

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

Codi	36552
Nom	Estructura de la comunicació
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2023 - 2024

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 factors que determinen i caracteritzen la seua dinàmica, com a espai on tenen lloc els processos de producció, circulació i consum dels productes culturals i audiovisuals generats a la societat actual; així com les seues repercussions culturals, socials i econòmiques.

En definitiva, 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, estatal, regional 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'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 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) .
- Conèixer 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'APRENTATGE

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

En concret, cada bloc del temari permetrà a l'estudiantat aconseguir els següents resultats:

- Bloc 1 (temes 1 i 2). Conèixer la importància social de les indústries comunicatives i culturals, així com la seua dimensió empresarial.



- Bloc 2 (temes 3 i 4). Conèixer 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, així com les tendències globals de les indústries comunicatives.
- Bloc 3 (tema 5). Conèixer les principals característiques comunicatives i polítiques dels sistemes mediàtics liberal, democràtic-corporatiu i pluralista-polaritzat.
- Bloc 4 (temes 6, 7, 8 i 9). Conèixer la regulació, evolució, composició, característiques i tendències del sistema mediàtic espanyol.
- Bloc 5 (temes 10 i 11). Conèixer la regulació, evolució, composició, característiques i tendències 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. Introducció a l'Estructura de la Comunicació

1. L'estudi de l'Estructura de la Comunicació: concepte, orígens, objecte, perspectives i àmbits
2. De la comunicació de masses a l'autocomunicació de masses
3. La ¿superada? centralitat del sistema de mitjans en l'espai públic
4. L'Economia Política de la Comunicació: concepte, principis, objecte. Els mitjans com Aparells Ideològics de l'Estat

2. La dimensió empresarial dels mitjans de comunicació

1. Concepte i elements constitutius de les empreses informatives
2. Particularitats de les empreses informatives
3. El poder d'informar i la informació com a bé econòmic
4. Tipus d'empreses informatives
5. Finançament de les empreses informatives tradicionals
6. Models de negoci de les empreses informatives en Internet

3. El sistema mundial de la informació

1. Característiques del sistema mundial de la informació
2. La doctrina del lliure flux d'informació: concepte i imposició
3. L'informe MacBride
4. Nivells i fluxos internacionals de la informació
5. La teoria de l'imperialisme cultural



4. Tendències globals de les indústries comunicatives

1. Desregulació política
2. Concentració empresarial de la propietat
3. Integració i conglomeració mediàtica
4. Digitalització de la informació
5. Convergència tecnològica

5. Els espais de comunicació

1. L'inici de la investigació dels espais de comunicació
2. La investigació actual dels espais de comunicació
3. Dimensió mediàtica de la investigació dels espais de comunicació
4. Dimensió política de la investigació dels espais de comunicació
5. Els espais de comunicació (1): liberal
6. Els espais de comunicació (2): democràtic corporatiu
7. Els espais de comunicació (3): pluralista polaritzat

6. El sistema mediàtic espanyol

1. Principals grups mediàtics
2. Característiques, audiències i mercat publicitari

7. El sistema espanyol de premsa

1. Organització i règim jurídic
2. Evolució
3. Situació actual

8. El sistema espanyol de ràdio

1. Organització i règim jurídic
2. Evolució
3. Situació actual

9. El sistema espanyol de televisió

1. Organització i règim jurídic
2. Evolució
3. Situació actual

**10. El sistema mediàtic valencià**

1. Situació actual. Característiques, audiències i mercats
2. El sistema de premsa
3. El sistema radiofònic
4. El sistema televisiu

11. L'espai públic de comunicació valencià

1. Creació, model i evolució d'RTVV
2. Tancament d'RTVV
3. 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**DOCÈNCIA PRESENCIAL**

La docència presencial es desenvoluparà mitjançant una classe a la setmana de tres hores de duració que combinarà les següents metodologies:

- Lliçó magistral.
- Estudi i anàlisi de casos.
- Exposició en aula i treball per grups.
- Debats i seminaris.

De manera habitual, les sessions es dividiran en dues parts: la primera consistirà en l'exposició del temari per part del professorat; la segona es dedicarà a l'anàlisi d'un cas o al debat de qüestions d'actualitat per part de l'alumnat. La participació en les anàlisis de casos i en els debats es desenvoluparà a través de portaveus de grups, que abans de finalitzar la sessió hauran de pujar una fitxa a l'aula virtual a mode de memòria de l'activitat realitzada; en cas de no disposar d'ordinador, podran lliurar-la en paper.

Les últimes sessions del curs es dedicaran a l'exposició dels treballs realitzats en grup al llarg del curs sobre algun aspecte de l'estructura de la comunicació consensuat amb el professorat, de manera autònoma però tutoritzada.

TREBALL NO PRESENCIAL



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 l'estructura de la comunicació consensuat amb el professorat a l'inici del curs.

AVALUACIÓ

El sistema general de qualificacions seguirà el Reglament d'avaluació i qualificació de la Universitat de València per a títols de grau i màster, aprovat pel Consell de Govern el 30 de maig de 2017 (ACGUV 108/2017).

PRIMERA CONVOCATÒRIA

L'avaluació en primera convocatòria constarà de tres blocs:

- 1. Prova escrita final (50%):** examen sobre el contingut teòric de l'assignatura.
- 2. Presentació d'esquemes, resums i textos proposats (35%):** elaboració en grup, al llarg del curs i de manera tutoritzada, d'un treball sobre algun aspecte de l'estructura de la comunicació consensuat amb el professorat al principi del quadrimestre. Els treballs seran lliurats i exposats en les últimes sessions del curs.
- 3. Valoració d'actitud i participació en la dinàmica de classe (15%):** participació de l'alumnat en les anàlisis de casos plantejades pel professorat, que es constatarà mitjançant les fitxes lliurades a mode de memòria al final de les sessions.

SEGONA CONVOCATÒRIA

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:

- 1. Prova escrita final (50%):** examen sobre el contingut teòric de l'assignatura.
- 2. Presentació d'esquemes, resums i textos proposats (35%):** elaboració individual d'un treball sobre algun aspecte de l'estructura de la comunicació consensuat amb el professorat.
- 3. Valoració d'actitud i participació en la dinàmica de classe (0%):** no és recuperable.

OBSERVACIONS:

- És necessari aprovar l'examen i el treball per a superar l'assignatura. En cas de suspendre un d'aquests blocs, la seua nota no farà mitjana amb les altres.
- Els treballs han d'aplicar les normes APA7 en les cites i referències.
- Els treballs han de lliurar-se a través de l'aula virtual. No es corregiran documents lliurats per altres vies.



Cada dia de retard en el lliurament d'una activitat implicarà una penalització de 2 punts (sobre 10) en la seua avaluació.

- Els problemes d'ortografia, sintaxi i/o expressió escrita puntuaran negativament, podent comportar el suspens de la prova.
- En el cas de comprovar-se plagi en un treball d'avaluació d'un estudiant, aquest es podrà puntuar amb la qualificació numèrica de zero, amb independència del procediment disciplinari que es puga incoar i, si escau, de la sanció que siga procedent d'acord amb la legislació vigent.
- L'honestetat intel·lectual és vital en les comunitats acadèmiques, i per a la justa avaluació del treball de l'alumnat. Tots els treballs presentats en aquest curs han de ser d'autoria original. No s'admetran treballs en els quals es faci ús de col·laboració fraudulenta o la composició amb ajuda d'intel·ligència artificial (ChatGPT o altres).

REFERÈNCIES

Bàsiques

- 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.