

Curso Académico: (2023 / 2024)

Fecha de revisión: 04-06-2021

Departamento asignado a la asignatura: Departamento de Comunicación

Coordinador/a: GIL VÁZQUEZ, ASIER

Tipo: Optativa Créditos ECTS : 3.0

Curso : 1 Cuatrimestre :

OBJETIVOS

Esta asignatura está concebida para el estudio en profundidad de las nuevas tendencias en los estudios de los medios de comunicación social en un contexto de transformaciones tecnológicas y crecimiento continuo de la oferta mediática audiovisual. La asignatura pretende identificar las principales líneas de transformación de los medios de comunicación y aspira a acercar a los estudiantes las nuevas realidades en el campo, con especial atención a los valores sociales, políticos y económicos pero también estéticos y culturales.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS: PROGRAMA

Este curso tiene por objeto presentar algunas de las principales tendencias que se observan en las industrias culturales y, en particular, en el sector audiovisual. Estas actividades están en perpetua transformación e incluso en crisis.

En los últimos decenios, los cambios en estas actividades han estado vinculados a fenómenos económicos y políticos que se desarrollan tanto a nivel transnacional como a nivel nacional y subnacional. Entre esos fenómenos cabe mencionar, en particular, desde el decenio de 1980, la liberalización sectorial y comercial y la liberalización financiera. Estos movimientos han sido factores clave en la transnacionalización de las industrias culturales. A partir de los decenios de 1970 y 1980 también se produjeron fenómenos técnicos, con el despliegue de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), que a partir del decenio de 2000 se designaron con el término "digital". El auge, en el decenio de 2010, de las plataformas, los algoritmos y los grandes datos, son algunas de las manifestaciones más recientes e importantes del despliegue de la tecnología digital.

El curso, planteado desde la perspectiva crítica de la economía política de la comunicación, estudiará las diversas dimensiones socioeconómicas y sociopolíticas de estos movimientos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

La asistencia a las clases es obligatoria así como la lectura y preparación de textos para su discusión en clases.

Sistema de evaluación:

- 30% Participación en clase
- 30% Ensayo intermedio (los estudiantes trabajarán sobre un estudio de caso -4/5 páginas- que presentarán en clase y servirán de base para su trabajo final)
- 40% Ensayo final (15-18 páginas sobre el tema seleccionado y acordado entre el profesor y el estudiante. Será necesario construir una problemática basada en el trabajo científico)

Peso porcentual del Examen Final: 40

Peso porcentual del resto de la evaluación: 60

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Athique, A. Parthasarathi, V. & Srinivas, S.V. (eds.) The Indian Media Economy, Vol. 1: Industrial Dynamics and Cultural Adaptation, London: Oxford University, 2018
- Athique, A. Parthasarathi, V. & Srinivas, S.V. (eds.) The Indian Media Economy, Vol. 2: Market Dynamics and Social Transactions, London: Oxford University, 2018
- Birkinbine B., Gomez R., Wasko, J. Global Media Giants, New York: Routledge., 2016
- Caves, R. Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce, Harvard Univ Pr, Cambridge., 2002
- Evens, T. & Donders, K. Platform Power and Policy in Transforming Television Markets, London:

Palgrave Macmillan, 2018

- Hesmondhalgh, D. Cultural Industries, Sage: London, 2018

- Noam, E. (ed.) Who Owns the World's Media. , London: Oxford University, 2016

- Srnicek N. Platform Capitalism, Londres: Polity, 2016