

## GUÍA DOCENTE

### DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

<b>ASIGNATURA:</b>	Estructura General de la Comunicación
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b>	Grado en Comunicación Audiovisual
<b>CENTRO:</b>	Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
<b>CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:</b>	Básica
<b>ECTS:</b>	6
<b>CURSO:</b>	Primero
<b>SEMESTRE:</b>	1
<b>IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:</b>	Español
<b>NOMBRE Y APELLIDOS:</b>	Patricia Martínez
<b>DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO:</b>	patricia.martinez@uneatlantico.es

### DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

<b>CONTENIDOS:</b>
<p>Tema 1 Los medios de comunicación de masas</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Estructuralismo como método de análisis</li> <li>1.2. La estructura de la comunicación</li> <li>1.3. La comunicación de masas</li> <li>1.4. Los tipos de medios de comunicación de masas             <ol style="list-style-type: none"> <li>1.4.1. Los medios impresos</li> <li>1.4.2. El cine</li> <li>1.4.3. La radio</li> <li>1.4.4. La televisión</li> <li>1.4.5. Internet</li> </ol> </li> <li>1.5. Distorsión de la comunicación             <ol style="list-style-type: none"> <li>1.5.1. La propaganda</li> </ol> </li> </ol>

- 1.5.2. La publicidad
- 1.5.3. La desinformación
- 1.6. Regularización de los contenidos en los medios

#### Tema 2

La influencia de los medios de comunicación

- 2.1. Influencia de los medios en la sociedad
- 2.2. Estudios sobre los efectos de los medios masivos

#### Tema 3

La industria de la comunicación

- 3.1. Nuevas vías de investigación
- 3.2. Concentración multimedia
- 3.3. Regulación internacional
- 3.4. Grupos globales de comunicación

#### Tema 4

Relación internacional de los medios de comunicación

- 4.1. Los medios de comunicación en el nuevo orden internacional
- 4.2. Neocolonialismo
- 4.3. Estructura de la comunicación internacional
- 4.4. Las agencias de noticias

#### Tema 5

El sistema de medios en estados unidos

- 5.1. Prensa impresa
- 5.2. Radio
- 5.3. Televisión
- 5.4. Los medios y las elecciones estadounidenses

#### Tema 6

El sistema de medios en España

- 6.1. La etapa post-franquista
- 6.2. La década de los ochenta
- 6.3. La década de los noventa
- 6.4. El nuevo milenio
- 6.5. La llegada de la TDT
- 6.6. Principales grupos mediáticos españoles
- 6.7. Mapa de medios

#### Tema 7

El sistema de medios internacional

- 7.1. Europa
- 7.2. América Latina
- 7.3. Asia
- 7.4. Los estados árabes

## 7.5. África

### Tema 8

El nuevo modelo comunicativo

8.1. El nuevo paradigma comunicacional

8.2. Los nuevos gigantes de la comunicación

## COMPETENCIAS

### Competencias generales:

CG1. Capacidad para reconocer, analizar e interpretar diversos procesos de comunicación.

CG2. Capacidad para desarrollar pensamiento crítico en la investigación y la actividad profesional.

CG3. Capacidad para crear y comunicar mensajes a públicos diversos.

### Competencias específicas:

CE1. Identificar los actores y definir las características estructurales de los sistemas de comunicación en contextos nacionales e internacionales.

### Resultados de aprendizaje:

- Conocer y diferenciar los sistemas de comunicación a nivel nacional e internacional y sus relaciones.
- Comprender el sistema actual de comunicación a nivel nacional, sus retos e interrogantes.
- Reconocer los elementos que definen el campo de la Comunicación local en Cantabria.

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

En la convocatoria ordinaria la asignatura se evaluará de la siguiente manera:

Evaluación continua:

- a) Una prueba parcial escrita teórica y/o práctica (30%)
- b) Resolución de casos prácticos, realización de trabajos grupales e individuales,

prácticas en estudio de radio/plató de TV) (25%)

c) Interés y participación del alumno en la asignatura (5%)

Evaluación final:

d) Una prueba final escrita teórico-práctica (40 %)

La nota del examen final no podrá ser inferior en ningún caso a 3,5 puntos sobre 10 para hacer media con la calificación obtenida en la evaluación continua. Si la nota del examen final es inferior a 3,5 puntos, la calificación final de la asignatura será un suspenso.

El alumno que suspenda en la convocatoria ordinaria deberá examinarse, en la convocatoria extraordinaria, del conjunto de la asignatura. En esta convocatoria, se guardarán las calificaciones obtenidas en la evaluación continua de la convocatoria ordinaria.

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

### BIBLIOGRAFÍA GENERAL

1. Quirós Fernández, F. (1998). *Estructura internacional de la información*. Editorial Síntesis. Madrid.
2. Bretones, M.T. (2008). *Los medios de comunicación de masas: desarrollo y tipos*. Campus virtual, Universidad de Barcelona.
3. Valles, Josep M. (2000). *Ciencia Política. Una introducción*. Barcelona: Ariel.
4. Freidenberg, F. (2004). *Los medios de comunicación de masas: ¿también son actores?* Universidad de Salamanca.
5. Daniel E. Jones (2005). *Aproximación teórica a la Estructura de la*
6. *Comunicación Social*. Sphera Pública, núm. pp. 19-39, Universidad Católica San Antonio de Murcia, España.
7. Pablo S. Blesa. (2006). *Medios de comunicación y democracia: ¿El poder de los medios o los medios al poder?* Sphera Pública, núm. 6, 2006, pp. 87-106, Universidad Católica San Antonio de Murcia, España.
8. Mastrini, G.; Charras, D. (2004), *20 años no es nada: del NOMIC a la CMSI*, bibliografía de la cátedra de Políticas y Planificación de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
9. Moragas, M.; Díez, M.; Becerra, M.; Fernández, I. Boulding, A. (2005). *El Informe MacBride, 25 años después: contexto y contenido de un debate inacabado*. Quaderns del CAC, número 21.
10. Reig, R. (2000). *Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial*. Paidós. Barcelona.
11. Artero, J.P.; Herrero, M.; Sánchez Taberner, A. (2005). *Monopolio, oligopolio y competencia en los últimos quince años de televisión en España*. Sphera Pública, núm. 5, pp. 83-98, Universidad Católica San Antonio de Murcia, España.
12. Alonso Segovia, A.I. (2005). *Gigantes globales y grupos regionales en España: una estrategia conjunta*. Sphera Pública, núm. 5, pp. 41-57, Universidad Católica San Antonio de Murcia, España.
13. Cardoso, G. (2011). *El nacimiento de la comunicación en red: Más allá de Internet y de los medios de comunicación de masas*. Revista TELOS. Editado por Fundación Telefónica.
14. Almiron, N. (2009). *Grupos privados propietarios de medios de comunicación en*

- España: principales datos estructurales y financieros. Comunicación y Sociedad*, vol. XXII, n. 1, pp.243-263.
15. Burton, J. W. (1990). *Human needs theory*. Nueva York: St, Martin´s Press.
  16. Fernández-Figares, M.D. (2009). *Globalización y medios de comunicación*. Cuadernos de comunicación nº1 (22-34) / ESCO (Escuela Superior de Comunicación).
  17. Albarrán, A. (1999). *Investigación sobre la economía de los medios de comunicación: paradigmas, temas y contribuciones*. Comunicación y Sociedad, vol. XII, n. 1, pp.7-20.
  18. Aznar, H. (1998). *La autorregulación de la comunicación: entre el Estado y el mercado*. (Dpto. de CC. Jurídicas y Ética; CEU San Pablo, Valencia) Cuadernos Electrónicos de Filosofía del Derecho. núm. 1.
  19. Gerbner, G. (1998) *Cultivation Analysis: An overview*. Mass Communication & Society, 175-194.
  20. Wolf, Mauro. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós. Barcelona.
  21. Mastrini, A. (2007). *Muchos problemas para pocas voces*. Diálogo Político. Año XXIV - Nº 3 - Septiembre.
  22. Labio Bernal, A. (2006). *Comunicación, periodismo y control informativo: Estados Unidos, Europa y España*. Anthropos Editorial, Barcelona.
  23. Bustamante, E. (Coord.). (2006). *Comunicación y cultura en la era digital: Industrias, mercados y diversidad en España*, Gedisa, Barcelona.
  24. Bustamante, E. (Coord.). (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de la comunicación: industrias culturales en la era digital*, Gedisa, Barcelona.
  25. Stiglitz, J.E. (2006). *Cómo hacer que funcione la globalización*, Taurus Santillana Ediciones Generales, Madrid.
  26. Bagdikian, B.H. (1986-1997) *The Media Monopoly*, Beacon Press, (3ª edición), Boston.
  27. Mullainathan, Sendhil y Shleifer. (2005). *The Market for News*. American Economic Review, 95, 1031-53.
  28. Chomsky, Norman y Edward S. (1995) *Los guardianes de la libertad*.
  29. *Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Barcelona, Grijalbo.
  30. Aznar, H. (1999) *Comunicación responsable. Deontología y autorregulación de los medios*. Barcelona, Ariel.
  31. Castells, M. (1997). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, (3 vols.) Madrid, Alianza.
  32. Muñoz, B. (2005) *La cultura global. Medios de comunicación, cultura e ideología en la sociedad globalizada*, Madrid, Pearson Prentice.
  33. Mattelart, A. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*, Barcelona, Paidós.
  34. Giddens, A. (1991). *The Consequences of Modernity*. Oxford: Polity Press.
  35. Negro Ponte, N. (1995) *El mundo digital*. Ediciones B. Barcelona.
  36. Castells, M. (1999) *La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura: La sociedad Red*, México, Siglo XXI.
  37. Bustamante, E.; Álvarez, J. M. (2000). *Radiografía del audiovisual español*, en Producción Profesional.
  38. Bakker, P.; Sábada, C. (2008). *The impact of the Internet on users*. En *The Internet and Mass Media*. Sage, Londres.
  39. Caruso, Paolo. *Conversaciones con Lévi-Strauss, Foucault y Lacan*. Barcelona: Anagrama. 1969.



**BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA**

--

**WEBS DE REFERENCIA**

--

**OTRAS FUENTES DE CONSULTA**

--