

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

Código	36552
Nombre	Estructura de la comunicación
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2021 - 2022

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1333 - Grado en Comunicación Audiovisual	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	1	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Carácter
1333 - Grado en Comunicación Audiovisual	2 - Comunicación	Formación Básica

Coordinación

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

RESUMEN

La asignatura de Estructura de la Comunicación estudia la materialización en sistemas de las industrias comunicativas y culturales, desde una perspectiva histórica, económica, política, sociológica y tecnológica, en los ámbitos local, microrregional, estatal, macrorregional y global.

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

No se requieren conocimientos previos

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

1333 - Grado en Comunicación Audiovisual

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Que los estudiantes sean capaces de trabajar en equipo, de comunicar las propias ideas y de integrarse en proyectos comunes destinados a la obtención de resultados.
- 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 producción comunicativa, aplicando soluciones y puntos de vista fundados en el desarrollo de los proyectos.
- Que los estudiantes tengan capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos y sociolaborales.
- Que los estudiantes sean capaces de obtener y seleccionar la información y las fuentes relevantes para la solución de problemas y la elaboración de estrategias.
- Que los estudiantes posean habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de la actividad periodística.
- Que los estudiantes manifiesten 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 respeto por los derechos humanos.
- Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas propias de manera oral y escrita, así como en una tercera lengua (preferentemente el inglés) sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación.



- Capacidad para buscar, seleccionar, leer, interpretar y analizar textos y documentos tanto escritos como audiovisuales (capacidad analítica, sintética y crítica).
- Iniciativa, creatividad, credibilidad, honestidad, imagen, espíritu de liderazgo y responsabilidad tanto de modo individual como corporativo.
- Conocer los aspectos sociales, históricos, económicos y culturales de los contextos propios y ajenos relevantes.
- Capacidad para experimentar e innovar mediante el conocimiento y el uso de métodos y técnicas aplicados.
- Capacidad para actuar defendiendo una cultura de la paz y respetando los derechos fundamentales en los procesos de la comunicación, en concreto la igualdad entre mujeres y hombres en todos los tratamientos informativos, interpretativos, sígnicos, dialógicos y opinativos de la comunicación.
- Conocimiento de los diversos lenguajes, códigos y modos de representación propios de los distintos medios tecnológicos y audiovisuales: fotografía, cine, radio, televisión, vídeo e imagen electrónica, internet, etc. a través de sus propuestas estéticas e industriales, además de su relevancia social y cultural y su evolución a lo largo del tiempo, que deberá generar la capacidad para analizar relatos y obras audiovisuales, considerando los mensajes icónicos como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada.
- 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.
- Conocimiento y capacidad para aplicar recursos, elementos, métodos y procedimientos de los procesos de construcción y análisis de los relatos audiovisuales tanto lineales como no lineales, incluyendo el diseño, establecimiento y desarrollo de estrategias, así como las aplicaciones de las políticas de comunicación persuasiva en los mercados audiovisuales.
- Capacidad para aplicar técnicas y procesos de creación y recursos técnicos o humanos necesarios para el diseño de producción integral de un trabajo audiovisual desde los elementos escenográficos y la imagen de marca hasta su proyecto gráfico de comercialización.
- Capacidad para buscar, seleccionar y sistematizar cualquier tipo de documento audiovisual en una base de datos, así como su utilización en diferentes soportes audiovisuales utilizando métodos digitales.
- Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción audiovisual, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos.
- Capacidad para desarrollar un trabajo personal, sea de creación o de investigación, poniendo en práctica las competencias adquiridas. Saber plantear y asumir la responsabilidad de un proyecto propio, aunque bajo la orientación del tutor.



- Capacidad para profundizar en los conocimientos adquiridos y para aplicar y desarrollar las competencias en los diversos campos a que se extiende la comunicación audiovisual.

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

- Conocer los códigos y modos de representación propios de la comunicación audiovisual.
- Conocer la interrelación entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores.
- Identificar las estructuras organizativas en el campo de la comunicación visual y sonora.
- Expresar intencionalidad en el uso de las imágenes.
- Aplicar soluciones propias en el desarrollo de los proyectos audiovisuales.
- Asumir la responsabilidad de un proyecto propio.
- Actualizar el conocimiento de los campos de la comunicación audiovisual.
- Analizar la relevancia de la creatividad de las imágenes.

En definitiva, el alumnado deberá conocer:

- La importancia social de las industrias comunicativas y culturales, así como su dimensión empresarial.
- El funcionamiento del sistema mundial de la información en el actual marco de la globalización; así como sus características, sus niveles y flujos, la doctrina que lo sustenta, el fracaso de establecer un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación, y las dependencias y desigualdades que genera.
- Las tendencias de las industrias comunicativas y culturales, así como la composición y características de los mercados comunicativos de EEUU y la Unión Europea.
- Las principales características comunicativas y políticas de los sistemas mediáticos liberal, democrático-corporativo y pluralista-polarizado.
- La regulación, evolución, composición, características y tendencias del sistema mediático español y del sistema mediático valenciano.

Por otra parte, el alumnado deberá adquirir una capacidad analítica que le permita entender desde una perspectiva crítica el funcionamiento de las industrias culturales, así como su relación con los ámbitos político y económico, y la influencia de estos en la construcción mediática de la realidad.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. La Estructura de la Comunicación y la Economía Política de la Comunicación

Tema 1. Introducción a la Estructura de la Comunicación. 1.1. De la comunicación interpersonal a la comunicación de masas. 1.2. La importancia social de los medios (I): centralidad del sistema de medios en el espacio público. 1.3. La importancia social de los medios (II): mediatización del debate político. 1.4. El estudio de la estructura de la comunicación.

Tema 2. La perspectiva de la Economía Política de la Comunicación. 2.1. Principios de la Economía Política de la Comunicación. 2.2. La importancia de la propiedad de los medios de comunicación. 2.3. La importancia del contenido de los productos culturales. 2.4. Las repercusiones sociales de los medios



de comunicación.

Tema 3. La dimensión empresarial de los medios de comunicación. 3.1. Concepto y elementos constitutivos de las empresas informativas. 3.2. Particularidades de las empresas informativas. 3.3. El poder de informar y la información como bien económico. 3.4. Tipos de empresas informativas. 3.5. Financiación de las empresas informativas tradicionales. 3.6. Modelos de negocio de las empresas informativas en internet.

2. El sistema mundial de la información y las tendencias globales de las industrias comunicativas

Tema 4. El sistema mundial de la información. 4.1. La globalización económica, política y cultural. 4.2. Características del sistema internacional de medios de comunicación. 4.3. La doctrina del libre flujo de información: concepto e imposición. 4.4. El informe Macbride: contexto, propuestas e intento de establecer el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación. 4.5. Niveles y flujos internacionales de la información. 4.6. El imperialismo cultural.

Tema 5. Tendencias globales de las industrias comunicativas. 5.1. Desregulación política. 5.2. Concentración empresarial. 5.3. Integración y conglomeración mediática. 5.4. Digitalización de la información. 5.5. Convergencia tecnológica.

Tema 6. El mercado de la comunicación en EEUU y la UE. 6.1. Grupos mediáticos de EEUU. 6.2. Evolución del mercado europeo. 6.3. Tendencias y características del mercado europeo.

3. Los espacios de comunicación.

Tema 7. La investigación sobre los espacios de comunicación. 7.1. El inicio de la investigación de los espacios de comunicación: "Cuatro teorías de la prensa". 7.2. La investigación actual de los espacios de comunicación a partir de "Sistemas mediáticos comparados". 7.3. Dimensión política de los espacios de comunicación. 7.4. Dimensión mediática de los espacios de comunicación. 7.5. Críticas a "Sistemas mediáticos comparados" y propuestas de revisión.

Tema 8. El espacio de comunicación liberal. 8.1. El mercado de la comunicación. 8.2. El paralelismo político. 8.3. El profesionalismo periodístico. 8.4. El papel del Estado. 8.5. Dimensión política.

Tema 9. El espacio de comunicación democrático corporativo. 9.1. El mercado de la comunicación. 9.2. El paralelismo político. 9.3. El profesionalismo periodístico. 9.4. El papel del Estado. 9.5. Dimensión política.

Tema 10. El espacio de comunicación pluralista polarizado. 10.1. El mercado de la comunicación. 10.2. El paralelismo político. 10.3. El profesionalismo periodístico. 10.4. El papel del Estado. 10.5. Dimensión política.

**4. El sistema mediático español**

Tema 11. El sistema mediático español. 11.1. Regulación. 11.2. Grupos mediáticos. 11.3. Características, audiencias y mercado publicitario

Tema 12. El sistema español de prensa. 12.1. Evolución. 12.2. Organización. 12.2. Situación actual.

Tema 13. El sistema español de radio. 13.1. Evolución. 13.2. Organización. 13.2. Situación actual.

Tema 14. El sistema español de televisión. 14.1. Evolución. 14.2. Organización. 14.3. Situación actual.

5. El sistema mediático valenciano

Tema 15. El sistema mediático valenciano. 15.1. Características, audiencias y mercados. 15.2. El sistema de prensa: evolución y situación actual. 15.3. El sistema radiofónico: evolución y situación actual. 15.4. El sistema televisivo: evolución y situación actual.

Tema 16. El espacio público de comunicación valenciano. 16.1. Creación y modelo de RTVV. 16.2. Evolución de RTVV. 16.3. Cierre de RTVV. 16.4. Creación y modelo de la CVMC.

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	60,00	100
Elaboración de trabajos en grupo	40,00	0
Estudio y trabajo autónomo	30,00	0
Lecturas de material complementario	10,00	0
Preparación de clases de teoría	10,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

La docencia se desarrollará mediante dos clases semanales de dos horas de duración y la participación del alumnado en diversas tutorías a lo largo del curso para la elaboración 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.

Las clases se compondrán de un primer bloque de análisis colectivo de la materialización de la estructura de la comunicación y de su influencia en la construcción mediática de la realidad, a partir de los casos prácticos previamente aportados por el alumnado a través del aula virtual, y de un segundo bloque, más extenso, de exposición del temario de la asignatura, en el que el profesor combinará las metodologías de clase magistral y de clase dialogada.



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 suspenso 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 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.

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.

