

ASIGNATURA 3.2.1:

- Denominación de la asignatura: **PERIODISMO AUDIOVISUAL Y NUEVOS FORMATOS TELEVISIVOS: TIPOLOGÍA, EVOLUCIONES Y DISTORSIONES**
- Número de créditos europeos (ECTS): 5
- Carácter: Optativo
- Profesores: Juan Francisco Gutiérrez Lozano (UMA) y Josep Lluís Gómez Mompert (UV)
- Unidad Temporal: Segundo semestre
- **Actividades formativas y su relación con las competencias:**

Actividades de carácter presencial-CONFERENCIAS, LECCIONES MAGISTRALES O CLASES TEÓRICAS.

-ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS O DIRIGIDAS (Clases prácticas; Técnicas didácticas grupales (Visionado y evaluación colectiva de materiales informativos televisivos); Técnicas de trabajo en equipo (análisis de contenidos audiovisuales periodísticos); Técnicas didácticas individualizadas; Tutorías (individuales o grupales) y estudio dirigido.

Actividades de carácter no presencial

CAMPUS VIRTUAL COMO HERRAMIENTA DE APRENDIZAJE Y COMUNICACIÓN: Actividades en el Campus Virtual (Foros, debates, etc.); Lectura y comentario de artículos científicos y capítulos de libros; Análisis de espacios, géneros y formatos informativos estatales e internacionales; tutorías a través de la red.

Objetivos que persigue la metodología propuesta:

-Analizar y entender la historia de la televisión informativa desde su implantación como medio masivo, así como el contexto actual de su desarrollo y transformación hacia modelos digitales de producción y distribución de información.

-Aprender las claves de la programación y el papel que desempeñan en ella los distintos formatos informativos que coexisten, así como la deriva de los géneros informativos hacia otros modelos que distorsionan la labor periodística.

-Instruir a los alumnos en las metodologías de análisis de programas, así como facilitar las claves para interpretar la segmentación de las audiencias que están produciendo las nuevas ofertas de televisión y la reconversión del papel de las mismas hacia conceptos ligados a la interactividad. Análisis comparativos de programas informativos de la oferta estatal e internacional. Dotar al alumno de una conciencia clara sobre la importancia de los medios audiovisuales para el desarrollo social.

-Conocer el espacio mediático audiovisual autonómico en España y determinar las claves para interpretar su distinta función, seguimiento y resultados, especialmente en lo concerniente a la programación televisiva, con especial hincapié en los formatos informativos.

-Explorar la realidad audiovisual local, analizando las potencialidades de la televisión, sus carencias, y los desarrollos necesarios para que su configuración como medios de proximidad y participación ciudadana.

- **Sistemas de evaluación y calificación:**
 - Asistencia a clases teóricas presenciales.
 - Entrega de trabajos solicitados por el profesor.
 - Contribuciones obligadas en los foros y tareas que se organicen a través del Campus Virtual de la UMA sobre distintos aspectos relacionados con la información audiovisual o el medio televisivo (análisis, lecturas, comentarios, etc.).
- **Breve descripción de los contenidos:**
 - Periodismo audiovisual, innovación tecnológica y desarrollo de nuevos géneros y formatos periodísticos audiovisuales. Nuevos contextos de la información audiovisual

en los entornos multimedia. La interactividad en la televisión digital y sus usos informativos. Canales generalistas y canales temáticos de difusión por cable y satélite. Prospectiva sobre el periodismo audiovisual en España y tendencias internacionales.

-Géneros y formatos informativos televisivos en la Televisión Digital Terrestre. Tipología, evolución y distorsión de los formatos televisivos informativos. De la “ventana abierta al mundo” a la realidad de lo televisado. Historia y evolución de la información televisiva.

-Técnicas de programación en televisión. Funcionamiento de la industria de la televisión. Los flujos de audiencia máxima y la fragmentación de las audiencias. Estrategias de programación.

-Nuevos entornos profesionales para el periodismo audiovisual. Audiencia, público y mercado. La medición de las audiencias. Criterios cuantitativos y cualitativos. Características de los consumos en los diferentes ámbitos territoriales e individuos (sexo, edad, nivel de formación). La audiencia como productora de contenidos informativos audiovisuales.