

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	33360
Nombre	Estructura de la Comunicación e Industrias Culturales
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2019 - 2020

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1308 - Grado Periodismo	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	2	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Carácter
1308 - Grado Periodismo	9 - Organización y Producción Informativas	Obligatoria

Coordinación

Nombre	Departamento
VALERA ORDAZ, LIDIA	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

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' el estudiante del grado de Periodismo ha de obtener 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 avanzadas y sus características. El estudiante se aproximará, en primer lugar, al estudio de la industria mediática atendiendo a cuestiones como su estructura de propiedad, la orientación comercial de las empresas mediáticas, 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 grupos de comunicación a escala internacional, española y valenciana. En segundo lugar, el estudiante también se iniciará en el estudio comparado de los sistemas mediáticos, y deberá obtener 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.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

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 y las cuestiones objeto de estudio.

COMPETENCIAS

1308 - Grado Periodismo

- Capacidad para identificar la estructura de los medios de comunicación social y de vincularlos a los marcos legales, políticos y económicos que configuran su entorno, así como de explicar e interpretar las industrias culturales modernas y sus transformaciones en la era digital.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Familiarizar al estudiante con diferentes análisis sobre los aspectos económicos del estudio de la estructura de la comunicación, como la estructura de propiedad, los mercados oligopólicos, la orientación comercial, la publicidad, etc.
2. Dotar a los estudiantes de conocimientos básicos sobre el funcionamiento de los procesos de producción y distribución que caracterizan al sector de los medios de comunicación.
3. Capacitar al alumno para entender las consecuencias sociales, políticas y económicas que tienen las dinámicas de producción de las industrias culturales contemporáneas.
4. Describir los fundamentos de la estructura de la comunicación de masas en el contexto de las grandes tendencias económicas en el que se inscribe: globalización, desregulación, concentración de la propiedad, convergencia tecnológica, etc.



5. Analizar la función de las instituciones públicas en el sector de la comunicación y de las industrias culturales atendiendo a diversas formas de regulación y ordenación de su actividad.
6. Iniciar al alumno en el estudio comparado de los sistemas mediáticos, prestando atención a las trayectorias históricas de distintos grupos de países y a la relación estructural que exhiben los medios con el sistema político en cada uno de ellos.
7. Analizar los aspectos históricos, económicos, sociales, políticos y culturales de los tres modelos de sistemas mediáticos: 1) el liberal, 2) el democrático corporativo y 3) el pluralista polarizado.
8. Describir a grandes rasgos los sistemas comunicativos regionales, nacionales e internacionales.
9. Conocer los principales grupos de comunicación, sus relaciones y estrategias empresariales.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Introducción al estudio de la estructura de la comunicación

- 1.1. La importancia de los medios de comunicación de masas
- 1.2. Los medios y la sociedad: socialización y relaciones sociales
- 1.3. Estructura y agencia: dos conceptos fundamentales

2. La industria mediática y su estructura de propiedad

- 2.1. Introducción: los medios como industria
- 2.2. La propiedad de los medios: concentración, conglomerados e integración
- 2.3. Consecuencias de los conglomerados, la integración y la concentración
- 2.4. Apuntes sobre la estructura mediática en España

3. La orientación comercial de los medios y la publicidad

- 3.1. La orientación comercial de los medios
- 3.2. La publicidad: impacto y evolución histórica
- 3.3. Transformaciones recientes: digitalización y fragmentación
- 3.4. El mercado de la televisión

4. La regulación de la industria mediática

- 4.1. La libertad de prensa vs. el interés público
- 4.2. La regulación en perspectiva internacional
- 4.3. El debate sobre la regulación: intereses en conflicto
- 4.4. La regulación de los medios de masas: propiedad, contenidos, etc.
- 4.5. La regulación en la era de Internet



5. Introducción a los sistemas mediáticos comparados

- 5.1. La estructura de los mercados de los medios
- 5.2. El paralelismo político
- 5.3. La regulación de la radiotelevisión
- 5.4. La profesionalización
- 5.5. El papel del Estado

6. El modelo Mediterráneo o pluralista polarizado

- 6.1. Raíces políticas y literarias del periodismo
- 6.2. El paralelismo político
- 6.3. La profesionalización
- 6.4. La autonomía periodística versus la instrumentalización
- 6.5. Los medios y el Estado
- 6.6. La historia, estructura y cultura política

7. El modelo del Norte y Centro de Europa o democrático corporativo

- 7.1. Raíces de la prensa impresa
- 7.2. Entre el mercado y el partidismo
- 7.3. El Estado y los medios
- 7.4. La gestión de la radiotelevisión pública
- 7.5. La profesionalización
- 7.6. La decadencia y persistencia del paralelismo político
- 7.7. La historia, estructura y cultura política

8. El modelo del Atlántico Norte o liberal

- 8.1. Liberalismo y desarrollo de la prensa comercial de gran tirada
- 8.2. El paralelismo político
- 8.3. La profesionalización
- 8.4. El papel del Estado
- 8.5. La gestión de la radiotelevisión
- 8.6. La historia, estructura y cultura política

**VOLUMEN DE TRABAJO**

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	50,00	100
Prácticas en aula	10,00	100
Elaboración de trabajos en grupo	30,00	0
Elaboración de trabajos individuales	30,00	0
Preparación de actividades de evaluación	30,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

- Clases teóricas, a través de las cuales se expondrán los contenidos de la asignatura.
- Actividades prácticas a realizar en las sesiones teóricas con motivo de ejemplificar los contenidos y consolidar la adquisición de competencias.
- Sesiones prácticas en las que se propondrá la lectura y discusión de distintos textos (estudios, noticias, documentales, películas) que aportará el profesor.

EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura se hará a través de tres procedimientos:

1ª convocatoria:

- Realización de un examen sobre la materia de las clases teóricas en el día señalado, incluidos los contenidos del dossier de lectura obligatoria y aquellos relativos a las actividades prácticas (70%).
- Ensayo argumentativo individual a partir de un libro sugerido por el profesor (20%).
- Evaluación de la participación activa del alumno en todas las actividades y clases prácticas que se proponen, incluyendo algunas actividades en grupo (10%).

Para que todas las dimensiones de la evaluación puedan hacer media, **el alumno habrá de obtener un mínimo de un cuatro sobre diez** en el examen.

Tres faltas de ortografía de cualquier índole (sintaxis, gramática, acentuación, etc.) implican **suspender el ejercicio individual** (lo mismo sucede en segunda convocatoria).

2ª convocatoria

- Realización de un examen sobre la materia de las clases teóricas en el día señalado, incluidos los contenidos del dossier de lectura obligatoria y aquellos relativos a las actividades prácticas (80%).
- Ensayo argumentativo individual a partir de un libro sugerido por el profesor (20%)



REFERENCIAS

Básicas

- CASTELLS, M. (2009): Comunicación y poder. Madrid: Alianza.
- CROTEAU, D. y HOYNES, W (2014): Media & Society: Industries, Images and Audiences. Thousand Oaks, California: Sage.
- HALLIN, D.C. y MANCINI, P. (2008): Sistemas mediáticos comparados. Barcelona: Hacer.
- SERRANO, P. (2010): Traficantes de información: La historia oculta de los grupos de comunicación españoles. Madrid: Foca.
- GARCÍA SANTAMARÍA, J.V. (2016). Los grupos multimedia españoles: análisis y estrategias. Barcelona: UOC.

Complementarias

- CORDERO, J.A. (2015). La mediación de la información en Internet: evolución, tendencias y riesgos, en Dígitos, n. 1, pp. 13-36.
- CARBONELL, J. M. (2012). El futuro de la comunicación: redes, medios y poder. Barcelona: Editorial UOC.
- CASTELLS, M. (1996). La era de la información. 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: Madrid.
- CASTELLS, M. (1998). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Fin de milenio. Madrid: Alianza.
- CURRAN, J. (2005). Medios de comunicación y poder. Barcelona: Hacer D. L.
- 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.
- JIMÉNEZ, D. (2019). El director: Secretos e intrigas de la prensa narrados por el exdirector de El Mundo. Madrid: Libros del K.O.
- JONES, D. E. (2016). Industrias de la comunicación y la cultura en España y Cataluña. Documentos de estudio.
- LAGUNA, Antonio (Ed.) (2000). La comunicación en los 90. El mercado valenciano. Valencia: Ed. Universidad Cardenal Herrera-CEU San Pablo.
- LÓPEZ, Guillermo (coord.) (2010). El ecosistema comunicativo valenciano. Características y tendencias de la primera década del siglo XXI. València: Tirant lo Blanch.



- LÓPEZ, Guillermo (ed.) (2012). Cibercomunidad. El espacio de la comunicación digital en la Comunidad Valenciana. València: Tirant lo Blanch.
- LÓPEZ, G; GÁMIR, J. y VALERA, L. (2018). Comunicación política: teoría y enfoques. Madrid: Síntesis.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (2003). Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura. México: Fondo de Cultura Económica.
 - NÚÑEZ DE PRADO Y CLAVELL, Sara y MARTÍN DÍEZ, M^a Antonia (1996). Estructura de la comunicación mundial. Editorial Universitat, S.A.
 - PÉREZ SERRANO, M.J y GARCÍA SANTAMARÍA, J.V. (2018): Vocento o los límites de la prensa regional, en Estudios del mensaje periodístico, 24(1), pp. 311-322.
 - QUIRÓS FERNÁNDEZ, Fernando (1998). Estructura internacional de la información. Madrid: Síntesis.
 - REIG, Ramón (2011). Los dueños del periodismo. Claves de la estructura mediática mundial y de España. Barcelona: Gedisa.
 - WOLTON, D. (2006): Salvemos la comunicación. Aldea global y cultura. Una defensa de los ideales democráticos y la cohabitación mundial. Barcelona: Gedisa.
 - BOLAÑO, C. (2013). Industria cultural, información y capitalismo. Barcelona: Gedisa.
 - BUSTAMANTE, E. (coord.) (2003). Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: Las industrias culturales en la era digital. Barcelona: Gedisa.
 - BUSTAMANTE, E. y ZALLO, R. (coord.) (1988). Las industrias culturales en España. Madrid: Akal.
 - 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. (2013): Televisión y concentración en España: el duopolio de Mediaset y Atresmedia, en Palabra Clave 16 (2), pp. 366-397.
 - 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.
 - GARCÍA SANTAMARÍA, J.V.; PÉREZ SERRANO, M.J. Y ALCOLEA DÍAZ, G. (2016): Unidad Editorial como caso de estudio sobre las limitaciones de la integración horizontal en el sector de la prensa, en Textual & Visual Media, 9, pp. 133-154.
 - VALERA-ORDAZ, L. (2019): Frame building and frame sponsorship in the 2011 Spanish election: the practices of polarised pluralism, en Contemporary Social Science, 14(1), pp. 114-131.
 - WOLTON, D. (2006). Salvemos la comunicación. Aldea global y cultura. Una defensa de los ideales democráticos y la cohabitación mundial. Barcelona: Gedisa.
 - ZALLO, R. (dir.) (1995). Industrias y políticas culturales en España y el País Vasco. Leioa: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.

ADENDA COVID-19



Esta adenda solo se activará si la situación sanitaria lo requiere y previo acuerdo del Consejo de Gobierno

