

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	33360
Nom	Estructura de la comunicació i indústries culturals
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2019 - 2020

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1308 - Grau Periodisme	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	2	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1308 - Grau Periodisme	9 - Organització i Producció Informatives	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
VALERA ORDAZ, LIDIA	340 - Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació

RESUM

L'assignatura 'Estructura de la Comunicació i indústries culturals' forma part del conjunt de matèries obligatòries del Grau de Periodisme. Amb l'assignatura 'Estructura de la Comunicació i indústries culturals' l'estudiant del Grau de Periodisme ha d'obtenir coneixements sobre els fonaments de l'estructura de la comunicació actual --local, estatal i internacional-- a partir de l'anàlisi de l'organització i el funcionament dels sistemes i els grups de comunicació públics i privats també a escala internacional, europea, espanyola i valenciana. Així com també el lloc de les indústries culturals, en general, dins de l'ecosistema comunicatiu i de l'estructura econòmica de la societat actual.



CONEIXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

Els alumnes que es matriculen en l'assignatura de Estructura de la Comunicació i Indústries Culturals no hauran de tenir competències prèvies especials, més enllà de les adquirides en el primer curs del Grau en Periodisme. I, per descomptat, d'una voluntat de participar en totes les activitats que es plantegen en classe, i d'una capacitat crítica i curiositat suficients per a formular preguntes pertinents sobre la realitat social i comunicativa que els envolta.

COMPETÈNCIES

1308 - Grau Periodisme

- Capacitat per identificar l'estructura dels mitjans de comunicació social i de vincular-los als marcs legals, polítics i econòmics que configuren el seu entorn, així com explicar i interpretar les indústries culturals modernes i les seues transformacions en l'era digital.

RESULTATS DE L'APRENENTATGE

1. Familiaritzar els alumnes amb diferents anàlisis i reflexions sobre la comunicació.
2. Capacitar l'alumne per a entendre i valorar les idees en el seu context sociocultural.
3. Dotar els alumnes d'uns coneixements bàsics sobre els processos de producció, distribució i recepció de la comunicació i de les indústries culturals.
4. Descriure els fonaments de l'estructura de la comunicació de masses i les seues dinàmiques, d'acord amb el context històric: globalització, desregulació, concentració, convergència i descentralització.
5. Analitzar la funció de les institucions públiques en el sector de la comunicació i de les indústries culturals: regulació i ordenació.
6. Analitzar els factors i els agents que hi intervenen.
7. Analitzar els aspectes culturals, socials i polítics de la comunicació i de la cultura.
8. Descriure els principals sistemes comunicatius locals, autonòmics, nacionals i internacionals.
9. Analitzar les característiques i les relacions dels sectors públic i comercial de la comunicació i de la cultura.
10. Conèixer els principals grups de la comunicació i les seues relacions i estratègies empresarials.



DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	50,00	100
Pràctiques en aula	10,00	100
Elaboració de treballs en grup	30,00	0
Elaboració de treballs individuals	30,00	0
Preparació d'activitats d'avaluació	30,00	0
TOTAL	150,00	



METODOLOGIA DOCENT

AVALUACIÓ

REFERÈNCIES

Bàsiques

- 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.

Complementàries

- 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, MJ. 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.

ADDENDA COVID-19

Aquesta addenda només s'activarà si la situació sanitària ho requereix i previ acord del Consell de Govern