

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

Codi	36552
Nom	Estructura de la comunicació
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2020 - 2021

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1333 - Grau en Comunicació Audiovisual	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	1	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1333 - Grau en Comunicació Audiovisual	2 - Comunicació	Formació Bàsica

Coordinació

Nom	Departament
GAMIR RIOS, JOSE VICENTE	340 - Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació

RESUM

L'assignatura d'Estructura de la Comunicació estudia la materialització en sistemes de les indústries comunicatives i culturals, des d'una perspectiva històrica, econòmica, política, sociològica i tecnològica, en els àmbits local, microregional, estatal, macroregional i global.

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

No es requereixen coneixements previs.

COMPETÈNCIES

1333 - Grau en Comunicació Audiovisual

- Que els estudiants hagen demostrat posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, i se sol trobar a un nivell que, si bé descansa en llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del seu camp d'estudi.
- Que els estudiants sàpien aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseïsquen les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seua àrea d'estudi.
- Que els estudiants tinguen la capacitat d'arreglar i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seua àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguen una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.
- Que els estudiants puguen transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- Que els estudiants hagen desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per a emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.
- Que els estudiants siguen capaços de treballar en equip, de comunicar les pròpies idees i d'integrar-se en projectes comuns destinats a l'obtenció de resultats.
- Que els estudiants tinguen la capacitat i la creativitat necessàries per a assumir riscos expressius i temàtics en el marc de les disponibilitats i terminis de la producció comunicativa, aplicant solucions i punts de vista fundats en el desenrotllament dels projectes.
- Que els estudiants tinguen capacitat d'adaptació als canvis tecnològics i sociolaborals.
- Que els estudiants siguen capaços d'obtenir i seleccionar la informació i les fonts rellevants per a la solució de problemes i l'elaboració d'estratègies.
- Que els estudiants posseïsquen habilitat per a l'organització i temporalització de les tasques, realitzant-les de manera ordenada adoptant amb lògica les decisions prioritàries en els diferents processos de l'activitat periodística.
- Que els estudiants manifesten respecte solidari per les diferents persones i pobles del planeta, així com coneixement dels grans corrents culturals en relació amb els valors individuals i col·lectius i respecte pels drets humans.
- Capacitat i habilitat per a expressar-se amb fluïdesa i eficàcia comunicativa en les llengües pròpies de manera oral i escrita, així com en una tercera llengua (preferentment l'anglès) sabent aprofitar els recursos lingüístics i literaris que siguen més adequats als distints mitjans de comunicació.



- Capacitat per a buscar, seleccionar, llegir, interpretar i analitzar textos i documents tant escrits com audiovisuals (capacitat analítica, sintètica i crítica) .
- Iniciativa, creativitat, credibilitat, honestedat, imatge, esperit de lideratge i responsabilitat tant de manera individual com corporatiu.
- Conèixer els aspectes socials, històrics, econòmics i culturals dels contextos propis i aliens rellevants.
- Capacitat per a experimentar i innovar per mitjà del coneixement i l'ús de mètodes i tècniques aplicats.
- Capacitat per a actuar defenent una cultura de la pau i respectant els drets fonamentals en els processos de la comunicació, en concret la igualtat entre dones i hòmens en tots els tractaments informatius, interpretatius, sígnicos, dialògics i opinatius de la comunicació.
- Coneixement dels diversos llenguatges, codis i modes de representació propis dels distints mitjans tecnològics i audiovisuals: fotografia, cine, ràdio, televisió, vídeo i imatge electrònica, internet, etc. a través de les seues propostes estètiques i industrials, a més de la seua rellevància social i cultural i la seua evolució al llarg del temps, que haurà de generar la capacitat per a analitzar relats i obres audiovisuals, considerant els missatges icònics com a textos i productes de les condicions sociopolítiques i culturals d'una època històrica determinada.
- Coneixement teoricopràctic de les estructures organitzatives en el camp de la comunicació visual i sonora, així com la seua evolució i gestió al llarg del temps, incloent la tributació audiovisual. També comprén el coneixement i la investigació de la naturalesa i interrelacions entre els subjectes de la comunicació audiovisual: autors, institucions, empreses, mitjans, suports i receptors.
- Coneixement i capacitat per a aplicar recursos, elements, mètodes i procediments dels processos de construcció i anàlisi dels relats audiovisuals tant lineals com no lineals, incloent el disseny, establiment i desenrotllament d'estratègies, així com les aplicacions de les polítiques de comunicació persuasiva en els mercats audiovisuals.
- Capacitat per a aplicar tècniques i processos de creació i recursos tècnics o humans necessaris per al disseny de producció integral d'un treball audiovisual des dels elements escenogràfics i la imatge de marca fins al seu projecte gràfic de comercialització.
- Capacitat per a buscar, seleccionar i sistematitzar qualsevol tipus de document audiovisual en una base de dades, així com la seua utilització en diferents suports audiovisuals utilitzant mètodes digitals.
- Creativitat: capacitat per a assumir riscos expressius i temàtics en el marc de les disponibilitats i terminis de la producció audiovisual, aplicant solucions i punts de vista personals en el desenrotllament dels projectes.
- Capacitat per a desenrotllar un treball personal, siga de creació o d'investigació, posant en pràctica les competències adquirides. Saber plantejar i assumir la responsabilitat d'un projecte propi, encara que davall l'orientació del tutor.
- Capacitat per a aprofundir en els coneixements adquirits i per a aplicar i desenrotllar les competències en els diversos camps a què s'estén la comunicació audiovisual.



RESULTATS DE L'APRENTATGE

- Conèixer els codis i modes de representació propis de la comunicació audiovisual.
- Conèixer la interrelació entre els subjectes de la comunicació audiovisual: autors, institucions, empreses, mitjans, soports i receptors.
- Identificar les estructures organitzatives en el camp de la comunicació visual i sonora.
- Expressar intencionalitat en l'ús de les imatges.
- Aplicar solucions pròpies en el desenvolupament dels projectes audiovisuals.
- Asumir la responsabilitat d'un projecte propi.
- Actualitzar el coneixement dels camps de la comunicació audiovisual.
- Analitzar la relevància de la creativitat de les imatges.

En definitiva, l'alumnat haurà de conèixer:

- La importància social de les indústries comunicatives i culturals, així com la seua dimensió empresarial.
- El funcionament del sistema mundial de la informació en l'actual marc de la globalització; així com les seues característiques, els seus nivells i fluxos, la doctrina que el sustenta, el fracàs d'establir un Nou Ordre Mundial de la Informació i la Comunicació, i les dependències i desigualtats que genera.
- Les tendències de les indústries comunicatives i culturals, així com la composició i característiques dels mercats comunicatius dels EUA i la Unió Europea.
- Les principals característiques comunicatives i polítiques dels sistemes mediàtics liberal, democràtic-corporatiu i pluralista-polaritzat.
- La regulació, evolució, composició, característiques i tendències del sistema mediàtic espanyol i del sistema mediàtic valencià.

D'altra banda, l'alumnat haurà d'adquirir una capacitat analítica que li permeta entendre des d'una perspectiva crítica el funcionament de les indústries culturals, així com la seua relació amb els àmbits polític i econòmic, i la influència d'aquests en la construcció mediàtica de la realitat.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. LEstructura de la Comunicació i IEconomia Política de la Comunicació

Tema 1. Introducció a LEstructura de la Comunicació. 1.1. De la comunicació interpersonal a la comunicació de masses. 1.2. La importància social dels mitjans (I): centralitat del sistema de mitjans en l'espai públic. 1.3. La importància social dels mitjans (II): mediatització del debat polític. 1.4. L'estudi de l'estructura de la comunicació.

Tema 2. La perspectiva de IEconomia Política de la Comunicació. 2.1. Principis de IEconomia Política de la Comunicació. 2.2. La importància de la propietat dels mitjans de comunicació. 2.3. La importància del contingut dels productes culturals. 2.4. Les repercussions socials dels mitjans de comunicació.

Tema 3. La dimensió empresarial dels mitjans de comunicació. 3.1. Concepte i elements constitutius de les empreses informatives. 3.2. Particularitats de les empreses informatives. 3.3. El poder d'informar i la informació com a bé econòmic. 3.4. Tipus d'empreses informatives. 3.5. Finançament de les empreses informatives tradicionals. 3.6. Models de negoci de les empreses informatives en internet.



2. El sistema mundial de la informació i les tendències globals de les indústries comunicatives

Tema 4. El sistema mundial de la informació. 4.1. La globalització econòmica, política i cultural. 4.2. Característiques del sistema internacional de mitjans de comunicació. 4.3. La doctrina del lliure flux d'informació: concepte i imposició. 4.4. L'informe Macbride: context, propostes i intent d'establir el Nou Ordre Mundial de la Informació i la Comunicació. 4.5. Nivells i fluxos internacionals de la informació. 4.6. L'imperialisme cultural.

Tema 5. Tendències globals de les indústries comunicatives. 5.1. Desregulació política. 5.2. Concentració empresarial. 5.3. Integració i conglomeració mediàtica. 5.4. Digitalització de la informació. 5.5. Convergència tecnològica.

Tema 6. El mercat de la comunicació als EUA i la UE. 6.1. Grups mediàtics dels EUA. 6.2. Evolució del mercat europeu. 6.3. Tendències i característiques del mercat europeu.

3. Els espais de comunicació.

Tema 7. La recerca sobre els espais de comunicació. 7.1. L'inici de la recerca sobre els espais de comunicació: "Quatre teories de la premsa". 7.2. La investigació actual dels espais de comunicació a partir de "Sistemes mediàtics comparats". 7.3. Dimensions política dels espais de comunicació. 7.4. Dimensió mediàtica dels espais de comunicació. 7.5. Crítiques a "Sistemes mediàtics comparats" i propostes de revisió.

Tema 8. L'espai de comunicació liberal. 8.1. El mercat de la comunicació. 8.2. El paral·lelisme polític. 8.3. El professionalisme periodístic. 8.4. El paper de l'Estat. 8.5. Dimensió política.

Tema 9. L'espai de comunicació democràtic corporatiu. 9.1. El mercat de la comunicació. 9.2. El paral·lelisme polític. 9.3. El professionalisme periodístic. 9.4. El paper de l'Estat. 9.5. Dimensió política.

Tema 10. L'espai de comunicació pluralista polaritzat. 10.1. El mercat de la comunicació. 10.2. El paral·lelisme polític. 10.3. El professionalisme periodístic. 10.4. El paper de l'Estat. 10.5. Dimensió política.

4. El sistema mediàtic espanyol

Tema 11. El sistema mediàtic espanyol. 11.1. Organització. 11.2. Grups mediàtics. 11.3. Característiques, audiències i mercat publicitari.

Tema 12. El sistema espanyol de premsa. 12.1. Evolució. 12.2. Organització. 12.3. Situació actual.

Tema 13. El sistema espanyol de ràdio. 13.1. Evolució. 13.2. Organització. 13.3. Situació actual.

Tema 14. El sistema espanyol de televisió. 14.1. Evolució. 14.2. Organització. 14.3. Situació actual.

**5. El sistema mediàtic valencià**

Tema 15. El sistema mediatic valencià. 15.1. Característiques, audiències i mercats. 15.2. El sistema de premsa: evolució i situació actual. 15.3. El sistema radiofònic: evolució i situació actual. 15.4. El sistema televisiu: evolució i situació actual.

Tema 16. L'espai públic de comunicació valencià. 16.1. Creació i model d'RTVV. 16.2. Evolució d'RTVV. 16.3. Tancament d'RTVV. 16.4. Creació i model de la CVMC

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	60,00	100
Elaboració de treballs en grup	40,00	0
Estudi i treball autònom	30,00	0
Lectures de material complementari	10,00	0
Preparació de classes de teoria	10,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGIA DOCENT

La docència es desenvoluparà mitjançant dues classes setmanals de dues hores de duració i la participació de l'alumnat en diverses tutories al llarg del curs per a l'elaboració d'un treball de recerca en grup sobre la materialització de l'estructura de la comunicació i/o la seua influència en la construcció mediàtica de la realitat

Les classes es compondran d'un primer bloc d'anàlisi col·lectiva de la materialització de les indústries culturals i de la seua influència en la construcció mediàtica de la realitat, a partir dels casos pràctics prèviament aportats per l'alumnat a través de l'aula virtual, i d'un segon bloc, més extens, d'exposició del temari de l'assignatura, en què el professor combinarà les metodologies de classe magistral i de classe dialogada.

AVALUACIÓ

Examen (50%). Resposta a diferents preguntes sobre el temari de l'assignatura, a partir de les explicacions aportades pel professor en les classes magistrals, dels materials docents i dels textos de referència.

Treball (40%). Elaboració continuada al llarg del curs d'un treball de recerca en grup sobre la materialització de l'estructura de la comunicació i/o la seua influència en la construcció mediàtica de la realitat, de temàtica consensuada amb el professor i desenvolupat de manera tutoritzada. Els grups exposaran els seus treballs en les últimes sessions del curs.



Participació (10%). Aportació de casos pràctics sobre la materialització de l'estructura de la comunicació i/o la seua influència en la construcció mediàtica de la realitat, com a base de sessions de debat i anàlisi al començament de cada classe. Es valorarà també la participació de l'alumnat en aquestes sessions.

Observacions:

- És necessari aprovar l'examen i el treball per a superar l'assignatura.
- Es penalitzarà la presència de faltes d'ortografia en l'examen i en el treball.
- La inclusió en el treball de material elaborat per tercers sense citar la seua font comportarà el suspens d'aquesta prova i, amb això, de l'assignatura.
- Es valorarà l'assistència a classe i la participació en les tutories grupals dels treballs de recerca.

REFERÈNCIES

Bàsiques

- 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 González, Francisco J. (2007). Gestión de empresas informativas. Madrid: McGraw-Hill
- Castells, Manuel (2009). Comunicación y poder. Madrid: Alianza.
- Croteau, D. y Hoynes, W (2014). Media & Society: Industries, Images and Audiences. Thousand Oaks, California: Sage.
- Jones, Daniel E. (2005). Aproximación teórica a la estructura de la comunicación. En Sphera Pública, no 5.
- Jones, Daniel E. (2016). Industrias de la comunicación y la cultura en España y Cataluña. Barcelona: Universitat Ramon Llull.
- López García, Guillermo; Gamir Ríos, José; y Valera Ordaz, Lidia (2018). Comunicación política: teorías y enfoques. Madrid: Síntesis.
- López García, Guillermo (ed.) (2019): La comunicació en la Comunitat Valenciana (2010-2018): crisi i canvi. Editorial Alfons el Magnànim.
- MacBride, Sean (ed.) (1980): Un solo mundo, voces múltiples. México: Fondo de Cultura Económica.
- Martínez Vallvey, Fernando (2016). La comunicación y su estructura en la era digital. Madrid: CEF.
- 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.
- Serrano, Pascual. (2016): Medios democráticos. Una revolución pendiente en la comunicación. Editorial Akal.
- Vidal Beltrán, José María (2019). Libertades informativas y medios de comunicación. Valencia: Tirant lo Blanch.



ADDENDA COVID-19

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

MODALITAT DE DOCÈNCIA HÍBRIDA

1. Continguts

Es mantenen els continguts inicialment recollits a la guia docent

2. Volum de treball i planificació temporal de la docència

Manteniment del pes de les diferents activitats que sumen les hores de dedicació en crèdits ECTS marcades en la guia docent original

3. Metodologia docent

Classe (presencial) teòrica / Videoconferència síncrona BBC

Publicació de materials en AV

Tasques per AV

Debats al fòrum de AV

Tutories per videoconferència

4. Avaluació

Proves en AV (50%). Resposta de proves a l'aula virtual després de la finalització del temes més rellevants.

Treball (40%). Elaboració continuada al llarg del curs d'un treball de recerca en grup sobre l'estructura d'un grup mediàtic i/o la representació mediàtica de la realitat, de temàtica consensuada amb el professor i desenvolupat de manera tutoritzada. Els treballs tindran un espai limitat de 10.000 paraules.

Participació (10%). Aportació de casos pràctics sobre el contingut de l'assignatura a l'aula virtual; debat i anàlisi per part de l'alumnat a classe i a l'aula virtual.

5. Bibliografia

La bibliografia recomanada es manté perquè està resumida en els materials docents.