

Convergencia Digital y Políticas de Comunicación

Código: 42442
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4313227 Medios, Comunicación y Cultura	OB	0	1

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Contacto

Nombre: Maria Corominas Piulats

Correo electrónico: Maria.Corominas@uab.cat

Prerequisitos

No hay prerequisitos específicos.

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Objetivos y contextualización

Objetivos

General:

Estudiar la evolución de las políticas de la comunicación y de la cultura ante las transformaciones tecnológicas y el crecimiento de la oferta de las comunicaciones.

Concretos:

Describir y analizar las políticas (fundamentalmente públicas) de comunicación y cultura en el contexto digital

Identificar las líneas principales de transformación de los medios de comunicación, vinculada a la convergencia tecnológica, la convergencia empresarial y la convergencia multimedia.

Competencias

- Dirigir y trabajar en equipos de carácter interdisciplinar.
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base y oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Poseer y comprender, de forma detallada y fundamentada, los aspectos teóricos y prácticos del campo de la comunicación y de la cultura.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
- Saber analizar el impacto de las estrategias de los grupos mediáticos en los procesos de comunicación social con el fin de promover nuevas formas de cultura y comunicación participativas.
- Ser capaz de planificar, dirigir y evaluar políticas culturales y de comunicación tanto en el ámbito local como internacional con el uso de las nuevas formas de comunicación social.

Resultados de aprendizaje

1. Asesorar a las políticas públicas de regulación de los sistemas de comunicación y cultura
2. Definir los rasgos principales del derecho de acceso en el nuevo entorno de las tecnologías digitales.
3. Demostrar comprensión de las políticas de la evolución de las políticas de la comunicación y la cultura en las últimas cuatro décadas.
4. Demostrar comprensión de las teorías de los estudios culturales aplicadas a la comunicación.
5. Demostrar comprensión de los fundamentos de la economía política de la comunicación.
6. Desarrollar habilidades para la cooperación entre las industrias culturales y los medios de comunicación
7. Dirigir y trabajar en equipos de carácter interdisciplinar.
8. Diseñar, planificar y dirigir acciones de política de comunicación para la resolución de los problemas planteados en los nuevos escenarios de la comunicación global
9. Identificar las nuevas formas que debe adoptar el servicio público de comunicación en la era digital
10. Planificar acciones de comunicación capaces de influir en los procesos de cambio social
11. Planificar acciones de política de comunicación adaptadas al nuevo entorno de la comunicación digital
12. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base y oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
13. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo

Contenido

Análisis de las políticas de comunicación y cultura ante la convergencia digital, los nuevos sistemas de comunicación en línea y la globalización.

Estudio de la evolución de estas políticas desde las 'políticas nacionales de comunicación' hasta los planteamientos de la Unión Europea, las políticas de sociedad de la información y la Convención de la UNESCO sobre diversidad cultural.

En el curso se hará especial énfasis en el estudio de la incidencia de la convergencia en el ámbito audiovisual, en el servicio público y en los grandes grupos mediáticos.

Ejes temáticos:

- Políticas de comunicación y cultura. Aspectos teóricos (3 sesiones)
- Convergencia digital y medios de comunicación (2 sesiones)
- Convergencia digital y audiovisual. Estudio de casos (5 sesiones)

Los principales referentes geopolíticos serán Europa y América Latina, con especial énfasis en las culturas de ámbito reducido y los efectos que pueden tener la globalización en ellas.

Esta guía docente incorpora la perspectiva de género en los contenidos y en el tratamiento.

Metodología

El curso se organiza en diez sesiones semanales de tres horas en que se combinan la exposición de los contenidos teóricos del temario en clases magistrales con discusiones sobre las lecturas.

Se pide participación activa de los estudiantes en forma de presentación y comentario de las lecturas.

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación del módulo. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento del módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
--------	-------	------	---------------------------

Tipo: Dirigidas

Sesiones teóricas y discusiones en clase	30	1,2	12, 6, 9
Tipo: Supervisadas			
Sesiones de tutorías y pruebas de evaluación	15	0,6	1, 12, 6, 8, 10, 11, 7
Tipo: Autónomas			
Lecturas, estudio personal y comentario escrito	105	4,2	1, 12, 2, 8, 9, 10, 11

Evaluación

EVALUACIÓN

El módulo consta de las siguientes actividades de evaluación:

1. Participación en, como mínimo, la exposición (en grupo) de una lectura en clase. Representará el 25% de la calificación final.
2. Realización de un comentario individual escrito (2.500 palabras) sobre una cuestión de actualidad relacionada con los temas del módulo. El comentario será compartido con el grupo por moodle. Representará el 20% de la calificación final
3. Asistencia y participación en las discusiones en el aula. Representará el 10% de la calificación final.
4. Examen final sobre los contenidos teóricos y las lecturas. Representará el 45% de la calificación final.

RECUPERACIÓN

El alumnado podrá recuperar el comentario escrito y/o el examen final siempre que se cumplan estas dos condiciones:

1. Que se haya presentado el comentario y se haya realizado el examen y se haya suspendido uno de ellos o ambos
2. Que la media ponderada de las calificaciones sea 3,5 o superior.

Para las personas que, de acuerdo con estos criterios, se presenten a las actividades de recuperación, la media ponderada de la evaluación se hará teniendo en cuenta la nota obtenida en esta actividad.

Por sus características, se excluyen de la recuperación la asistencia a clase y la presentación y discusión de textos en el aula (actividades 1 y 3).

Las fechas de evaluación y de recuperación se anunciarán el día de presentación del modulo. La información también se colgarà en el Campus Virtual.

REVISIÓN ORDINARIA DE NOTAS DE LAS ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

En caso de discrepancia con la calificación de las actividades evaluadas, el alumnado tendrá derecho a la revisión ordinaria de las pruebas con la profesora responsable del módulo. La fecha y el horario de la revisión ordinaria se harán públicos en el Campus Virtual.

REVISIÓN EXTRAORDINARIA DE LA CALIFICACIÓN FINAL DEL MÓDULO

En caso de discrepancia con la calificación final del módulo, el alumnado tendrá derecho a solicitar la revisión extraordinaria. El alumno/a tendrá que presentar, en el plazo de quince días naturales a partir de la publicación de la calificación final, una solicitud razonada al decanato de la Facultat de Ciències de la Comunicació, que se entregará en Gestión académica del Centro. La revisión se hará de acuerdo con las instrucciones sobre revisión extraordinaria aprobadas por la Junta de Facultad del día 5 de mayo de 2016, publicadas en el web de la Facultad:

<http://www.uab.cat/web/estudiar/grados/informacion-academica/evaluacion/revision-extraordinaria-de-la-calificac>

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Asistencia a las sesiones teóricas y participación en las discusiones en clase	10%	0	0	2, 5, 4, 6, 9
Examen final	45%	0	0	1, 12, 3, 5, 4, 6, 8, 10, 11, 13, 7
Participación en, como mínimo, la exposición en clase (en grupo) de una lectura	25%	0	0	12, 2, 3, 5, 4, 9
Realización de un comentario escrito individual, relacionado con los temas del módulo	20%	0	0	12, 2, 3, 5, 4, 9

Bibliografía

Acerbi, Alberto (2020) *Cultural evolution in the digital age*. Nueva York: Oxford University Press. Disponible via UAB: https://cataleg.uab.cat/iii/encore/record/C__Rb2084238?lang=cat

Becerra, Martín; Mastrini, Guillermo (2017). *La concentración infocomunicacional en América Latina (2000-2015)*. Bernal: Universidad Nacional de Quilmes.

Bonet, Montse (coord.) (2016) *El imperio del aire. Espectro radioeléctrico y radiodifusión*. Barcelona, Editorial UOC,.

Bulck, Hilde van; Puppis, Manuel; Simpson, Seamus (eds.) (2016) *European Media Policy for the Twenty First Century. assessing the past, setting the agendas for the future*. Nueva York: Routledge. Disponible via UAB https://cataleg.uab.cat/iii/encore/record/C__Rb1992312?lang=cat

Bulck, Hilde van den; Puppis, Manuel; Donders, Karen; Audenhove, Leo van (2019) *The Palgrave Handbook of Media Policy Research*. Nueva York: Palgrave Macmillan. Disponible via UAB https://cataleg.uab.cat/iii/encore/record/C__Rb2002966?lang=cat

Bustamante, Enrique (coord.) (2017). Informe sobre el estado de la cultura en España. Igualdad y diversidad en la era digital [ICE 2017] Madrid: Observatorio de Cultura y Comunicación. Fundación Alternativas. http://www.fundacionalternativas.org/public/storage/publicaciones_archivos/6cd717bd9f96c0d102a67139fa3ea3e

Chadwick, A. (2013-09-03). The Contemporary Contexts of Hybridity. In *The Hybrid Media System: Politics and Power*. : Oxford University Press,. <https://www.oxfordscholarship.com/view/10.1093/acprof:oso/9780199759477.001.0001/acprof-9780199759477-c>

Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2008-2009). Convergència tecnològica i audiovisual. A: *Quaderns del CAC*, 31-32. <https://www.cac.cat/acords-recerca/revista-quaderns-del-cac> (en català, en castellà i en anglès)

Corominas, María (2017). "La política audiovisual de la Unión Europea", a Fernández Alonso, Isabel (ed.) *Austeridad y clientelismo. Política audiovisual en España en el contexto mediterráneo y de la crisis financiera*, Barcelona, Gedisa, p. 69-93 Disponible via UAB https://cataleg.uab.cat/iii/encore/record/C__Rb2084646?lang=cat

Cuilenburg, Jan van; Denis McQuail (2003). Media Policy Paradigm Shifts. Towards a New Communications Policy Paradigm. *European Journal of Communication*, vol. 18(2), p. 181-207

Donders, Karen; Pawels, Caroline; Loisen, Jan (eds.) (2014) *The Palgrave Handbook of European Media Policy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. Disponible via UAB:
https://cataleg.uab.cat/iii/encore/record/C__Rb2084411?lang=cat

Dragomir, Marius; Thompson, Mark (eds.) (2014): Maping Digital Media Global Findings. *Digital Journalism. Making News, Breaking News*. New York: Open Society Foundations, July <
<http://www.opensocietyfoundations.org/sites/default/files/mapping-digital-media-overviews-20140828.pdf>>

Dwyer, Tim (2010) *Media Convergence*. Maidenhead, Berks. : McGraw-Hill : Open University Press

Flew, Terry; Iosifidis, Petros; Steemers, Jeanette (2016). *Global media and national policies: The return of the state*. Basingstoke: Palgrave Macmillan. Disponible via UAB
https://cataleg.uab.cat/iii/encore/record/C__Rb2002966?lang=cat

Freedman, Des (2008) *The Politics of Media Policy*. Cambridge: Polity Press.

Freedman, Des (2015) Paradigms of Media Power. *Communication, Culture & Critique*, 8, p.273-289

Hirst, Martin (2019) Navigating social journalism: a handbook for media literacy and citizen journalism. Nueva York: Rougledge. Disponible via UAB: https://cataleg.uab.cat/iii/encore/record/C__Rb2071839?lang=cat

Iosifidis, Petros (2011). *Global media and communication policy*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Jin, Dal Yong (2013). *De-convergence of global media industries*. Nova York-Londres: Routledge. Disponible via UAB: https://cataleg.uab.cat/iii/encore/record/C__Rb2084414?lang=cat

Lazer, D.M. et al (2018, 9 mar) The science of fake news, Science vol. 359:6380, p.1094-1097

Mosco, V. (2017). Becoming digital : Toward a post-internet society. <https://ebookcentral.proquest.com>

Picard, Robert G.; Pickard, Robert (2017) *Essential Principles for Contemporary Media and Communication Policymaking*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.

Reuters Institute for the Study of Journalism (2019): *Digital News Report 2019* Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism. University of Oxford. <http://www.digitalnewsreport.org/>

Storsul, Tanja; Dagny Stuedahl (eds.) (2007). *Ambivalence towards convergence: Digitalization and media change*. Göteborg: Nordicom.

Shäfer, Mirko Tobias; van Es, Karin (2017) *The Datafied Society. Studying Culture through Data* Amsterdam: Amsterdam University Press.

Tresserras, Joan Manuel (2010). *Polítiques de comunicació i cultura i construcció nacional*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.

Waisbord, Silvio (2013) Media policies and the blindspots of media globalization: insights from Latin America, *Media, Culture & Society*, 35(1), p.132-138