y Documentación	



CBREVE DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS (SEGÚN MEMORIA DE VERIFICACIÓN DEL GRADO)

La asignatura **Sistema mediático** se plantea como una de las materias nucleares de los estudios en Comunicación Audiovisual en tanto que propone una aproximación crítica y reflexiva sobre el ecosistema de medios e industrias que operan en el mercado audiovisual en un contexto de profunda convergencia mediática e imparable globalización.

Partiendo de las teorías de la comunicación desde el enfoque estructural, se realizará una introducción a las industrias culturales, la audiovisual y la periodística, al tiempo que se analizará la estructura de los grupos de comunicación que dominan la información periodística atendiendo a sus orígenes y evolución y diseccionando sus estrategias y dinámicas de funcionamiento en el mercado. Las políticas del audiovisual (en el contexto nacional e internacional) y las experiencias alternativas de comunicación audiovisual, en especial el tercer sector, completarán el enfoque teórico y analítico sobre el actual sistema mediático.

Sistema mediático atenderá de forma específica a las estructuras y sistemas de producción, distribución, comercialización y consumo de los productos audiovisuales, así como a la organización del sistema audiovisual atendiendo a parámetros económicos, políticos y sociales.

COMPETENCIAS GENERALES Y ESPECÍFICAS

Competencias Generales del Título relacionadas con la asignatura

- Conocer teorías, métodos y problemas de la comunicación audiovisual y el sistema multimedia que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimiento disciplinares y competencias profesionales.
- Mostrar habilidad para incorporarse y adaptarse a un equipo audiovisual profesional, haciendo compatibles e incluso sinérgicos sus propios intereses particulares y los del proyecto colectivo en el que se ha incorporado.
- Ser capaz de percibir críticamente el nuevo paisaje visual y auditivo que ofrece el universo comunicativo que nos rodea, considerando los mensajes icónicos como fruto de una sociedad determinada, producto de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada.

Competencias Específicas del Título relacionadas con la asignatura

- EP.25 Mostrar capacidad para analizar el funcionamiento de los medios de comunicación y el papel central que desempeñan en la sociedad de la información y del conocimiento.
- EP.26 Ser capaz de analizar las estructuras, agentes y operaciones que configuran el sistema mediático.
- EP.27 Tener capacidad para analizar los factores políticos, sociales, económicos y tecnológicos que confluyen en la configuración del sistema mediático y su repercusión en la organización de los medios y en la elaboración y difusión de sus contenidos.



Competencias Transversales de Título relacionadas con la asignatura

- BT.1 Conocer teorías, métodos y problemas de la comunicación audiovisual y sus lenguajes que sirvan de soporte para su actividad, en función de los requerimientos fijados como conocimiento disciplinares y competencias profesionales.
- BT.3 Exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos conforme a los cánones de las disciplinas de la comunicación.
- BT.4 Ser capaz de definir temas de investigación o creación personal innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo de los lenguajes audiovisuales o su interpretación.
- BT.5 Ser capaz de incorporarse y adaptarse a un equipo audiovisual profesional, haciendo compatibles e incluso sinérgicos sus propios intereses particulares y los del proyecto colectivo en el que se ha incorporado.
- BT.6 Ser capaz de percibir críticamente el nuevo paisaje visual y auditivo que ofrece el universo comunicativo que nos rodea, considerando los mensajes icónicos como fruto de una sociedad determinada, producto de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada.
- T.13 Tener capacidad y habilidad para interrelacionar factores históricos, políticos, culturales y económicos, así como sus conexiones con otras áreas de conocimiento.
- BT.14 Estar en condiciones de desarrollar la capacidad intelectual que permita al alumnado reflexionar sobre la comunicación no solo como práctica profesional, sino también a propósito de su papel, trascendencia, proyección y consecuencias en los terrenos individual, social, cultural y político.
- BT.15 Ser capaz de analizar la comunicación social desde el respeto solidario por las diferentes pueblos de la sociedad contemporánea y conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y el respeto por los derechos humanos.

OBJETIVOS (EXPRESADOS COMO RESULTADOS ESPERABLES DE LA ENSEÑANZA)

- Adquirir conocimientos básicos sobre el funcionamiento del sistema audiovisual en un contexto globalizado y de los efectos de la economía sobre la información periodística en un escenario de grandes grupos multimedia.
- Mostrar capacidad para el análisis teórico y crítico de las estructuras organizativas de la comunicación audiovisual
- Tener capacidad para abordar los problemas y debates actuales que afectan al sistema audiovisual
- Conocimiento de la influencia del entorno económico, social y político tanto en el comportamiento de los procesos informativos como en el trabajo específico del periodista.
- Identificar las nuevas funciones del periodista y su integración en el marco de grupos multimedia
- Conocimiento teórico y práctico de los actores de comunicación audiovisual y sus interrelaciones: instituciones, empresas, medios, soportes y receptores.
- Valorar la comunicación en el sistema mediático globalizado como un fenómeno de primer orden y como práctica profesional
- Conocer la evolución y dinámicas de funcionamiento del actual sistema mediático
- Dominar los conocimientos básicos sobre la estructura organizativa de los grandes grupos de comunicación
- Conocer los conceptos básicos del sistema audiovisual, antecedentes y evolución histórica, así como su análisis en el contexto de la sociedad de la información
- Analizar críticamente las estrategias de comunicación de los grandes grupos
- Familiarizarse con los cambios culturales y profesionales introducidos a través de las tecnologías digitales, Internet y las redes sociales el marco del sistema audiovisual



TEMARIO DETALLADO DE LA ASIGNATURA

TEMARIO TEÓRICO:

- TEMA 1. Los estudios de comunicación orientados al sistema de medios
 - 1.1. El sector audiovisual: mercado y economía
 - 1.2. La industrialización de la comunicación y la cultura
 - 1.3. El sector audiovisual en el marco de las TIC
 - 1.4. Las industrias culturales ante la convergencia digital

- TEMA 2. El sistema de medios en el escenario global
 - 2.1. El sistema audiovisual: estructura y procesos de desarrollo
 - 2.3. Los dueños del periodismo: escenario mundial
 - 2.4. Estructura del mercado nacional
 - 2.5. El sistema de comunicación en Andalucía

- TEMA 3. La industria cinematográfica
 - 3.1. Financiación y explotación de la producción filmica.
 - 3.2. Digitalización y cambios en la estructura y modelos productivos.
 - 3.3. La regulación y protección del cine español en el marco de la UE: normativa y programas
 - 3.4. El mercado cinematográfico español: agentes, el ICAA, la crisis de la distribución tradicional

- TEMA 4. La industria televisiva
 - 4.1. El modelo estadounidense: televisión y publicidad
 - 4.2. El modelo europeo: la televisión como servicio público
 - 4.3. El modelo de televisión de pago (PPV) y nuevos modelos de consumo audiovisual
 - 4.4. La TDT: modelos, contenidos y servicios.

- TEMA 5. Nuevas políticas de gestión, regulación y exhibición del audiovisual
 - 5.1. Los nuevos circuitos de distribución y exhibición. Nuevos soportes (pantallas portátiles) y ventanas de exhibición (OTT, VOD, EST, SVOD, FVOD)
 - 5.2. Plataformas, acciones y eventos de la industria audiovisual. Festivales y circuitos: cultura filmica y fiestas ciudadanas
 - 5.4. Las políticas públicas y la regulación de los medios audiovisuales (concentración y pluralismo)

- TEMA 6. La práctica del periodismo en el sistema actual de medios
 - 6.1. Convergencia entre sistema de comunicación audiovisual y sistema de información periodística
 - 6.2. Lo global y lo local en el periodismo
 - 6.3. La nueva cadena de valor en la información
 - 6.4. Los retos del periodismo y del profesional de la comunicación en las estructuras actuales de comunicación



Temario práctico.

1. Lectura comprensiva y análisis colectivo sobre textos básicos representativos de la teoría de la comunicación sobre las industrias culturales y, específicamente, de las dinámicas recientes del paisaje de medios audiovisuales. **Debates en clase** (en grupo) sobre el reto e implicaciones del escenario digital, la mercantilización de la cultura (valoración crítica sobre la contribución de las industrias culturales al desarrollo económico y social); y los procesos de cambio que han generado las TIC en el sector audiovisual. Sus problemas y sus posibilidades.
2. **Análisis (grupo) comparativo** del funcionamiento de los dos modelos principales de industria televisiva (estadounidense y europeo) y sus variantes mixtas, combinando la reflexión sobre el marco legal, las tradiciones empresariales y culturales nacionales y las nuevas dinámicas mediáticas a nivel internacional y global.
3. **Estudio de caso** (en grupos). Opción A: Análisis y seguimiento de un producto audiovisual (film, serie de televisión, telefilm, show) en su "vida" o circuito de exhibición y consumo. Opción B: Análisis (en grupos) de algún aspecto relacionado con festivales y eventos culturales de tipo cinematográfico, televisivo o de la ciudad de Granada, o bien de otros festivales de la geografía andaluza y española.
4. **Ensayo personal** a partir de algún aspecto tratado en clase que deberá ser previamente aprobado por el profesor: análisis de grupos atendiendo a sinergias y políticas informativas, la relación entre los riesgos económicos del sector AV, su estructura y su contenido; el cambio de financiación y cooperación en el sector AV, ¿nuevas oportunidades o soluciones de emergencia?; las dinámicas de convergencia entre el periodismo impreso y el audiovisual, particularmente en la comunicación en Internet, los nuevos canales de distribución, etc.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA FUNDAMENTAL:

ACADEMIA DE LAS ARTES Y LAS CIENCIAS DE LA TELEVISIÓN. La industria audiovisual en España. Escenarios de un futuro digital. Madrid: Academia de la TV, 2010.

ARNANZ, Carlos M. Negocios de televisión. Transformación del valor en el modelo digital. Barcelona, Gedisa, 2002.

ARTERO, Juan Pablo. El mercado de la televisión en España: Oligopolio. Barcelona: Deusto, 2007.

BUSTAMANTE, E. Radio y televisión en España. Historia de una asignatura pendiente de la democracia. Barcelona: Gedisa, 2006.

BUSTAMANTE, E. (coord.). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Industrias culturales en la era digital. Barcelona: Gedisa, 2003.

CEREZO, Julio (dir.). Cuadernos de comunicación EVOCA. Madrid: Evoca, 2010.

EGEDA: Panorama audiovisual. Madrid, Egeda, edición anual.

REIG, Ramón: Los dueños del periodismo. Claves de la estructura mediática mundial y de España. Madrid: Gedisa, 2011

REGI, R. & LANGA, C. La Comunicación en Andalucía. Historia, estructura y nuevas tecnologías. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces, 2011

TUBELLA CASADEVALL, I. & ALBERICH, J: Comprender los medios en la sociedad de la información. Barcelona: UOC, 2012



BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- ADORNO, T.W. (1973). "Crítica cultural y sociedad". Ariel.
- AEDE (2008). "Libro Blanco de la Prensa Diaria". Madrid : AEDE.
- ALBERICH, J. & ROIG, A. (2005). "Comunicación audiovisual digital. Nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas". Barcelona: UOC.
- ARTERO MUÑOZ, Juan Pablo (2008). "El mercado de la Televisión en España: Oligopolio". Ediciones Deusto.
- ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID (2008). .. "Informe anual de la profesión periodística 2008". APM, Madrid.
- BOLZ, Norbert (2006). "Comunicación Mundial". Buenos Aires : Katz Editores.
- BOYD-BARRETT, Oliver y RANTANEN, Terhi, Edits.(1998). "The Globalization of News". London : SAGE Publications..
- BUENO, Gustavo. (2002). "Telebasura y Democracia". Barcelona : Ediciones B..
- BUSTAMANTE, Enrique (2006). "Radio y televisión en España". Barcelona : Gedisa Editorial.
- BUSTAMANTE, Enrique, Coordinador (2003). "Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital". Barcelona : Gedisa Editorial.
- CHOMSKY, Noam (1992). "Ilusiones necesarias. Control del pensamiento en las sociedades democráticas". Madrid : Libertarias/Prodhufi..
- COLOMBO, Furio (1998). "Últimas noticias sobre periodismo. Manual de periodismo internacional". Barcelona : Anagrama.
- DIEZHANDINO, M^a Pilar. (2007). "Periodismo y Poder". Pearson Educación. Madrid..
- FUNDACIÓN TELEFÓNICA (2006: "Medios de comunicación. Tendencias 2006. El año de la televisión". Fundación Telefónica. Madrid..
- FUNDACIÓN TELEFÓNICA (2007):. "Medios de comunicación. Tendencias 2007. El escenario iberoamericano". Fundación Telefónica, Madrid..
- GALDÓN LÓPEZ, Gabriel (2001). "Desinformación. Método, Aspectos y Soluciones". Navarra : EUNSA..
- GARCÍA CASTILLEJO, Ángel (2008). A"utorregulación y deontología de la profesión periodística". Madrid : Ediciones GPS / Fundación Sindical de Estudios,.
- HERMAN, Edward S., McCHESNEY, Robert W. (1997). "Los medios globales. Los nuevos misioneros del capitalismo corporativo". Madrid : Cátedra..
- KOVACH, Hill y ROSENSTIEL, Tom (2003). "Los elementos del periodismo". Ediciones El País, Madrid.



- MARTÍNEZ REVERTE, Jorge (2002). Perro come perro. Guía para leer los periódicos.. Barcelona : Editorial Crítica.
- MATTELART, Armand (1998). "La mundialización de la comunicación". Barcelona : Paidós Comunicación.
- MIÈGE, Bernard (1992):. "La sociedad conquistada por la comunicación". Barcelona : PPU..
- MORIN, Edgar (1966). "El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masas". Madrid : Taurus.
- MOWLANA, Hamid (1997). "Global Information and World Communication". Londres : Sage..
- McBRIDE, Sean et al. (1980). "Un solo mundo, voces múltiples". México : Fondo de Cultura Económica..
- McLUHAN, Marshall (1996). "Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano". Barcelona : Paidós..
- PAVLIK, John V. (2005). "El periodismo y los nuevos medios de comunicación". Barcelona : Paidós Comunicación.
- PISTICELLI, Alejandro (1998). "Post/televisión. Ecología de los medios en la era de Internet". Barcelona : Pablo del Río..
- PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM. (2009). "The State of the News Media 2009". PEJ. Publicado en internet: <http://www.stateofthenewsmedia.org/2005/index.asp>.
- RANDALL, David. (1999). "El periodista universal". Madrid: Siglo Veintiuno de España Editores.
- REIG, R. (dir) & LANGA NUÑO, C. (coord.) (2011): La comunicación en Andalucía. Sevilla: Fundación Centro de Estudios Andaluces.
- REIG, Ramón (1998). "Medios de comunicación y poder en España". Barcelona: Paidós.
- RODRÍGUEZ GARCÍA, José Antonio (1998). "El control de los medios de comunicación. La participación de los grupos ideológicos en el control de los medios de comunicación". Madrid : DYKINSON..
- SCHILLER, Herbert I. (1986). "Información y economía en tiempos de crisis". Fundesco/Tecnos. Madrid..
- THOMPSON, John B. (1998). "Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación". Barcelona : Paidós Comunicación..
- TREJO DELABRE, Raúl (2006). "Viviendo en El Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos". Barcelona : Gedisa Editorial..
- UNESCO (2000). Rapport Mondial sur la Communication et l'Information 1999-2000.. París : UNESCO..
- VIDAL BENEYTO, José, Coordinador (2002). "La ventana global. Ciberespacio, esfera pública mundial y universo mediático". Madrid : Taurus..
- WOLF, Mauro (1987). "La investigación en la comunicación de masas". Paidós Ibérica, Barcelona..
- WOLTON, Dominique (2006). "Salvemos la comunicación". Barcelona : Gedisa Editorial.



- ÁLVAREZ TEJEIRO, Carlos (2000). "Comunicación, Democracia y Ciudadanía. Fundamentos teóricos del Public Journalism". Buenos Aires : La Crujía..

METODOLOGÍA DOCENTE

Clases de teoría (lección magistral): Mediante la exposición oral del profesor y usando los medios tecnológicos adecuados, se exponen los contenidos desde una perspectiva general, ordenados sistemáticamente, aunque se hace imprescindible la participación por parte del alumnado, ya que es cuando él deberá reflexionar, recordar, preguntar, criticar y participar activamente en su desarrollo.

Simultáneamente se facilitará al alumno tanto una bibliografía útil, como direcciones de internet para consulta sobre cada uno de los temas. Se recomienda al alumno tomar sus propios apuntes, junto a las anotaciones que crea oportunas sobre el material que puede suministrar el profesor. En estas clases los alumnos adquieren principalmente las competencias conceptuales que son específicas de la asignatura.

Se podrán impartir a todo el grupo a la vez (grupo grande).

Clases de problemas y/o de prácticas: En ellas, el profesor expondrá a los alumnos supuestos prácticos y problemas relativos al ámbito de estudio con la finalidad de que vayan adquiriendo las capacidades y habilidades (competencias procedimentales) identificadas en las competencias. Se debatirán temas de actualidad relacionados con las lecciones teóricas. Se desarrollarán mediante la presentación de trabajos realizados en grupo sobre cuestiones del sistema mediático y las industrias culturales.

Para facilitar esta adquisición, los alumnos deberán enfrentarse a la resolución de problemas o prácticas propuestos propiciando el trabajo autónomo, independiente y crítico. Estas clases se podrán desarrollar o en el aula o en el laboratorio de informática según los medios tecnológicos necesarios para la adquisición de las competencias y deberán impartirse en grupos de tamaño pequeño.

Seminarios: En este caso, grupos reducidos de alumnos tutelados por el profesor, estudian y presentan al resto de compañeros algún trabajo relacionado con la asignatura tanto con la parte de teoría como de prácticas. De este modo, se propicia un ambiente participativo de discusión y debate crítico por parte del alumnado, tanto del grupo que expone como del que atiende a la explicación.

Mediante los trabajos en grupo y los seminarios se refuerzan las competencias específicas, las competencias transversales (instrumentales, personales y sistémicas) y las competencias actitudinales planteadas en la asignatura. Estos seminarios se completarán y desarrollarán en foros *online*, donde los estudiantes encontrarán recursos a su disposición para profundizar en los temas y problemas objeto de los seminarios y las prácticas, así como contribuir con sus propias aportaciones a dichos debates.

Tutorías: En ellas se, aclararán u orientarán de forma individualizada o por grupos reducidos, los contenidos teóricos y/o prácticos a desarrollar en las diferentes actividades formativas descritas anteriormente.

Trabajo autónomo del alumnado: Estudio de los contenidos de los diferentes temas, resolución de problemas y análisis de cuestiones teórico-prácticas, elaboración de trabajos tutelados tanto de teoría como de prácticas, actividades no presenciales grupales, así como el trabajo realizado en la aplicación de los sistemas de evaluación.



PROGRAMA DE ACTIVIDADES							
Primer cuatrimestre	Actividades presenciales (NOTA: Modificar según la metodología docente propuesta para la asignatura)						Actividades no presenciales (NOTA: Modificar según la metodología docente propuesta para la asignatura)
	Temas del temario	Sesiones teóricas (horas)	Sesiones prácticas (horas)	Exposiciones y seminarios (horas)	Tutorías colectivas (horas)	Exámenes (horas)	Estudio individual del alumno y preparación y realización de trabajos individuales y/o grupales.
Semana 1	Tema 1	2					4
Semana 2	Tema 1	2	1				4
Semana 3	Tema 2	2	1	1			4
Semana 4	Tema 2	2	1	1			4
Semana 5	Tema 2	2	2				4
Semana 6	Tema 3	2	1	1			4
Semana 7	Tema 3	2	1				4
Semana 8	Tema 4	2	1	1			4
Semana 9	Tema 4	2	1	1			4
Semana 10	Tema 4	2	1				4
Semana 11	Tema 5	2	2	1			4
Semana 12	Tema 5	2	1	1			4
Semana 13	Tema 5	2	1				4
Semana 14	Tema 6	2	1		2		4
Semana 15	Tema 6	2			2		4
Resto (período de exámenes o evaluación)	Examen final y trabajos de evaluación			2		2	30
Total horas		30	15	9	4	2	90



EVALUACIÓN

La participación activa y fundamentada del estudiante en clases prácticas y tutorías se valorará a los efectos de mejora de la nota global.

Para superar la asignatura será necesario que el estudiante obtenga en el examen final una nota mínima equivalente al 50% de la puntuación total.

- Peso porcentual del Examen Final: 60%
- Peso porcentual del resto de la evaluación: 40%

* En convocatorias posteriores a la ordinaria, el sistema de evaluación de la asignatura se centrará exclusivamente en la realización de un examen teórico sobre el temario impartido en clase y la bibliografía básica propuesta.

