FICHA IDENTIFICATIVA

Datos de la Asignatura

Código	33404
Nombre	Estructura de la Comunicación e Industrias Culturales
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2020 - 2021

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1301 - Grado en Comunicación Audiovisual	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	2	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Carácter
1301 - Grado en Comunicación Audiovisual	5 - Estructura y políticas de comunicación	Formación Básica

Coordinación

Nombre	Departamento
GAMIR RIOS, JOSE VICENTE	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

Estudio de los rasgos que definen la estructura de los medios de comunicación y el sistema audiovisual y los factores que determinan y caracterizan su dinámica, así como los aspectos generales y específicos de las industrias culturales como espacio en el que tienen lugar los procesos de producción, circulación y consumo de los productos culturales y audiovisuales generados por ellas.

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 deberán tener una capacidad de análisis del contexto sociocomunicativo en el que viven, mediante un conocimiento cuanto menos básico de los medios de comunicación social más relevantes, de sus claves de funcionamiento y de la influencia que tienen en la sociedad en la que existen.
Se requiere también unas nociones básicas sobre el funcionamiento de la industria cultural así como las prácticas y las representaciones sociales generadas por los productos culturales tanto a nivel local como a nivel

COMPETENCIAS (RD 1393/2007) // RESULTADOS DEL APRENDIZAJE (RD 822/2021)

1301 - Grado en Comunicación Audiovisual

- Conocimiento de la compleja realidad que conforma el sector de las denominadas Industrias Culturales y de la Comunicación y sus procesos de producción, circulación y consumo para comprender en su integridad la estructura y dinámica de un sistema que posee diversas dimensiones y en el que interactúan múltiples factores de carácter político, social, económico, cultural y, desde luego semiótico-comunicativo.
- Conocimiento teórico-práctico de las estructuras organizativas en el campo de la comunicación visual y sonora, así como su evolución y gestión a lo largo del tiempo, incluyendo la tributación audiovisual. También comprende el conocimiento y la investigación de la naturaleza e interrelaciones entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores.
- Tener capacidad de interpretar datos relevantes como sean los principales acontecimientos y procesos de las sociedades actuales desde una perspectiva sincrónica. La dimensión espacial de este conocimiento debe ser lo más amplia posible, por cuanto contribuye a desarrollar la capacidad de comprender la diversidad y a fomentar el respeto por los sistemas de valores ajenos y la conciencia cívica.
- Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respecto por los derechos humanos.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RD 1393/2007) // SIN CONTENIDO (RD 822/2021)

El alumnado deberá conocer y reconocer los medios de comunicación en el entorno local, nacional y global, así como las relaciones que se establecen entre los diferentes medios y entornos, las circunstancias socio-históricas que han llevado a una conformación concreta de cada uno de los modelos comunicativos que co-existen en las sociedades contemporáneas y el modo en el que se articulan las relaciones entre los medios, la sociedad y la política en el mundo contemporáneo.

Por otra parte el alumnado deberá adquirir una capacidad analítica que le permite entender desde una perspectiva crítica el funcionamiento de las industrias culturales, su relación con la esfera económica y la lógica del mercado y las jerarquías de poder y desigualdades que aquellos generan, así como el impacto de dichas relaciones sobre las prácticas sociales cotidianas, el valor estético y cultural, el imaginario individual y colectivo y las representaciones de las distintas relaciones sociales.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Introducción a la estructura de la comunicación.

De la comunicación interpersonal a la comunicación de masas. La importancia social de los medios: centralidad del sistema de medios en el espacio público y mediatización del debate político. El estudio de la estructura de la comunicación y de las industrias culturales: concepto, orígenes, objeto, perspectivas y ámbitos.

2. La dimensión empresarial de las empresas informativas.

Las empresas informativas: concepto y elementos constitutivos. Particularidades de las empresas informativas. El poder de informar y la información como bien económico. Tipos de empresas informativas. Financiación de las empresas informativas tradicionales. Modelos de negocio de las empresas informativas en internet.

3. El sistema mundial de la información.

Características y niveles del sistema internacional de medios de comunicación. La doctrina del libre flujo de información: concepto e imposición. El informe Macbride: contexto, propuestas e intento de establecer el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación. Flujos internacionales de la información. El imperialismo cultural.

4. Tendencias globales de las industrias comunicativas.

Desregulación política. Concentración empresarial. Integración y conglomeración mediática. Digitalización de la información. Convergencia tecnológica.

5. Políticas de comunicación.

La libertad de prensa. El interés público y la regulación. Funciones de los reguladores. La regulación de los medios: propiedad y contenido. Evolución de la regulación en perspectiva internacional.

6. Espacios de comunicación.

El inicio de la investigación de los espacios de comunicación: "Cuatro teorías de la prensa". La investigación actual de los espacios de comunicación a partir de "Sistemas mediáticos comparados": dimensiones política y mediática. Los espacios de comunicación liberal, corporativo democrático y pluralista polarizado. Críticas a "Sistemas mediáticos comparados" y propuestas de revisión.

7. Los sistemas mediáticos de los Estados Unidos y de la Unión Europea.

Tendencias y etapas evolutivas de los sistemas de prensa, radio y televisión. Conglomerados mediáticos y grupos empresariales.

8. El sistema mediático español.

Características, audiencias y mercados. Evolución y situación actual de los sistemas de prensa, radio y televisión. Conglomerados mediáticos y grupos empresariales.

9. El sistema mediático valenciano.

Características, audiencias y mercados. Evolución y situación actual de los sistemas de prensa, radio y televisión. Conglomerados mediáticos y grupos empresariales.

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	60,00	100
Asistencia a eventos y actividades externas	4,00	0
Elaboración de trabajos en grupo	10,00	0
Elaboración de trabajos individuales	10,00	0
Estudio y trabajo autónomo	20,00	0
Lecturas de material complementario	10,00	0
Preparación de actividades de evaluación	20,00	0
Preparación de clases de teoría	5,00	0
Preparación de clases prácticas y de problemas	5,00	0
Resolución de casos prácticos	5,00	0
Resolución de cuestionarios on-line	1,00	0
TOTAL	**150,00**	

METODOLOGÍA DOCENTE

1. Actividades de carácter presencial a la que corresponderá el 40 % del tiempo, que hacen referencia a:

1.1. Clase magistral.

1.2. Tutoría individual y en grupo.

1.3. Presentación en el aula de los trabajos grupales.

2. Actividades de carácter autónomo a las que corresponderá el 60% del tiempo y hace

referencia a

2.1. Consulta y estudio de la bibliografía por parte del alumnado.

2.2. Preparación, individual o en grupo, de la exposición en el aula siguiendo las pautas que el profesor o profesora vaya marcando para las distintas fases del proceso.

2.3. Desarrollo de las diferentes fases de los trabajos propuestos en el aula.

2.4. Preparación específica de la prueba final.

EVALUACIÓN

Examen (50%). Respuesta a diferentes preguntas sobre el temario de la asignatura, a partir de las explicaciones aportadas por el profesor en las clases magistrales, de los materiales docentes y de los textos de referencia.

Trabajo (40%). Elaboración continuada a lo largo del curso de un trabajo de investigación en grupo sobre la materialización de la estructura de la comunicación y/o su influencia en la construcción mediática de la realidad, de temática consensuada con el profesor y desarrollado de manera tutorizada. Los grupos expondrán sus trabajos en las últimas sesiones del curso.

Participación (10%). Aportación de casos prácticos sobre la materialización de la estructura de la comunicación y/o su influencia en la construcción mediática de la realidad en el aula virtual, como base de sesiones de debate y análisis al inicio de cada clase. Se valorará también la participación del alumnado en dichas sesiones.

Observaciones:

- Es necesario aprobar el examen y el trabajo para superar la asignatura.

- Se penalizará la presencia de faltas de ortografía en el examen y en el trabajo.

- La inclusión en el trabajo de material elaborado por terceros sin citar su fuente comportará el suspendo de dicha prueba y, con ello, de la asignatura.

REFERENCIAS

Básicas

- - Bustamante, Enrique (2013): Historia de la Radio y la Televisión en España. Una asignatura pendiente de la democracia. Barcelona: Gedisa.
- Carbonell Abelló, Josep Maria (2012): El futuro de la comunicación: Redes, medios y poder. Barcelona: Editorial UOC.
- Caro Gonzaìlez, Francisco J. (2007): Gestión de empresas informativas. Madrid: McGraw-Hill
- Croteau, D. y Hoynes, W (2014): Media & Society: Industries, Images and Audiences. Thousand Oaks, California: Sage.
- Hallin, Daniel C., y Mancini, Paolo (2008): Sistemas mediáticos comparados. Barcelona: Hacer.
- López García, Guillermo (ed.) (2019): La comunicación en la Comunidad Valenciana (2010-2018): crisis y cambio. Editorial Alfons el Magnànim.
- MacBride, Sean (ed.) (1980): Un solo mundo, voces múltiples. México: Fondo de Cultura Económica.
- Reig, Ramón (2011): Los dueños del periodismo. Claves de la estructura mediática mundial y de España. Barcelona: Gedisa.
- Serrano, Pascual. (2010): Traficantes de información: La historia oculta de los grupos de comunicación españoles. Madrid: Akal.

ADENDA COVID-19

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

MODALIDAD DE DOCENCIA HÍBRIDA

1. Contenidos

Se mantienen los contenidos inicialmente recogidos en la guía docente.

2. Volumen de trabajo y planificación temporal de la docencia

Mantenimiento del peso de las diferentes actividades que suman las horas de dedicación en créditos ECTS marcadas en la guía docente original

3. Metodología docente

Clase (presencial) teórica / Videoconferencia síncrona BBC

Publicación de materiales en AV

Tareas por AV

Debates al foro de AV

Tutorías por videoconferencia

4. Evaluación

Pruebas en AV (50%). Respuesta de pruebas en el aula virtual después de la finalización de los temas más relevantes.

Trabajo (40%). Elaboración continuada a lo largo del curso de un trabajo de investigación en grupo sobre la estructura de un grupo mediático y/o la construcción mediática de la realidad, de temática consensuada con el profesor y desarrollado de manera tutorizada. Los trabajos tendrán un espacio limitado de 10.000 palabras.

Participación (10%). Aportación de casos prácticos sobre el contenido de la asignatura en el aula virtual; debate y análisis por parte del alumnado en clase y en el aula virtual.

5. Bibliografía

La bibliografía recomendada se mantiene porque está resumida en los materiales docentes.