



master
universitario
en periodismo
multimedia
profesional

ESTRUCTURA DE GRUPOS MULTIMEDIA - 604036

Curso Académico 2021-22

Datos Generales

- **Plan de estudios:** 0697 - MÁSTER UNIVERSITARIO EN PERIODISMO MULTIMEDIA PROFESIONAL (2010-11)
- **Carácter:** OBLIGATORIA
- **ECTS:** 6.0

PROFESOR

Joan Pedro-Carañana

Departamento de Periodismo y Nuevos Medios, despacho: 17 (edificio principal, 5ª planta).

E-mail: joan.pedro@ucm.es

SINOPSIS

COMPETENCIAS

Generales

Las del Master

Transversales

- Saber ubicar epistemológicamente el estudio de la comunicación de masas en las Ciencias Sociales y Humanas.

Específicas

- Actitud crítica del alumnado en el análisis de los fenómenos y los escenarios comunicativos actuales y futuros.
- Comprensión de los principales conceptos, herramientas, teorías y fuentes que permiten el estudio de la estructura del sistema comunicativo.

ACTIVIDADES DOCENTES

Clases teóricas

Clases teóricas: 50%

Seminarios: 5%

Trabajo personal (estudio y lectura de textos obligatorios y complementarios: 15%

Elaboración de trabajos: 15%

Tutorías virtuales y presenciales: 10%

Aprendizaje interactivo (Actividades campus virtual) -
Asistencia a actividades académicas y culturales relacionadas: 5%

PRESENCIALES

6

SEMESTRE

2

BREVE DESCRIPTOR:

Estudiar los principales enfoques teóricos para el análisis de la estructura de los grupos multimedia en el sistema mundial. Conocer las principales empresas mediáticas, su proceso de concentración de la propiedad y los efectos de la propiedad concentrada sobre los contenidos y sobre el trabajo de los periodistas y otros profesionales de la comunicación.

REQUISITOS

Los de acceso al Master

OBJETIVOS

- Conocer el contexto del proceso de concentración de la industria cultural, el sistema mundial de información y comunicación.
- Conocer la influencia de las dimensiones tecnológica, económica, legislativa y política en la articulación de la estructura del sistema comunicativo.
- Conocer el papel del sistema comunicativo como elemento esencial en el proceso de globalización.
- Describir las dinámicas que condicionan la actual configuración y el funcionamiento del sistema comunicativo desde una perspectiva histórica que desemboque en la actualidad más reciente.
- Delimitar las características, las problemáticas y las tendencias de futuro del sistema comunicativo.

CONTENIDO

Tema 1: Introducción a la asignatura. La estructura de los grupos multimedia en el contexto de la mundialización del capitalismo como objeto de estudio. Fuentes bibliográficas y documentales, bases de datos y páginas electrónicas para su estudio.

Tema 2: Enfoques teóricos. Los enfoques liberal-capitalistas: el “pluralismo” y la “diversidad”. Los enfoques críticos: la concentración mediática como “limitación de la democracia”.

Tema 3: La estructura de los grupos multimedia en el contexto de la mundialización capitalista. El sistema de “medios globales”. Implicaciones del proceso de concentración empresarial en los flujos de contenidos informativos y culturales. El lugar de las grandes empresas mediáticas en la globalización.

Tema 4: Estudios teóricos y empíricos de la estructura de la comunicación en los Estados Unidos de América, Europa y América Latina. Colonialidad, imperialismo cultural, concentración, mercantilización, politización.

Tema 5: Análisis de GAFAM (Google, Amazon, Facebook, Apple, Microsoft). Monopolización de los flujos comunicativos e implicaciones para la democracia.

EVALUACIÓN

Sistema de evaluación continua basada en los siguientes porcentajes según las actividades:

Trabajo obligatorio de la asignatura: 50%

Tres trabajos prácticos: 30%

Exposición oral del trabajo obligatorio: 10 %

Participación en clase: 10%

BIBLIOGRAFÍA

- ALBORNOZ, Luis A., Ana I. SEGOVIA, and Núria ALMIRÓN (2020). Grupo Prisa: Media Power in Contemporary Spain. Routledge.
- ALMIRON, Núria (2010). Journalism in crisis. Corporate media and financialization. Cresskill: Hampton Press.
- BUSTAMANTE, Enrique (2006). Comunicación y cultura en la era digital: Industrias, mercados y diversidad en España. Barcelona: Gedisa
- BUSTAMANTE, Enrique (2003): Hacia un nuevo sistema mundial de la comunicación: industrias culturales en la era digital. Barcelona: Gedisa.
- CAGÉ, Julia (2016). Salvar los medios de comunicación: Capitalismo, financiación participativa y democracia. Barcelona: Anagrama.
- CHOMSKY, Noam y HERMAN, Edward (1995): Los guardianes de la libertad. Barcelona: Crítica.
- GARCÍA SANTAMARÍA, J. (2016): Los grupos multimedia españoles: análisis y estrategias. Barcelona: UOC.
- GOSS, B., GOULD, M. & PEDRO-CARAÑANA, J., (eds., 2016). Talking Back to Globalization: Texts and Practices. New York: Peter Lang.
- GEORGE, Susan (2015). Los usurpadores. Cómo las empresas transnacionales toman el poder. Barcelona: Icaria Editorial.
- GUMUCIO-DRAGÓN, A. Y TUFTE, T. (Comps.) (2008). Antología de comunicación para el cambio social: Lecturas históricas y contemporáneas. New Jersey, NJ: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social.
- HELD, D. (2005): Un Pacto Global. Taurus: Madrid
- HERMAN, Edward S. y McCHESNEY, Robert W. (1999)- Los medios globales: los nuevos misioneros del capitalismo corporativo. Madrid: Cátedra.
- Informe Mongolia (2013). Papel mojado. La crisis de la prensa y el fracaso de los periódicos en España. Barcelona: Random House Mondadori, 2013.
- MATTELART, A. (1998). La mundialización de la comunicación: Paidós: Barcelona.
- MORAGAS, Miquel (2011): Interpretar la comunicación: estudios sobre medios en América y Europa. Barcelona: Gedisa
- MOSCO, Vincent (2009). La economía política de la comunicación: renovación y reformulación. Barcelona: Bosch.
- Park, Myung-Jin, and James Curran, eds. De-Westernizing media studies (2000). Psychology Press.
- QUIRÓS, Fernando (1998). Estructura internacional de la información. Madrid: Editorial Síntesis.
- SERRANO, Pascual (2010). Traficantes de información: La historia oculta de los grupos de comunicación españoles. Barcelona: Foca.
- Caballero, Francisco Sierra, and Salomé Sola-Morales. (2020). Golpes mediáticos y desinformación en la era digital. La guerra irregular en América Latina. *Comunicación y Sociedad*, 1-31.

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

La asignatura se impartirá de forma presencial, salvo que las condiciones sanitarias derivadas del COVID-19 nos hagan seguir un modelo de enseñanza virtual o mixto,

Estructura

Módulos	Materias

No existen datos de módulos o materias para esta asignatura.

Grupos

Clases teóricas y/o prácticas		
Grupo	Periodos	Horarios
GRUPO A	24/01/2022 - 06/05/2022	LUNES 15:00 - 17:00
		MIÉRCOLES 15:00 - 17:00