

**FICHA IDENTIFICATIVA****DATOS DE LA ASIGNATURA****Código:** 36634**Nombre:** Estructura de la comunicación**Ciclo:** Grado**Créditos ECTS:** 6**Curso académico:** 2025-26**TITULACIONES**

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1334 - Grado en Periodismo	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	2	Primer cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1334 - Grado en Periodismo	Organización y producción informativas	OBLIGATORIA

COORDINACIÓN

VALERA ORDAZ LIDIA

RESUMEN

La asignatura *Estructura de la Comunicación e Industrias Culturales* se integra en el módulo obligatorio del Grado de Periodismo. Con ella se pretende que el estudiante del Grado de Periodismo obtenga conocimientos sobre los medios de comunicación concebidos como una industria y un sector productivo con características particulares, además de familiarizarse con los principales tipos de sistemas mediáticos que existen en las sociedades occidentales y sus características más relevantes. Se trata, en pocas palabras, de que el estudiante comprenda cómo dos grandes fuerzas han influido e influyen en la configuración de los sistemas de medios de comunicación. Estas dos fuerzas incluyen los factores económicos: el mercado-, por un lado, y las fuerzas políticas y el Estado, los actores políticos organizados-, por otro.

El estudiante se aproximará, en primer lugar, al estudio de la industria mediática atendiendo a cuestiones como su estructura de propiedad, su orientación comercial, la relevancia estructural de la publicidad como fuente de ingresos del sector y las distintas formas de regulación estatal que existen sobre los medios de comunicación y las industrias culturales. Asimismo, la exposición de estas cuestiones le aproximará al estudio específico de la organización y el funcionamiento de los principales conglomerados y grupos de comunicación a escala internacional, española y regional, así como a los procesos de ideación, producción y distribución de productos culturales y contenidos mediáticos.

En segundo lugar, el estudiante también se iniciará en el estudio comparado de los sistemas mediáticos a



tenor de la influencia que han desempeñado los sistemas políticos en su desarrollo histórico, y obtendrá un conocimiento pormenorizado de los principales modelos de sistemas mediáticos que existen en las sociedades democráticas, en función de su trayectoria histórica y de su relación con los sistemas políticos: 1) el modelo liberal o del Atlántico Norte, 2) el modelo democrático corporativo o del Norte y Centro de Europa, y 3) el modelo pluralista polarizado o mediterráneo.

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

La matriculación en la asignatura de *Estructura de la Comunicación e Industrias Culturales* no requiere competencias previas específicas ni conocimientos especiales, más allá de los adquiridos en el primer curso del Grado en Periodismo y en su educación secundaria. Se redcomienda voluntad de participar en todas las actividades que se planteen en clase, y de poner en práctica una capacidad crítica suficiente para formular preguntas pertinentes sobre la realidad y las cuestiones objeto de estudio.

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

-

Capacidad para buscar, seleccionar, leer, interpretar y analizar textos y documentos tanto escritos como audiovisuales (capacidad analítica, sintética y crítica).

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.

Conocer los aspectos sociales, históricos, económicos y culturales de los contextos propios y ajenos relevantes.

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 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 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 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 capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos y sociolaborales.

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 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.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

PARTE I: Aproximaciones teóricas

1. Aproximaciones teóricas al estudio de la estructura de la comunicación y la economía política

- 1.1.La importancia de los medios de comunicación
- 1.2.La mirada multidisciplinar
- 1.3.Las industrias culturales como objeto de estudio
- 1.4.Medios, socialización y relaciones sociales
- 1.5.Estructura y agencia

PARTE II: Economía política y estructura de la comunicación

2. Economía política y estructura de propiedad de las industrias culturales

- 2.1.Digitalización mediática e industrias culturales
- 2.2.La propiedad de los medios: concentración, conglomerados e integración
- 2.3.Consecuencias de los conglomerados, la integración y la concentración
- 2.4.La estructura mediática en España

3. Evolución de los medios de comunicación, orientación comercial y la publicidad

- 3.1.La orientación comercial
- 3.2.La publicidad tradicional: impacto y evolución histórica
- 3.3.La publicidad en la era digital: innovaciones
- 3.4.El mercado de la televisión

PARTE III. Políticas de comunicación con perspectiva

4. Políticas de comunicación en perspectiva

- 4.1.La libertad de prensa vs. el interés público
- 4.2.La regulación en perspectiva internacional



- 4.3.El debate sobre la regulación: intereses en conflicto
- 4.4.La regulación de los medios de masas: propiedad, contenidos, etc.
- 4.5.La regulación en la era de Internet

PARTE IV: Tecnologías y medios de comunicación de masas en perspectiva comparada

5. Introducción a los sistemas mediáticos comparados

- 5.1. La estructura de los mercados de los medios
- 5.2. El paralelismo político
- 5.3. La regulación de la radiotelevisión
- 5.4. La profesionalización
- 5.5. El papel del Estado

PARTE V: Evolución de los medios de comunicación globales y de las industrias culturales

6. El modelo mediterráneo o pluralista polarizado

- 6.1. Raíces políticas y literarias del periodismo
- 6.2. El paralelismo político
- 6.3. La profesionalización
- 6.4. La autonomía periodística versus la instrumentalización
- 6.5. Los medios y el Estado
- 6.6. La historia, estructura y cultura política

7. El modelo del Atlántico norte o liberal

- 7.1. Liberalismo y desarrollo de la prensa comercial de gran tirada
- 7.2. El paralelismo político
- 7.3. La profesionalización
- 7.4. El papel del Estado
- 7.5. La gestión de la radiotelevisión
- 7.6. La historia, estructura y cultura política

8. El modelo del Norte y Centro de Europa o democrático corporativo

- 8.1. Raíces de la prensa impresa
- 8.2. Entre el mercado y el partidismo
- 8.3. El Estado y los medios
- 8.4. La gestión de la radiotelevisión pública
- 8.5. La profesionalización
- 8.6. La decadencia y persistencia del paralelismo político
- 8.7. La historia, estructura y cultura política

Este plan de contenidos se plasmará en los siguientes resultados de aprendizaje:

- Describir y valorar las ideas de los diferentes análisis y reflexiones sobre la comunicación en su contexto sociocultural.
- Organizar conocimientos básicos sobre los procesos de producción, distribución y recepción de la comunicación y de las distintas industrias culturales.
- Ordenar conocimientos de la estructura de la comunicación de masas y de sus dinámicas, de



- acuerdo con el contexto histórico.
- Asociar la función de las instituciones públicas y de los diferentes agentes intervinientes en el sector de la industria cultural.
- Presentar conocimiento de los principales grupos de comunicación y de sus relaciones y estrategias empresariales.

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría	60,00
Total horas	60,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	50,00
Estudio y trabajo autónomo	30,00
Preparación de clases	10,00
Preparación de actividades de evaluación	0,00
Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	90,00

METODOLOGÍA DOCENTE

- Clases magistrales, a través de las cuales se expondrán los contenidos teóricos de la asignatura.
- **Actividades y ejercicios prácticos, tanto individuales como colectivos, a realizar en las sesiones** teóricas con motivo de ejemplificar los contenidos y de consolidar la adquisición de competencias.
- Sesiones prácticas de estudio dirigido en las que se propondrá la lectura y discusión de distintos textos (estudios, noticias, documentales, películas) que aportará el profesor y que implican la participación activa del estudiante en el aula.

EVALUACIÓN

El sistema general de calificaciones seguirá la normativa de la Universitat de València aprobada por el Consell de Govern del día 30 de mayo de 2017. ACGUV 108/2017.

La evaluación de la asignatura se hará de la forma siguiente:



Primera convocatoria

- Realización de un examen sobre la materia de las clases teóricas y prácticas en el día señalado, incluidos los contenidos del dossier de lectura obligatoria (60%).
- Ensayo argumentativo individual a partir de un libro elegido por el profesor (30%)
- Evaluación de la participación activa del alumno en todas las actividades y prácticas que se proponen, incluyendo algunas actividades en grupo (10%).

La participación y el ensayo no requieren nota mínima para promediar.

Para que todos los elementos de la evaluación puedan hacer media, el alumno habrá de obtener un mínimo de 4 sobre 10 puntos en el examen (lo mismo en segunda convocatoria). Si obtiene una puntuación inferior a 4, esa será la nota que aparecerá en su expediente.

Tres faltas de ortografía de cualquier índole (sintaxis, gramática, acentuación, etc.) implican suspender el ejercicio individual (lo mismo sucede en segunda convocatoria).

Segunda convocatoria

No se guarda ninguna nota de primera a segunda convocatoria (ni del examen ni del ensayo ni de la participación).

Realización de un examen sobre la materia de las clases teóricas en el día señalado, incluidos los contenidos del dossier de lectura obligatoria y aquellos relativos a las actividades prácticas (60%).

Ensayo argumentativo individual a partir de un libro elegido por el profesor (40%) [habrá que repetirlo aunque se haya aprobado en primera convocatoria]

Honestidad intelectual

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), excepto si su utilización forma parte de los contenidos de la asignatura y está autorizada por el profesorado que la imparte. En el caso de comprobarse plagio en un trabajo de evaluación de un estudiante, este se podrá puntuar con la calificación numérica de cero y suponer la suspensión de la convocatoria, con independencia del procedimiento disciplinario que se pueda incoar y, si procede, de la sanción que sea procedente de acuerdo con la legislación vigente.

También se considerarán faltas graves, y por tanto pueden suponer la suspensión inmediata de la convocatoria, copia o facilitar la copia de trabajos entre alumnado del grado; acceder irregularmente o apropiarse anticipadamente del contenido de una prueba o examen; facilitar o procurar la apropiación, alteración o destrucción posterior del contenido o de los resultados de una actividad evaluable y la suplantación de la persona en exámenes. Cuando se detectan las faltas graves señaladas en este punto, el o la docente deberá comunicarlo a la coordinación del Grado.

La presentación de trabajos y/o exámenes con faltas de ortografía y/o errores de sintaxis, coherencia o redacción será penalizado y puede llegar a suponer la suspensión de dicha prueba.

BIBLIOGRAFÍA



Bibliografía básica

Croteau, D., Hoynes, W., & Childress, C. (2022). *Media/Society: Technology, industries, content, and users* (7th ed.). SAGE Publications.

Hallin, D. C., & Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados*. Hacer.

García Santamaría, J. V. (2016). *Los grupos multimedia españoles: análisis y estrategias*. UOC.

Bustamante, E. (Coord.). (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: Las industrias culturales en la era digital*. Gedisa.

Zallo, R. (2007). La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio. *Zer: Revista de estudios de comunicación*, (22), 215-234.

Bibliografía complementaria

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.

Fuchs, C. (2018). *Digital Demagogue: Authoritarian Capitalism in the Age of Trump and Twitter*. Pluto Books.

García Santamaría, J. V., & Pérez Serrano, M. J. (2020). Grupos de comunicación en España: madurez y profundas transformaciones en un final de ciclo. *Palabra Clave*, 23(4), e2345. <https://doi.org/10.5294/pacla.2020.23.4.5>

Guerrero, A., & Márquez, M. (2014). *Media systems and communication policies in Latin America*. Palgrave Macmillan.

Hallin, D., & Papathanassopoulos, S. (2002). Political clientelism and the media: Southern Europe and Latin America in comparative perspective. *Media, Culture & Society*, 24(2), 175-196. <https://doi.org/10.1177/016344370202400202>

Mastrini, G. (2017). Economía política de la comunicación e industrias culturales: Apuntes sobre su vigencia actual. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 5, 139-148.

Jiménez, D. (2019). *El director: Secretos e intrigas de la prensa narrados por el exdirector de El Mundo*. Libros del K.O.

García Santamaría, J. V. (2013). Televisión y concentración en España: el duopolio de Mediaset y Atresmedia. *Palabra Clave*, 16(2), 366-397.

Jones, D. E. (2016). *Industrias de la comunicación y la cultura en España y Cataluña*. Documentos de



estudio.

Gil de Zúñiga, H., & Cheng, Z. (2021). Origin and evolution of the News Finds Me perception: Review of theory and effects. *El Profesional de la Información*, 30(3), e300321. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.may.21>

Lindell, J. (2018). Distinction recapped: Digital news repertoires in the class structure. *New Media & Society*, 20(8), 3029-3049. <https://doi.org/10.1177/1461444817739621>

Newman, N., Fletcher, R., Eddy, K., Robertson, C. T., & Nielsen, R. K. (2023). *Digital News Report 2023*. Reuters Institute for the Study of Journalism. <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023>

Van Erkel, P. F. A., & van Aelst, P. (2021). Why don't we learn from social media? Studying effects of and mechanisms behind social media news use on general surveillance political knowledge. *Political Communication*, 38(4), 407-425.

Márquez, M., & Guerrero, A. (2023). *Los sistemas de medios en América Latina*. Tirant lo Blanch.