Estructura del sistema de medios

Curso Académico: (2022 / 2023) **Fecha de revisión: 04-06-2021**

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Comunicación

Coordinador/a: GARCIA SANTAMARIA, JOSE VICENTE

Tipo: Formación Básica Créditos ECTS : 6.0

Curso : 1 Cuatrimestre : 2

Rama de Conocimiento: Ciencias Sociales y Jurídicas

REQUISITOS (ASIGNATURAS O MATERIAS CUYO CONOCIMIENTO SE PRESUPONE)

"la noticia periodistica", "Periodismo Interpretativo", "Periodismo digital" y "Metodologías de Investigación"

OBJETIVOS

Conocimiento de las principales características del sistema de medios en un marco globalizado y de los efectos sobre la información periodística de una economía de medios centrada en la constitución de grandes grupos de comunicación, pero también de grandes empresas de Internet y empresas de telecomunicaciones.

Conocimiento de la influencia del entorno económico, social y político en la economía política de los media.

Conocimiento de las nuevas funciones del periodista e integración informativa en el marco de grupos multimedia. Criterios para valorar y generar información de calidad en el nuevo entorno global.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

El programa se inicia con una introducciòn sobre el marco teórico de la asignatura y los principales conceptos que se van a manejar a lo largo del curso: concentración, pluralismo, diversidad, fusiones y absorciones, economías de escala, integración vertical y horizontal o conglomerados multimedia.

PRIMERA PARTE

1.El sistema de medios. Los conceptos esenciales: pluralismo, diversidad, reformas regulatorias, economía de los media, concentración y competencia y globalización, digitalización, integración vertical y horizontal, economías de escala y conglomerados mediáticos.

2. Las industrias culturales en España. Industria audiovisual (cine y TV). Industria de la prensa, radio e Internet.

3. El mercado periodístico español. Modelos de negocio y transición al digital. Modelos de negocio con carácter experimental e innovador. El futuro de los medios tradicionales. La prensa regional.

4. El mercado televisivo en España. La televisión de pago en España. El papel de Telefónica, Vodafone y Orange. Los cambios regulatorios: el duopolio televisivo de Atresmedia y Mediaset España. El papel de la Corporación RTVE como garante de servicio público.

5. Grupos de comunicación en España. La continuidad del oligopolio mutante: del grupo Prisa a Telefónica.Concentración y pluralismo en los media españoles. Deuda y financiarización. Falta de internacionalización.

6, 7, 8 y 9. Estudio de los principales grupos multimedia: Prisa, Mediapro, Telefónica, Vocento, Unidad Editorial, Atresmedia y Mediaset España.La lucha por los contenidos. El papel de Telefónica (Movistar TV) y de otras compañías de telecomunicaciones. La disputa de los principales contenidos Premium: derechos de retransmisiones deportivas y televisiones. Output deals y volumen deals con el mercado de Hollywood. El auge del VoD en España.

SEGUNDA PARTE

1. El sistema de medios europeo. Principales características. La desregulación televisiva de los años ochenta. Casos de estudio: Grupo Kirch y el fracaso de Canal+ France y su absorción por Vivendi.Las políticas de "excepción cultural" francesas y el deseo de Canal+ de convertirse en otra major hollywoodense. Paradigmas de éxito: Bertelsmann y BskyB.

2. Estructura en la era del digital media. "Desconvergencia" en las industrias globales de comunicación. Casos de estudio: fusión de AOL-Time Warner, integración de redes y contenidos. Causas del fracaso, Estudio de la absorción de NBC Universal por la cablera Comcast y las razones del éxito.

9. La respuesta de las empresas tradicionales de contenidos: Disney, Time Warner, Viacom y News Corp. La puesta en marcha de Hulu.

10. Nuevas audiencias y nuevos negocios: de la TV etiquetada a las plataformas de VoD como nueva modalidad de consumo audiovisual. La irrupción de Netflix.

11. La intersección de las compañías de Internet, empresas de telecomunicación y empresas de contenidos. El dominio global de los contenidos. La compra de Direct TV y Time Warner por AT&T.

12. La amenaza de los GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon y Microsoft): un prime time de 24 horas al día. La creación y distribución de contenidos. Globalización y creación de barreras de entrada a nuevos competidores. ¿El fin de los grandes conglomerados mediáticos del pasado?

13. Recapitulación: las consecuencias de la digitalización. Ganadores y perdedores. Los nuevos modelos de negocio en la red.

ACTIVIDADES FORMATIVAS, METODOLOGÍA A UTILIZAR Y RÉGIMEN DE TUTORÍAS

Combinación de enseñanzas teóricas (3ECTS) y casos prácticos (3ECTS). Las primeras se orientarán en un doble sentido: Clases magistrales y trabajo conceptual por parte del alumno a partir de las directrices impartidas en las mismas y de los repertorios conceptuales transmitidos, promoviendo el trabajo en colaboración de los alumnos a través de las nuevas opciones de trabajo virtual.

Los trabajos y actividades que complementan la parte teórica de cada una de las sesiones comprenden los siguientes aspectos:

1. Casos de estudio y análisis de experiencias, tanto en grupo como de forma individual. En el primero de los casos (grupos de tres personas como máximo) para evaluar las capacidades de trabajo en equipo. Y, en el segundo, para evaluar también el rendimiento individual.

2. Prácticas después de las clases teóricas, fijadas en el programa del curso y que supondrán "case studies", que complementarán de manera efectiva los temas expuestos en las clases magistrales.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

El 40 por ciento de la nota final derivará de su calificación en ejercicios y trabajos prácticos desarrollados a lo largo del curso, de acuerdo con la metodología planteada: experiencias y casos de estudio, lecturas y comentarios, junto con el análisis y debate regular sobre los casos que contempla la asignatura.

El 60 por ciento restante derivará de la participación del alumno en el seguimiento de la asignatura y en las dos pruebas conceptuales o en el examen final. En cualquier caso, para superar la asignatura, el alumno debe obtener al menos un 4 en la calificación teórica.

El dominio de las normas de la lengua castellana es un requisito indispensable para superar la asignatura (corrección lingüística: puntuación, acentuación, corrección gramatical y precisión léxica).

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

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- -Alcolea-Díaz, G. y García-Santamaría, J.V. ¿Los derechos audiovisuales del fútbol en España en la era digital: entre la televisión de pago y el streaming", Revista Latina de Comunicación Social, 74, pp. 418 a 433., 2019

- AEDE "Libro Blanco de la prensa diaria", AEDE, 2017

- ALMIRÓN, N. y SEGOVIA, A. I. "Financialización, Economic Crisis, and Corporate Strategies in Top

Media Companies: The Case of Grupo Prisa¿, International Journal of Communication, 6, 2894-2917., 2012

- ALVAREZ MONZONCILLO, J. M. La televisión etiquetada: nuevas audiencias, nuevos negocios., Ariel/Fundación Telefónica, 2011
- Azurmendi, Ana "La reforma de la televisión pública", Tirant lo blanch, 2007
- BUSTAMANTE, E. Un análisis consolidado de análisis sobre el futuro audiovisual digital (prólogo). En Francés i Doménec (rdic.). Hacia un nuevo modelo televisivo. , Gedisa, 2009
- Bustamante, Enrique "La televisión económica", Gedisa, 2004
- CASTELLS, MANUEL Comunicación y poder, Alianza, 2009
- Campos Freire, Francisco "Comunicación y gobernanza en Europa", Universitas, 2011
- Díaz Nosty, Bernardo "La prensa en el nuevo ecosistema informativo. ¡Que paren las rotativas¡, Ariel/Fundación Telefónica, 2013
- Epstein, Jay "La gran ilusión", Tusquets Editores, 2007
- FERNÁNDEZ, I. y SANTANA, F. (2000) Estado y medios de comunicación en la España democrática. , Alianza, 2000
- Franquet, Rosa "La radio ante la digitalización: renovarse en la incertidumbre", Gedisa, 2003
- GARCÍA CASTILLEJO, A (2009). Pluralidad y concentración en el sistema audiovisual español. En Francés i Doménec, M. (edic.): Hacia un nuevo modelo televisivo (pp. 129-140). , Gedisa, 2009
- GARCÍA SANTAMARÍA, J. V. Y FERNÁNDEZ-BEAUMONT, J ¿Los grupos de comunicación y la televisión en España: la continuidad del oligopolio mutante¿, pp. 156-169. , En Casero Ripollés, A. y Marzal Felici, J. (edic.): Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias.Comunicación Social, 2011
- GARCÍA SANTAMARÍA, J. V. Y LÓPEZ VILLANUEVA, J Crisis y deuda en los grandes grupos multimedia españoles., Cuadernos Artesanos de Latina/23. Sociedad Latina de Comunicación Social., 2012
- GARCÍA SANTAMARÍA, J. V. y ALCOLEA, G. Los derechos audiovisuales de retransmisiones deportivas y su repercusión en el mercado televisivo español. , Revista Razón y Palabra, nº 77. Disponible en línea en www.razonypalabra.org.mx, 2011
- GARCÍA SANTAMARÍA, J.V. (Coord.) Concentración y pluralismo en los medios de comunicación españoles. Cuadernos artesanos de comunicación, nº 38., Sociedad Latina de Comunicación Social. , 2013
- García Castillejo, Ángel "Régimen jurídico y mercado de la televisión de pago en España", UOC, 2012
- García Santamaría, J.V., Pérez Serrano, M. J. y Alcolea Díaz, G. "Prisa en el sistema mediático español: del liderazgo a la pérdida de centralidad", El Profesional de la Información. Vol. 28, nº 6, , 2019
- García Santamaría, J.V., Pérez Serrano, M.J. y Alcolea Díaz, G. ¿UnidadUnidad Editorial como ¿caso de estudio¿ sobre las limitaciones de la integración horizontal en el sector de la prensa¿, , Textual and Visual Media, Nº 9, pp. 133-154, 2016
- García Santamaría, José Vicente Grupos multimedia en España: análisis y estrategias, UOC, 2016
- García-Santamaría, J. V. y Pérez-Serrano, M. J. ¿Grupos de comunicación en España: madurez y profundas transformaciones en un final de ciclo", Palabra Clave, 23(4),, 2020
- MOSCO, V. La economía política de la comunicación. Reformulación y renovación., Bosch, 2009
- Miguel de Bustos, J.C. y Casado del Río, M. A. (edic.) "Televisiones autonómicas", Gedisa, 2012
- PROJECT FOR EXCELLENCE IN JOURNALISM. (2013) "The State of the News Media 2013", PEJ. Publicado en internet: http://www.stateofthenewsmedia.org.
- Pérez Serrano, Mª J. y García Santamaría, J.V. ¿Vocento o los límites de la prensa regional¿., Estudios sobre el Mensaje Periodístico. 24(1) 2018: 311-32, 2018
- SALAVERRÍA, R ¿Ciberperiodismo sin periodistas? Diez ideas para la regeneración de los profesionales de los medios digitales, En Campos Freire, F. (coord.): El cambio mediático, pp. 236-249. Zamora/Sevilla: Comunicación Social., 2010
- SÁNCHEZ-TABERNERO, A Los grupos de comunicación en España: estrategias frente a la crisis, En Campos Freire, F. (Coord.): El cambio mediático. Comunicación Social., 2010
- Vilches, Lorenzo "Convergencia y transnacionalidad", Gedisa, 2013
- ZALLO, R Estructuras de la comunicación y la cultura. , Gedisa, 2011
- Álvarez Monzoncillo, J. M. "la industria cinematográfica: enfermedades crónicas e incertidumbres ante el mercado digital", Gedisa, 2002

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Arnanz, Carlos "Negocios de televisión", Gedisa, 2002
- BBC (2007) "Directrices editoriales. Valores y criterios de la BBC", Madrid: Asociación de la Prensa de Madrid.
- Bustamante, Framquet, garcía Leyva, López y Pereira "Alternativas en los medios de comunicación digitales", Fundación Alternativas/Gedisa, 2008
- Cullel March, Cristina "Y después de la TDT, qué?, Los libros de Albanta, 2012

- Reig, Ramón y Labio, Aurora "El laberinto mundial de la información. Estructura mediática y poder"., Antrophos, 2017
- Salavería, Ramón Ciberperiodismo en Iberoamérica, Ariel/Fundación Telefónica, 2016

- Salavería, Ramón Ciberperiodismo en Iberoamérica, Ariel/Fundación Telefónica, 2016

RECURSOS ELECTRÓNICOS BÁSICOS

- Alcolea Días, G. y García Santamaría, J.V. . ¿Los derechos audiovisuales del fútbol en España en la era digital: entre la televisión de pago y el streaming¿. Revista Latina de Comunicación Social, 74, pp. 418 a 433. l : http://www.revistalatinacs.org/074paper/1338-21es.html
- García-Santamaría, J. V. y Pérez-Serrano, M. J. . Palabra Clave, 23(4), e2345. 5 . ¿Grupos de comunicación en España: madurez y profundas transformaciones en un final de ciclo¿: https://doi.org/10.5294/pacla.2020.23.4.5

- Pérez Serrano, Mª José, García Santamaría, José Vicente . ¿El papel de los periodistas influencers en las empresas mediáticas: su valor, poder y condiciones económicas¿. : https://dx.doi.org/10.5209/esmp.70266

- Pérez Serrano, Mº José y García Santamaría, J.V. . "Vocento o los límites de la prensa regional": https://doi.org/10.5209/ESMP.59952