FITXA IDENTIFICATIVA

Dades de l'Assignatura

Codi	36552
Nom	Estructura de la comunicació
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2022 - 2023

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

Estudi dels trets que defineixen l'estructura dels mitjans de comunicació i el sistema audiovisual al segle XXI. Així mateix, estudi dels factorsque determinen i caracteritzen la seva dinàmica, com a espai on tenen lloc els processos de producció, circulació i consum dels productesculturals i audiovisuals generats a la societat actual; així com les seues repercussions culturals, socials i econòmiques.

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 tinguen la capacitat d'arreplegar 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 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 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 per a buscar, seleccionar, llegir, interpretar i analitzar textos i documents tant escrits com audiovisuals (capacitat analítica, sintètica i crítica) .
- Conéixer els aspectes socials, històrics, econòmics i culturals dels contextos propis i aliens rellevants.
- 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.

RESULTATS DE L'APRENENTATGE

L'assignatura pretén la consecució dels següents resultats d'aprenentatge del Grau en Comunicació Audiovisual:

- Identificar les estructures organitzatives en el camp de la comunicació visual i sonora.

- Conéixer la interrelació entre els subjectes de la comunicació audiovisual: autors, institucions, empreses, mitjans, soports i receptors.
- Desenvolupar un treball creatiu o d'investigació.

En definitiva, l'alumnat haurà de conéixer:

- 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 lEconomia 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 lEconomia Política de la Comunicació. 2.1. Principis de lEconomia 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. Lespai de comunicació liberal. 8.1. El mercat de la comunicació. 8.2. El paral·lelisme politic. 8.3. El professionalisme periodístic. 8.4. El paper de l'Estat. 8.5. Dimensió política.

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

Tema 10. Lespai de comunicació pluralista polaritzat. 10.1. El mercat de la comunicació. 10.2. El paral·lelisme politic. 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 mediatics. 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 radio. 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. Lespai 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	40,00	0
Lectures de material complementari	10,00	0
TOTAL	**150,00**	

METODOLOGIA DOCENT

- Liçó magistral. Sessió expositiva del temari de l'assignatura per part del professorat.

- Estudi i anàlisi per part de l'alumnat de casos plantejats pel professorat.

- Debats entre l'alumnat entorn de qüestions d'actualitat vinculades amb el contingut de l'assignatura, seleccionades pel professorat o de manera consensuada amb l'alumnat.

- Treballs per grups amb exposició a l'aula.

El treball no presencial es desenvoluparà mitjançant la lectura de textos de referència proposats pel professorat; la preparació dels debats i anàlisis de casos; l'estudi autònom del temari de l'assignatura; i la realització en grup d'un treball tutoritzat que analitze algun aspecte de la materialització de l'estructura de la comunicació.

AVALUACIÓ

L'avaluació en primera convocatòria constarà de dos blocs:
- Prova escrita final sobre el contingut teòric de l'assignatura (60%). - Elaboració i presentació d'un treball de recerca en grup (40%).

L'avaluació en segona convocatòria mantindrà, si fora el cas, les qualificacions obtingudes en els blocs aprovats en la primera. L'avaluació dels blocs suspesos o no presentats es realitzarà de la següent manera:
- Prova escrita final sobre el contingut teòric de l'assignatura (60%). - Elaboració d'un treball de recerca (40%). En grup, en cas d'haver-lo suspés en la primera convocatòria; o individual, en cas de no haver-lo presentat.
Observacions:
- És necessari aprovar l'examen i el treball per a superar l'assignatura. - Els treballs hauran d'aplicar les normes APA7 en les cites i referències. - Es penalitzarà la presència de faltes d'ortografia en l'examen i el treball, a raó de -0,5 punts sobre 10 per cada falta d'ortografia i de -0,25 punts sobre 10 per cada falta d'accentuació gràfica. La inclusió en el treball de material elaborat per tercers sense citar la seua font comportarà el seu suspens amb la qualificació numèrica de 0, independentment de si es tracta d'una reproducció textual o d'una paràfrasi continuada.

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
  Cascajosa Virino, C. & Zahedi, F. (2016). Historia de la Televisión. Tirant lo Blanch
- Castells, Manuel (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. & Mancini, P. (2008). Sistemas mediáticos comparados. Hacer.
- 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.
  López-Olano, Carlos (2018). RTVV: paradigma de la triple crisis de las televisiones públicas. Tirant lo Blanch
  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.
  Pedrero Esteban, L. M. & García Lastra, J. M. (2019). La transformación digital de la radio: Diez claves para su comprensión profesional y académica. Tirant lo Blanch
  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.