

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

|                        |                               |
|------------------------|-------------------------------|
| <b>Código</b>          | 36552                         |
| <b>Nombre</b>          | Estructura de la comunicación |
| <b>Ciclo</b>           | Grado                         |
| <b>Créditos ECTS</b>   | 6.0                           |
| <b>Curso académico</b> | 2023 - 2024                   |

**Titulación(es)**

| <b>Titulación</b>                        | <b>Centro</b>                                    | <b>Curso</b> | <b>Periodo</b>      |
|------------------------------------------|--------------------------------------------------|--------------|---------------------|
| 1333 - Grado en Comunicación Audiovisual | Facultad de Filología, Traducción y Comunicación | 1            | Primer cuatrimestre |

**Materias**

| <b>Titulación</b>                        | <b>Materia</b>   | <b>Caracter</b>  |
|------------------------------------------|------------------|------------------|
| 1333 - Grado en Comunicación Audiovisual | 2 - Comunicación | Formación Básica |

**Coordinación**

| <b>Nombre</b>            | <b>Departamento</b>                                         |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------|
| 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 en el siglo XXI. Asimismo, estudio de los factores que determinan y caracterizan su dinámica, como espacio en el que tienen lugar los procesos de producción, circulación y consumo de los productos culturales y audiovisuales generados en la sociedad actual; así como sus repercusiones culturales, sociales y económicas.

En definitiva, 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, estatal regional 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

### 1333 - Grado en Comunicación Audiovisual

- 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 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 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 respecto por los derechos humanos.
- Capacidad para buscar, seleccionar, leer, interpretar y analizar textos y documentos tanto escritos como audiovisuales (capacidad analítica, sintética y crítica).
- Conocer los aspectos sociales, históricos, económicos y culturales de los contextos propios y ajenos relevantes.
- 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.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

La asignatura pretende la consecución de los siguientes resultados de aprendizaje del Grado en Comunicación Audiovisual:

- Identificar las estructuras organizativas en el campo de la comunicación visual y sonora.
- Conocer la interrelación entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores.
- Desarrollar un trabajo creativo y de investigación.

En concreto, cada sección del temario permitirá al estudiantado conseguir los siguientes resultados:

- Sección 1 (temas 1 y 2). Conocer la importancia social de las industrias comunicativas y culturales, así



como su dimensión empresarial.

- Sección 2 (temas 3 y 4). Conocer 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, así como las tendencias globales de las industrias comunicativas.
- Sección 3 (tema 5). Conocer las principales características comunicativas y políticas de los sistemas mediáticos liberal, democrático-corporativo y pluralista-polarizado.
- Sección 4 (temas 6, 7, 8 y 9). Conocer la regulación, evolución, composición, características y tendencias del sistema mediático español.
- Sección 5 (temas 10 y 11). Conocer la regulación, evolución, composición, características y tendencias 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. Introducción a la Estructura de la Comunicación

1. El estudio de la Estructura de la Comunicación: concepto, orígenes, objeto, perspectivas y ámbitos
2. De la comunicación de masas a la autocomunicación de masas
3. La ¿superada? centralidad del sistema de medios en el espacio público
4. La Economía Política de la Comunicación: concepto, principios, objeto. Los medios como Aparatos Ideológicos del Estado.

### 2. La dimensión empresarial de los medios de comunicación

1. Concepto y elementos constitutivos de las empresas informativas
2. Particularidades de las empresas informativas
3. El poder de informar y la información como bien económico
4. Tipo de empresas informativas
5. Financiación de las empresas informativas tradicionales
6. Modelos de negocio de las empresas informativas en Internet

### 3. El sistema mundial de la información

1. Características del sistema mundial de la información
2. La doctrina del libre flujo de información: concepto e imposición
3. El informe MacBride
4. Niveles y flujos internacionales de la información
5. La teoría del imperialismo cultural



#### **4. Tendencias globales de las industrias comunicativas**

1. Desregulación política
2. Concentración empresarial de la propiedad
3. Integración y conglomeración mediática
4. Digitalización de la información
5. Convergencia tecnológica

#### **5. Los espacios de comunicación**

1. El inicio de la investigación de los espacios de comunicación
2. La investigación actual de los espacios de comunicación
3. Dimensión mediática de la investigación de los espacios de comunicación
4. Dimensión política de la investigación de los espacios de comunicación
5. Los espacios de comunicación (1): liberal
6. Los espacios de comunicación (2): democrático corporativo
7. Los espacios de comunicación (3): pluralista polarizado

#### **6. El sistema mediático español**

1. Principales grupos mediáticos
2. Características, audiencias y mercado publicitario

#### **7. El sistema español de prensa**

1. Organización y régimen jurídico
2. Evolución
3. Situación actual

#### **8. El sistema español de radio**

1. Organización y régimen jurídico
2. Evolución
3. Situación actual

#### **9. El sistema español de televisión**

1. Organización y régimen jurídico
2. Evolución
3. Situación actual

**10. El sistema mediático valenciano**

1. Situación actual. Características, audiencias y mercados
2. El sistema de prensa
3. El sistema radiofónico
4. El sistema televisivo

**11. El espacio público de comunicación valenciano**

1. Creación, modelo y evolución de RTVV
2. Cierre de RTVV
3. 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          | 40,00         | 0            |
| Lecturas de material complementario | 10,00         | 0            |
| <b>TOTAL</b>                        | <b>150,00</b> |              |

**METODOLOGÍA DOCENTE****DOCENCIA PRESENCIAL**

La docencia presencial se desarrollará mediante una clase a la semana de tres horas de duración que combinará las siguientes metodologías:

- Lección magistral.
- Estudio y análisis de casos.
- Exposición en aula y trabajo por grupos.
- Debates y seminarios.

De manera habitual, las sesiones se dividirán en dos partes: la primera consistirá en la exposición del temario por parte del profesorado; la segunda se dedicará al análisis de un caso o al debate de cuestiones de actualidad por parte del alumnado. La participación en los análisis de casos y en los debates se desarrollará a través de portavoces de grupos, que antes de finalizar la sesión tendrán que subir una ficha al aula virtual a modo de memoria de la actividad realizada; en caso de no disponer de ordenador, podrán entregarla en papel.

Las últimas sesiones del curso se dedicarán a la exposición de los trabajos realizados en grupo a lo largo del curso sobre algún aspecto de la estructura de la comunicación consensuado con el profesorado, de manera autónoma pero tutorizada.



## TRABAJO NO PRESENCIAL

El trabajo no presencial se desarrollará mediante la lectura de textos de referencia propuestos por el profesorado; la preparación de los debates y análisis de casos; el estudio autónomo del temario de la asignatura; y la realización en grupo de un trabajo tutorizado que analice algún aspecto de la estructura de la comunicación consensuado con el profesorado al inicio del curso.

## EVALUACIÓN

El sistema general de calificaciones seguirá el Reglamento de evaluación y calificación de la Universitat de València para títulos de grado y máster, aprobado por el Consell de Govern el 30 de mayo de 2017 (ACGUV 108/2017).

### PRIMERA CONVOCATORIA

La evaluación en primera convocatoria constará de tres bloques:

- 1. Prueba escrita final (50%):** examen sobre el contenido teórico de la asignatura.
- 2. Presentación de esquemas, resúmenes y textos propuestos (35%):** elaboración en grupo, a lo largo del curso y de manera tutorizada, de un trabajo sobre algún aspecto de la estructura de la comunicación consensuado con el profesorado a primeros del cuatrimestre. Los trabajos serán entregados y expuestos en las últimas sesiones del curso.
- 3. Valoración de actitud y participación en la dinámica de clase (15%):** participación del alumnado en los análisis de casos planteados por el profesorado, que se constatará mediante las fichas entregadas a modo de memoria al final de las sesiones.

### SEGUNDA CONVOCATORIA

La evaluación en segunda convocatoria mantendrá, si fuera el caso, las calificaciones obtenidas en los bloques aprobados en la primera. La evaluación de los bloques suspendidos o no presentados se realizará del siguiente modo:

- 1. Prueba escrita final (50%):** examen sobre el contenido teórico de la asignatura.
- 2. Presentación de esquemas, resúmenes y textos propuestos (35%):** elaboración individual de un trabajo sobre algún aspecto de la estructura de la comunicación consensuado con el profesorado.
- 3. Valoración de actitud y participación en la dinámica de clase (0%):** no es recuperable.

### OBSERVACIONES:

- Es necesario aprobar el examen y el trabajo para superar la asignatura. En caso de suspender uno de dichos bloques, su nota no hará media con las demás.
- Los trabajos deben aplicar las normas APA7 en las citas y referencias.



- Los trabajos deben entregarse a través del aula virtual. No se corregirán documentos entregados por otras vías. Cada día de retraso en la entrega de una actividad implicará una penalización de 2 puntos (sobre 10) en su evaluación.
- Los problemas de ortografía, sintaxis y/o expresión escrita puntuarán negativamente, pudiendo conllevar el suspenso de la prueba.
- En el caso de comprobarse plagio en un trabajo de evaluación de un estudiante, este se podrá puntuar con la calificación numérica de cero, con independencia del procedimiento disciplinario que se pueda incoar y, si procede, de la sanción que sea procedente de acuerdo con la legislación vigente.
- La honestidad intelectual es vital en las comunidades académicas, y para la justa evaluación del trabajo del estudiantado. Todos los trabajos presentados en este curso han de ser de autoría original. No se admitirán trabajos en los que se haga uso de colaboración fraudulenta o la composición con la ayuda de inteligencia artificial (ChatGPT u otros).

## REFERENCIAS

### Básicas

- Albornoz, L. A., Segovia, A. & Almirón, N. (2020). Grupo Prisa: Media Power in Contemporary Spain. Routledge
- Bustamante, E. (coord.) (2011). Las industrias creativas: amenazas sobre la cultura digital. Gedisa.
- Bustamante, E. (2013). Historia de la Radio y la Televisión en España: una asignatura pendiente de la democracia. Gedisa.
- Carbonell Abelló, J. M. (2012). El futuro de la comunicación: redes, medios y poder. Editorial UOC.
- Caro González, F. J. (2007). Gestión de empresas informativas. McGraw-Hill
- Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Alianza.
- Croteau, D., & Hoynes, W. (2014). Media & Society: Industries, Images and Audiences. Sage.
- Hallin, D. C., & Mancini, P. (2008). Sistemas mediáticos comparados. Hacer.
- Jones, D. E. (2005). Aproximación teórica a la estructura de la comunicación. Sphera Pública, 5.
- Jones, D. E. (2016). Industrias de la comunicación y la cultura en España y Cataluña. Universitat Ramon Llull.
- López García, G. (2015). Periodismo digital: redes, audiencias y modelos de negocio. Comunicación Social.
- López García, G. (ed.) (2019). La comunicació en la Comunitat Valenciana (2010-2018): crisi i canvi. Editorial Alfons el Magnànim.
- López García, G., & Gamir Ríos, J. (2011). Los medios españoles en la campaña de 2008". En G. López García (ed.), Política binaria y SPAM electoral: elecciones Generales 2008: nuevas herramientas, viejas actitudes (pp. 89-114). Tirant lo Blanch.



- López García, G.; Gamir Ríos, J., & Valera Ordaz, L. (2018). Comunicación política: teorías y enfoques. Síntesis.
- MacBride, S. (ed.) (1980): Un solo mundo, voces múltiples. Fondo de Cultura Económica.
- Martínez Vallvey, F. (2016). La comunicación y su estructura en la era digital. CEF.
- Mazzoleni, G. (2010): La comunicación política. Alianza Editorial.
- Nieto, A., & Iglesias, F. (1993). La empresa informativa. Ariel.
- Reig, R. (2011). Los dueños del periodismo: claves de la estructura mediática mundial y de España. Gedisa.
- Rodrigo Alsina, M., & Estrada Alsina, A. (2017). Teorías de la comunicación. UOC.
- Serrano, P. (2010). Traficantes de información: la historia oculta de los grupos de comunicación españoles. Akal.
- Serrano, P. (2016). Medios democráticos: una revolución pendiente en la comunicación. Akal.
- Soler-Campillo, M. ., Galán Cubillo, E. ., & Marzal-Felici, J. (2019). La creación de À Punt Mèdia (2013-19) como nuevo espacio público de comunicación. Revista Latina De Comunicación Social, (74), 18011817.
- Vidal Beltrán, J. M. (2019). Libertades informativas y medios de comunicación. Tirant lo Blanch.