

Estructura y políticas de comunicación en la era digital – Curso 2011/2012

Coordinadores del módulo: Dr. Marcial Murciano y Dra. Carmina Crusafon

Estructura y Políticas de comunicación en la era digital	10 ECTS Obligatorio (para el itinerario)		
Duración y ubicación temporal dentro del plan de estudios: primer semestre			
Competencias, resultados del aprendizaje que el estudiante adquiere con dicho módulo:			
Competencias específicas:			
<i>E2.1:</i> Analizar las características principales de la estructura y dinámica de la comunicación.			
<i>E2.2:</i> Identificar los vectores de cambio y los elementos estructurales del sistema comunicativo y de las políticas de comunicación.			
<i>E2.3:</i> Operar con las fuentes estadísticas y documentales relevantes al objeto de estudio (datos de empresas de comunicación, documentos gubernamentales, encuestas de individuos y familias, etc.).			
<i>E2.4:</i> Escoger la metodología empírica adecuada al objeto del estudio: contraste de hipótesis, formulación y evaluación de políticas, etc.			
<i>E2.5:</i> Familiarizar al estudiante con las técnicas básicas del análisis de la estructura del sistema comunicativo y de las políticas de comunicación.			
<i>E2.6:</i> Confrontar distintas estructuras y políticas de comunicación en distintas áreas geográficas con el objetivo de obtener elementos comunes y diferenciales en la dinámica global.			
<i>E2.7:</i> Inferir, en cada caso, consecuencias de las políticas de comunicación asociadas al objeto de estudio.			
<i>E2.8:</i> Manejar las principales técnicas para evaluar los resultados de las políticas de comunicación.			
Competencias Transversales:			
<i>T1:</i> Comprender la investigación académica en las áreas señaladas.			
<i>T2:</i> Contextualizar los problemas comunicativos mediante metodologías que permitan un análisis cuantitativo y cualitativo.			
<i>T3:</i> Argumentar y redactar de forma precisa, clara y concisa informes sobre problemas planteados.			
<i>T4:</i> Realizar análisis de caso			
Actividades formativas en créditos ECTS, su metodología de enseñanza-aprendizaje y su relación con las competencias que debe adquirir el estudiante			
Actividades formativas	ECTS	Metodología	Competencias
Clases Teóricas	15%	Clases magistrales	T2, E2.4, E2.5,E2.6,E2.7
Ejercicios o análisis de caso y/o Discusión de textos	20%	Resolución de todo tipo de ejercicios (análisis de caso) en el aula	E2.4, E2.5,E2.6,E2.7
Trabajo de curso	30%	Recopilación de información (datos y/o resúmenes de la literatura), lectura de la literatura y realización del ensayo o artículo.	T3, T4, E2.6 a E2.8
Lecturas de textos	15%	Lecturas de la literatura referenciada	T1, E2.5 a E2.8
Estudio	20%	Estudio	T1, E2.5, E2.6, E2.7

Sistema de evaluación de la adquisición de las competencias y sistema de calificaciones:

Se evaluará a través de presentaciones de los análisis de caso en clase (30%), elaboración de un trabajo en forma de artículo (60%) y de la participación activa en las sesiones de análisis de caso (10%).

Breve descripción de contenidos del módulo:**PARTE I : ESTRUCTURA Y POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN: BASE TEÓRICA Y HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN**

- Estructura del sistema comunicativo: concepto y evolución histórica.
- Propuesta metodológica de análisis
- Análisis del sistema comunicativo a nivel global, supranacional, estatal, regional y local.
- Análisis de casos sobre la estructura de la comunicación en la Unión Europea y América Latina.
- Políticas de comunicación: concepto y evolución histórica
- Tipología de las políticas de comunicación
- Propuestas metodológicas de análisis y evaluación de políticas de comunicación

PARTE II: POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EN EUROPA Y AMÉRICA LATINA

- Políticas de comunicación en espacios regionales supranacionales
- Políticas de comunicación en la Unión Europea
- Políticas de comunicación en América Latina

BIBLIOGRAFIA:**ESTRUCTURA, ECONOMÍA DE LOS MEDIOS Y ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN:**

ALBARRAN, Alan B. (1996) *Media Economics. Understanding Markets, Industries and Concepts*, Iowa State University Press, Ames.

ALBARRAN, Alan B. y Sylvia M. CHAN-OLMSTED (1998) *Global Media Economics. Commercialization, Concentration and Integration of World Media Markets*, Iowa State University Press, Ames.

ALBARRAN, Alan B. y Terry MOELLINGER (2002) "The Top Six Communication Industry Firms: Structure, Performance and Strategy", en Robert G. PICARD (ed.) *Media Firms: Structures, Operations and Performance*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah (New Jersey), p.103-122.

COOPER-CHEN, Anne (ed.) (2005) *Global Media Entertainment: Content, Audiences, Issues*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah (New Jersey).

DOMINICK, Joseph R. (2001): *Dinámica de la comunicación masiva*. México D.F.: McGraw-Hill. [6a. ed.]

DOYLE, Gillian (2002) *Understanding Media Economics*, Sage, London.

FALKHEIMER, Jesper y André JANSSON (eds) (2006) *Geographies of Communication. The Spatial Turn in Media Studies*, Nordicom, Goteborg.

HALLIN, Daniel C. y MANCINI, Paolo (2007) *Sistemas mediáticos comparados*, Barcelona: Editorial Hacer.

HESMONDHALGH, David (2007) *The Cultural Industries*, Londres: Sage, 2nd Edition.

LEBLANC WICKS, Jan et al. (2003) *Media Management. A Casebook Approach*, Lawrence Erlbaum Associates, Mahwah (New Jersey).

McCHESNEY, Robert W. (2008) *The Political Economy of Media: enduring issues, emerging dilemmas*, New York: Monthly Review Press.

McDONALD, Paul & WASKO, Janet (eds.) (2008) *The Contemporary Hollywood Film Industry*, London: Blackwell Publishing.

MIGUEL, Juan Carlos (1993) *Los grupos multimedia. Estructuras y estrategias en los medios europeos*, Barcelona: Bosch Comunicación.

MILLER, Toby & GOVIL, John (2003) *Global Hollywood*, London: British Film Institute.

MOSCO, Vincent (2009) *La Economía Política de la Comunicación. Reformulación y renovación*, Barcelona: Bosch Comunicación.

WASKO, Janet (2003) *How Hollywood Works*, London: Sage

ZALLO, Ramón (1988) *Economía de la Comunicación y la cultura*, Akal, Madrid.

ESTRUCTURA DE LOS MEDIOS – UNIÓN EUROPEA:

Bustamante, E. (coord.)(2003) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Barcelona, Gedisa, p. 167-206.

BUSTAMANTE, Enrique (coord.) (2002) *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*, Gedisa, Barcelona.

CROTEAU, David y William HOYNES (2001) *The Business of Media. Corporate Media and the Public Interest*, Pine Forge Press, Thousand Oaks (California).

EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY (2009) *Focus 2009: World Film Market Trends*, Strasbourg.

EVENO, Patrick (2003) "Le poids des chiffres, le choc des gratuits", *Le tour du monde en 80 journaux*, Le Monde, 5 décembre, p. XXV.

HANS BREDOW INSTITUTE / EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY (eds.) (2002) *Radio and Television systems in Europe 2000/2001*, Strasbourg.

IMCA (2004) *Étude du paysage audiovisuel et des politiques publiques des pays candidats dans le secteur audiovisuel*, Étude DG EAC /59/02, Commission européenne, Bruxelles.

JÄCKE, Anne (2003) *European Film Industries*, British Film Institute Publishing, London.

PERRUCCI, Antoni y Giuseppe RICHERI (2003) *Il mercato televisivo italiano nel contesto europeo*, Il Mulino, Bologna.

Web de interés:

European media landscape
www.ejc.nl

European Audiovisual Observatory
Base de datos: Persky
www.obs.coe.int/db/persky

POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN – UNIÓN EUROPEA:

Websites:

European Commission: http://ec.europa.eu/avpolicy/index_en.htm
Nordicom: *European Media Policy Newsletter*, www.nordicom.gu.se/me/letter.php

Libros:

Collins, R. (2002) *Media and Identity in Contemporary Europe*, Bristol: Intellect.
- (1994) *Broadcasting and audio-visual policy in the European single market*, London: John Libbey.

Collins, R. and Cristina Murrioni (1996) *New Media. New Policies. Media & Communications Strategies for the Future*, Cambridge: Polity Press.

CRUSAFON, Carmina (2009) "El espacio audiovisual euro-latinoamericano: análisis de los programas IBERMEDIA y MEDIA como motores de la integración cinematográfica", *IBERCOM Actas del Congreso*, Madeira: Universidad de Madeira.

(2005) "Los desafíos de la política audiovisual europea en la Europa de los 25", *Actas del III Congreso Panamericano*, CD-Rom, Argentina, Universidad de Buenos Aires.

(2001) "¿Qué futuro para la política audiovisual europea? Análisis y resultado de la aplicación de una política supranacional en la industria audiovisual", *Actas VIII Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en*

- Comunicación, Argentina, Universidad de La Plata.
(1999) *El espacio audiovisual europeo: análisis de la industria audiovisual y de las políticas europeas en la década de los 90*, tesis doctoral, Bellaterra, Universidad Autónoma de Barcelona, 1999.
- Ferrell Lowe, G. and T. Hujannen (eds) (2003) *Broadcasting and Convergence: New Articulations of Public Service Remit*, Gothenburg: Nordicom.
- Harcourt, A. (2005) *The European Union and the regulation of media markets*, Manchester: Manchester University Press.
- HEROLD, Anne, *European Film Policies in the Context of EU and International Law*, Groningen, Europa Law Publishing, 2009.
- HOWLETT, Michael y M. RAMESH, *Studying Public Policy. Policy Cycles and Policy Subsystems*, Ontario, Oxford University Press, 2nd edition, (2003).
- HUMPHREYS, Peter (2008) "The Principal Axes of the European Union's Audiovisual Policy", en FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel & MORAGAS, Miquel de (eds) *Communication and Cultural Policies in Europe* (pp. 151 – 184), Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona.
(2003) "Regulatory policy and national content", en RABOY, Marc (ed.) *L'Avenir de la Réglementation de la Radiodiffusion*, pp. 177 – 207, Québec, Centre d'études sur les médias, Université Laval.
(1994) *Media and media policy in Germany: the Press and Broadcasting since 1945*, Oxford/Providence: BERG.
(1992) *Mass Media and Media policy in Western Europe*, Manchester: Manchester University Press.
- KARPPINEN, Kari, "Media diversity and the politics of criteria. Diversity assessment and technocratisation of European media policy", *Nordicom Review*, p.53-68, Goteborg, 2006.
- MURCIANO, Marcial y CRUSAFON, Carmina, "The impact of EU Media Policies abroad: the case of MERCOSUR Audiovisual policy". *Actas del Congreso Communication Policies and Culture in Europe – ECREA 2008*, Barcelona, ECREA, 2008.
- IOSIFIDIS, P., J. Steemers and M. Wheeler (2005) *European Television Industries*, London: BFI.
- KATZ, Y. (2005) *Media Policy for the 21st Century in the United States and Western Europe*, Cresskill (New Jersey): Hampton Press.
- KELLY, M., G. Mazzoleni and D. McQuail (eds) (2002) *The Media in Europe. The Euromedia Handbook*, London: Sage.
- LEVY, D.A (1999) *Europe's Digital Revolution: Broadcasting Regulation, the EU and the Nations States*, London: Routledge.
- NIGHTINGALE, V. and T. Dwyer (eds) (2007) *New Media Worlds. Challenges for convergence*, Oxford: Oxford University Press.
- PAPATHANSOPOULOS, S. (2002) *European television in the digital age*, London: Polity Press.
- TAMBINI, D. and J. Cowling (eds) (2004) *From Public Service Broadcasting to Public Service Communications*, London: IPPR.
- RABOY, M. (ed) *Public Broadcasting for the 21st Century*, Academy Research Monograph 17, Luton: University of Luton Press.
- AMÉRICA LATINA:**
- ALBORNOZ, Luis A. (Coord.) *Al fin solos... La nueva televisión del Mercosur*, Ediciones Ciccus - La Crujía, Buenos Aires.
- BARKER, Chris (2003) *Televisión, globalización e identidades culturales*, Gedisa, Barcelona.
- BELTRÁN, Luis Ramiro y Elizabeth FOX (1980) *Comunicación dominada: Estados Unidos en los medios de América Latina*, Nueva Imagen México.
- CROVI, D (Coor) (1995) *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá*, Ediciones UNAM-FCPyS,

México.

FOX, Elizabeth (1988) *The Media and Politics in Latin America*, Sage, Londres.

FOX, Elizabeth (1982) *Comunicación y democracia en América*, Desco, Lima.

FUENLAZIDA, Valerio (2002) *Televisión abierta y audiencia en América Latina*, Norma Grupo Editorial, Buenos Aires.

FUENLAZIDA, Valerio (2000) *La televisión pública en América Latina. Reforma o privatización*, Fondo de cultura económica, México D.F.

GALPERIN, H (1999) "Cultural industries policy in regional trade agreements: the case of NAFTA, the European Union and MERCOSUR," *Media, Culture & Society*, 21(5) 627-648.

GALPERIN, Hernán, "Comunicación e integración en la era digital. La transición hacia la televisión digital en Brasil y Argentina", en *Revista Telos*, N° 55, Segunda Época, Abril-Junio 2003. Disponible en Internet en www.campusred.net/telos

GARCÍA CANCLINI, Néstor y MONETA, Carlos Juan (1999) *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, UNESCO-SELA-Grijalbo, México, D.F.

GETINO, Octavio (2004) "Las relaciones de América Latina y la UE en el sistema de industrias culturales", *Telos*, n° 61 – segunda temporada, octubre diciembre (versión online).

GETINO, Octavio (1995) *Las industrias culturales en la Argentina. Dimensión económica y políticas públicas*. Buenos Aires, Ediciones Colihue.

GETINO, Octavio. (1998) *Cine y televisión en América Latina. Producción y mercados*. Santiago de Chile, Ediciones Ciccus.

HERMAN, Edward y McCHESNEY, Robert (1997) *The Global Media*, Cassell, Londres.

HERNÁNDEZ, Pablo.; POSTOLSKI, Glenn., "¿Ser digital? El dilema de la televisión digital terrestre en América Latina", en *Revista Telos*, N° 57 Segunda Época, Octubre-Diciembre 2003. Disponible en Internet en www.campusred.net/telos

LIMA, V. A. y Sergio CAPPARELLI (2003) *Comunicação e televisão: desafios da pós-globalização*, Hacker, São Paulo.

LOZANO, J.C. (2002) "Políticas de comunicación y telecomunicaciones en México: entre la liberalización y la intervención del estado en las estructuras de propiedad y control", ponencia presentada en el *III Encuentro Iberoamericano de Economía Política de la Comunicación*, organizado por la Universidad de Sevilla y la revista EPTIC on line, Sevilla, España. España, 19 de julio 2002.

LOZANO, J. C. (2000) "Oferta y consumo de contenidos televisivos transnacionales en México", *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, Época II. Vol. VI. Núm. 12. Colima, México, pp. 111- 126.

MASTRINI, Guillermo y Silvana CONTRERAS (coord. edis.) (2003) *Industrias culturales: mercado y políticas públicas en Argentina*, Ediciones Ciccus, Buenos Aires.

MASTRINI, Guillermo y César BOLAÑO (eds.) *Globalización y monopolios de comunicación en América Latina. Hacia una economía política de la comunicación*, Editorial Biblos, Buenos Aires.

MASTRINI, Guillermo y César BOLAÑO (eds.) (1999) *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina. Hacia una Economía política de la Comunicación*, Editorial Biblos, Buenos Aires.

MASTRINI Guillermo, BECERRA Martín, BARANCHUK, Mariana, ROSSI, Diego; "Introducción", en MASTRINI G. (editor) *Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*; Buenos Aires, La Crujía, 2005, pp. 11-28.

MASTRINI, Guillermo, "El peronismo como factor clave de los inicios de la televisión privada argentina", en MASTRINI G. (editor) *Mucho ruido, pocas leyes: economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920-2004)*; Buenos Aires, La Crujía, 2005, pp. 101-111.

MASTRINI, Guillermo e BECERRA, Martín. *50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la concentración en escala*. Disponible en: www.saladeprensa.org

MAZZIOTI, Nora (2006) "La expansión de la telenovela", *Contratexto. Revista digital de la Facultad de Comunicación*,

Universidad de Lima.

(<http://www.ulima.edu.pe/Revistas/contratexto/pdf/art7.pdf>)

MURCIANO, Marcial (2004) "Poder Económico e influencia social: los retos de la concentración mediática para la democracia", *Doxa Comunicación*, nº II, mayo, Universidad San Pablo CEU, p. 41-52.

OROZCO, Guillermo (coord.) (2002) *Historias de la televisión en América Latina*, Gedisa, Barcelona.

PASQUALI, Antonio (1991) *La comunicación cercenada. El caso Venezuela*, Monte Avila Editores, Caracas.

QUIRÓS, Fernando y Francisco SIERRA (dir.) (2001) *Comunicación, globalización y democracia. Crítica de la economía política de la comunicación y la cultura*, Comunicación social ediciones y publicaciones, Sevilla.

RONCAGLIOLO, Rafael, Noreene JANUS y Diego PORTALES (1981) *Publicidad, economía y democratización de las comunicaciones*, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, Colombia.

SINCLAIR, John (2005) "Internacional Television Channels in the Latin American Audiovisual Space", en Jean K. CHALABY (ed.) *Transnational Television Worldwide. Towards a New Media Order*, I.B. Taurus, London, p.196-215. (2005) "De latinoamericanos a latinos. La televisión en español y sus audiencias en Estados Unidos", *Telos*, nº64 – segunda época, edición online.

2000) *Televisión: comunicación global y regionalización*, Gedisa, Barcelona.

(1999) *Latin American television. A Global view*, Oxford University Press, New York. (1996) " Mexico, Brazil and the latin world", pp. 33-66 en SINCLAIR, J; JAKA, EAND CUNNINGHAM, S. (Eds.), *New Patterns in Global Television. Peripheral Vision*, Oxford University Press, New York.

UNESCO INSTITUTE FOR STATISTICS (2003) *Films and Cinemas: Number, seating capacity, annual attendance*. (Consultado en septiembre de 2003 en: <http://portal.unesco.org>).

UNESCO (2000) *Yearbook 1999: Culture and Communications Statistics*. (Consultado en septiembre de 2003 en: <http://portal.unesco.org>).

Comentarios adicionales: Las lenguas utilizadas en la impartición del módulo serán: 80% en castellano y 20% en inglés