

**COURSE DATA****Data Subject**

Code	36634
Name	Estructura de la comunicació
Cycle	Grade
ECTS Credits	6.0
Academic year	2021 - 2022

Study (s)

Degree	Center	Acad. Period	year
1334 - Degree in Journalism	Faculty of Philology, Translation and Communication	2	First term

Subject-matter

Degree	Subject-matter	Character
1334 - Degree in Journalism	8 - Organización y producción informativas	Obligatory

Coordination

Name	Department
VALERA ORDAZ, LIDIA	340 - Language Theory and Communication Sciences

SUMMARY**English version is not available**

La asignatura 'Estructura de la Comunicación e Industrias Culturales' se integra en el módulo obligatorio del Grado de Periodismo, junto con las de 'Historia de la Comunicación', 'Historia del mundo actual', 'Derecho de la comunicación', 'Sociedad actual', 'Introducción a la economía actual', 'Instituciones Políticas Contemporáneas', 'Expresión oral y escrita para medios de comunicación I (en español)', 'Expresión oral y escrita para medios de comunicación II (en catalán)', 'Teorías de la Comunicación y Documentación Comunicativa'.

Con la asignatura "Estructura de la Comunicación e Industrias Culturales", se pretende que el estudiante del Grado de Periodismo obtenga conocimientos sobre los medios de comunicación concebidos como una industria y un sector productivo con características particulares, además de familiarizarse con los principales tipos de sistemas mediáticos que existen en las sociedades occidentales y sus características más relevantes. Se trata, en pocas palabras, de que el estudiante comprenda cómo dos grandes fuerzas han



influido e influyen en la configuración de los sistemas de medios de comunicación. Estas dos fuerzas incluyen los factores económicos –el mercado-, por un lado, y las fuerzas políticas–el Estado, los actores políticos organizados-, por otro.

El estudiante se aproximará, en primer lugar, al estudio de la industria mediática atendiendo a cuestiones como su estructura de propiedad, su orientación comercial, la relevancia estructural de la publicidad como fuente de ingresos del sector y las distintas formas de regulación estatal que existen sobre los medios de comunicación y las industrias culturales. Asimismo, la exposición de estas cuestiones le aproximará al estudio específico de la organización y el funcionamiento de los principales conglomerados y grupos de comunicación a escala internacional, española y regional, así como a los procesos de ideación, producción y distribución de productos culturales y contenidos mediáticos.

En segundo lugar, el estudiante también se iniciará en el estudio comparado de los sistemas mediáticos a tenor de la influencia que han desempeñado los sistemas políticos en su desarrollo histórico, y obtendrá un conocimiento pormenorizado de los principales modelos de sistemas mediáticos que existen en las sociedades democráticas, en función de su trayectoria histórica y de su relación con los sistemas políticos: 1) el modelo liberal o del Atlántico Norte, 2) el modelo democrático corporativo o del Norte y Centro de Europa, y 3) el modelo pluralista polarizado o mediterráneo.

Finalmente, conviene destacar que los estudiantes que se matriculan en la asignatura de ‘Estructura de la Comunicación e Industrias Culturales’ no deben tener competencias previas específicas ni conocimientos especiales, más allá de los adquiridos en el primer curso del Grado en Periodismo y en su educación secundaria. Y, por supuesto, de una voluntad de participar en todas las actividades que se planteen en clase, y de una capacidad crítica y curiosidad suficientes para formular preguntas pertinentes sobre la realidad y las cuestiones objeto de estudio.

PREVIOUS KNOWLEDGE

Relationship to other subjects of the same degree

There are no specified enrollment restrictions with other subjects of the curriculum.

Other requirements

Los alumnos que se matriculan en la asignatura de Estructura de la Comunicación e Industrias Culturales no deberán tener competencias previas especiales, más allá de las adquiridas en el primer curso del Grado en Periodismo. Y, por supuesto, de una voluntad de participar en todas las actividades que se planteen en clase, y de una capacidad crítica y curiosidad suficientes para formular preguntas pertinentes sobre la realidad social y comunicativa que les rodea.

1334 - Degree in Journalism

- Students must have acquired knowledge and understanding in a specific field of study, on the basis of general secondary education and at a level that includes mainly knowledge drawn from advanced textbooks, but also some cutting-edge knowledge in their field of study.



- Students must be able to apply their knowledge to their work or vocation in a professional manner and have acquired the competences required for the preparation and defence of arguments and for problem solving in their field of study.
- Students must have the ability to gather and interpret relevant data (usually in their field of study) to make judgements that take relevant social, scientific or ethical issues into consideration.
- Students should be able to work as a team, communicate their own ideas and integrate themselves into group projects aimed at achieving results.
- Que los estudiantes tengan la capacidad y la creatividad necesarias para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producci3n comunicativa, aplicando soluciones y puntos de vista fundados en el desarrollo de los proyectos.
- Students should be able to adapt to technological and socio-occupational changes.
- Students should be able to obtain and select relevant information and sources in order to solve problems and elaborate on strategies.
- Students should be able to express themselves fluently and effectively in their own languages, as well as in a third language (preferably English), taking advantage of the linguistic and literary resources that are most appropriate for the different forms of media.
- Students should be able to search for, select, read, interpret and analyse both written and audiovisual texts and documents (analytically, synthetically and critically).
- Students should have an understanding of own and other social, historical, economic and cultural aspects within their relevant contexts.

English version is not available

WORKLOAD

ACTIVITY	Hours	% To be attended
Theory classes	60,00	100
Development of group work	30,00	0
Development of individual work	30,00	0
Preparation of evaluation activities	30,00	0
TOTAL	150,00	

TEACHING METHODOLOGY



English version is not available

EVALUATION

English version is not available

REFERENCES

Basic

- CASTELLS, M. (2009). *Comunicaci3n y poder*. Madrid: Alianza.
- CROTEAU, D. y HOYNES, W (2014). *Media & Society: Industries, Images and Audiences*. Thousand Oaks, California: Sage.
- GARCÍA SANTAMARÍA, J.V. (2013): *Televisi3n y concentraci3n en Espa3a: el duopolio de Mediaset y Atresmedia*, en *Palabra Clave* 16 (2), pp. 366-397.
- GARCÍA SANTAMARÍA, J.V. (2016). *Los grupos multimedia espa3oles: an3lisis y estrategias*. Barcelona: UOC.
- GARCÍA SANTAMARÍA, J.V. y PÉREZ SERRANO, M.J. (2020). *Grupos de comunicaci3n en Espa3a: madurez y profundas transformaciones en un final de ciclo*. *Palabra Clave*, 23(4), e2345. <https://doi.org/10.5294/pacla.2020.23.4.5>
- HALLIN, D.C. y MANCINI, P. (2008): *Sistemas medi3ticos comparados*. Barcelona: Hacer.
- JIMÉNEZ, D. (2019). *El director: Secretos e intrigas de la prensa narrados por el exdirector de El Mundo*. Madrid: Libros del K.O.
- MASTRINI, G. (2017). *Economía Polítca de la Comunicaci3n e Industrias Culturales: apuntes sobre su vigencia actual*. *Revista Internacional de Comunicaci3n y Desarrollo*, 5, pp. 139-148.
- ZALLO, R. (2007). *La economía de la cultura (y de la comunicaci3n) como objeto de estudio*. *Zer: Revista de estudios de comunicaci3n*, 22, pp. 215-234.

Additional

- BOLAÑO, C. (2013). *Industria cultural, informaci3n y capitalismo*. Barcelona: Gedisa.
- BUSTAMANTE, E. (coord.) (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicaci3n: Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- BUSTAMANTE, E. y ZALLO, R. (coord.) (1988). *Las industrias culturales en Espa3a*. Madrid: Akal.
- CARBONELL, J. M. (2012). *El futuro de la comunicaci3n: redes, medios y poder*. Barcelona: Editorial UOC.



- CASTELLS, M. (1996). La era de la informació. Economía, sociedad y cultura. La sociedad red. Madrid: Alianza.
- CASTELLS, M. (1997). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. El poder de la identidad. Madrid: Alianza.
- CASTELLS, M. (1998). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Fin de milenio. Madrid: Alianza.
- CORDERO, J.A. (2015). La mediación de la información en Internet: evolución, tendencias y riesgos, en DÍGITOS, n. 1, pp. 13-36.
- CURRAN, J. (2005). Medios de comunicación y poder. Barcelona: Hacer D. L.
- FUCHS, C. (2014). Social Media: A Critical Introduction. London: Sage.
- FUCHS, C. (2018). Digital Demagogue: Authoritarian Capitalism in the Age of Trump and Twitter. Londres: Pluto Books.
- GARCÍA SANTAMARÍA, J.V.; BARRANQUERO CARRETERO, A. y ROSIQUE CEDILLO, G. (2017): El mercado televisivo español del siglo XXI: concentración y precariedad, en Observatorio (OBS*) Journal, 11(3), pp. 140-152.
- GITLIN, T. (2005). Enfermos de información. De cómo el torrente mediático está saturando nuestras vidas. Barcelona: Paidós.
- HALLIN, D. y MANCINI, P. (2016). Ten Years After Comparing Media Systems: What Have We Learned?, en Political Communication, 34(2), pp. 155-171.
- JONES, D. E. (2016). Industrias de la comunicación y la cultura en España y Cataluña. Documentos de estudio.
- LAGUNA, A. (Ed.) (2000). La comunicación en los 90. El mercado valenciano. Valencia: Ed. Universidad Cardenal Herrera-CEU San Pablo.

ADDENDUM COVID-19

This addendum will only be activated if the health situation requires so and with the prior agreement of the Governing Council

English version is not available

ESCENARIO 1: MODALIDAD DE DOCENCIA HÍBRIDA

1. Contenidos

Se mantienen los contenidos inicialmente recogidos en la guía docente



2. Volumen de trabajo y planificaci3n temporal de la docencia

Mantenimiento del peso de las diferentes actividades que suman las horas de dedicaci3n en cr3ditos ECTS marcadas en la gu3a docente original

3. Metodolog3a docente

1. Clase presencial te3rica / pr3ctica
2. Clase virtual te3rica / pr3ctica por videoconferencia s3ncrona + publicaci3n de materiales en el Aula Virtual
3. Tutor3as exclusivamente mediante el servicio de mensaje interno de Aula Virtual (en ning3n caso por correo electr3nico)

4. Evaluaci3n

Examen presencial/virtual a trav3s del Aula Virtual (seg3n circunstancias)

5. Bibliograf3a

La bibliograf3a recomendada se mantiene porque es accesible

ESCENARIO 2: MODALIDAD DE DOCENCIA NO PRESENCIAL

en el caso de que la situaci3n sanitaria obligue a un nuevo confinamiento

1. Contenidos

Se mantienen los contenidos inicialmente recogidos en la gu3a docente

2. Volumen de trabajo y planificaci3n temporal de la docencia

Mantenimiento del peso de las diferentes actividades que suman las horas de dedicaci3n en cr3ditos ECTS marcadas en la gu3a docente original

3. Metodolog3a docente

1. Publicaci3n de materiales en el Aula virtual
2. Videoconferencia s3ncrona BBC
3. Tutor3as exclusivamente mediante el servicio de mensaje interno de Aula Virtual (en ning3n caso por correo electr3nico)

4. Evaluaci3n



Examen online

5. Bibliografĳa

La bibliografĳa recomendada se mantiene porque es accesible.

