

Estructura de la Comunicació

Código: 103866
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501935 Publicidad y Relaciones Públicas	FB	1	2

Contacto

Nombre: Mercè Díez Jiménez

Correo electrónico: Merce.Diez@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: Sí

Algún grupo íntegramente en español: No

Equipo docente

Aida Martori Muntsant

Lluís Reales Guisado

Prerequisitos

Se recomienda el seguimiento de las informaciones de actualidad sobre el sistema de medios y el sector publicitario, principalmente en Cataluña, España y Europa.

Objetivos y contextualización

La Estructura de la Comunicación estudia las industrias comunicativas y culturales, así como los actores políticos, económicos y sociales que las configuran mediante su comportamiento y estrategias (organismos reguladores, grupos de comunicación, entidades empresariales y profesionales...). La asignatura se centra, concretamente, en la organización y el funcionamiento de los medios de comunicación y, teniendo en cuenta la especificidad de la titulación, en el papel de la publicidad. Se prestará una especial atención a la transformación de los modelos de consumo y de prestación de servicios.

La atención se focalizará en los sistemas de medios catalán y español, enmarcándolos en el contexto de la Europa occidental, y más concretamente de los países mediterráneos. También se hará referencia a otros sistemas de medios, como el de Estados Unidos, teniendo en cuenta su influencia en el desarrollo de los europeos y latinoamericanos.

Además de describir la estructura de los sistemas mediáticos se pretende aportar claves de interpretación sobre los porqués. Por lo tanto, se tendrá en cuenta el marco histórico, económico, político, social y tecnológico en el que se configuran.

El objetivo central de la asignatura es promover una actitud reflexiva y la capacidad de poder analizar críticamente hechos comunicativos de actualidad.

Competencias

- Aplicar el pensamiento científico con rigor.

- Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
- Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
- Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
- Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en las lenguas oficiales (catalán y castellano) como en una tercera lengua.
- Diferenciar las principales teorías de la disciplina, sus campos, las elaboraciones conceptuales, los marcos y enfoques teóricos que fundamentan el conocimiento de la disciplina y sus diferentes ámbitos y subáreas, así como su valor para la práctica profesional mediante casos concretos.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada.
- Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.
- Usar una tercera lengua como forma de trabajo y expresión profesional en los medios de comunicación

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar el pensamiento científico con rigor.
2. Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
3. Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
4. Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
5. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en las lenguas oficiales (catalán y castellano) como en una tercera lengua.
6. Describir la estructura de los medios de comunicación y sus dinámicas.
7. Diferenciar las especificidades de los lenguajes comunicativos escritos y audiovisuales.
8. Encontrar lo sustancial y relevante en documentos sobre teoría, estructura e historia de la comunicación en una tercera lengua.
9. Gestionar el tiempo de forma adecuada.
10. Identificar el sistema de medios de comunicación y los grupos que han ostentado en un determinado momento el poder de informar, asimismo poder detallar el marco legal que crea un determinado gobierno sobre los medios de comunicación.
11. Identificar los fundamentos de las teorías y de la historia de la comunicación.
12. Identificar los fundamentos estructurales del sistema comunicativo.
13. Relacionar el análisis social y los impactos de las nuevas tecnologías de la comunicación.
14. Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.

Contenido

1. Introducción
 - 1.1. Objeto de estudio de la Estructura de la Comunicación
 - 1.2. Perspectivas de análisis. Los estudios sobre sistemas de medios
2. Actores
 - 2.1. Públicos
 - 2.1.1. Regulación
 - 2.1.2. Los medios públicos (modelos de gobernanza y de financiación).
 - 2.1.3. Ayudas a la prensa y publicidad institucional
 - 2.2. Privados
 - 2.2.1. Las empresas y los grupos de comunicación
 - 2.2.2. Anunciantes, financiación publicitaria y audiencias
 - 2.3. Sociales
 - 2.3.1. Entidades profesionales
 - 2.3.2. La ciudadanía y los derechos de la comunicación
3. Medios e industrias de la comunicación y la cultura
 - 3.1. Prensa
 - 3.2. Radio
 - 3.3. Televisión
 - 3.4. Publicidad y relaciones públicas
 - 3.5. Industrias comunicacionales, convergencia tecnológica y globalización

Metodología

Dos tercios de la docencia presencial se desarrollarán con el grupo completo y un tercio en seminarios en grupos reducidos. Las sesiones con todo el grupo se llevarán a cabo fundamentalmente a partir de clases magistrales centradas en los bloques temáticos apuntados en el apartado "contenidos". En los seminarios se realizarán actividades de profundización en los temas ya tratados a partir del análisis pautado de recursos documentales (noticias, textos académicos u otros). En ambos casos se pondrán en común y se discutirán cuestiones de actualidad, con la participación activa del alumnado, para actualizar el temario e identificar elementos clave referentes a la evolución de los sistemas de medios.

El planteamiento de la asignatura será sensible a incorporar la perspectiva de género en todas las vertientes posibles, desde los contenidos a las dinámicas de trabajo y participación del alumnado. En este último aspecto, empleará metodologías igualitarias y no sexistas que faciliten la intervención en el aula tanto de alumnos como de alumnas y que creen un clima que fomente la responsabilidad colectiva.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Seminarios	14	0,56	1, 2, 3, 6, 5, 9, 10, 12, 13, 14, 8
Teoría	34	1,36	1, 3, 6, 10, 12, 13, 14
Tipo: Supervisadas			
Evaluación	5	0,2	3, 6, 5, 9, 10, 12, 13
Tutorías	6	0,24	1, 3, 6, 10, 12, 13, 14
Tipo: Autónomas			
Estudio personal	84	3,36	1, 2, 3, 6, 4, 5, 9, 10, 12, 13, 8

Evaluación

Se realizará a partir de tres tipos de evidencias de aprendizaje:

- 1.- Una prueba de seguimiento que representa un 20% de la calificación final (10 de abril).
- 2.- Un examen final con preguntas relativas a todo el temario (5 de junio). Equivaldrá al 50% de la calificación. Para aprobar la asignatura se ha de superar necesariamente este examen. Si no se realiza el examen, la calificación final será "no evaluable".
- 3.- Diversos ejercicios relativos a las cuestiones tratadas en el seminario, que supondrán el 30% de la calificación. Por su carácter vinculado a la actualidad, estas pruebas no serán reevaluables.

Los y las estudiantes que, como resultado de todas estas evidencias de aprendizaje, no aprueben la asignatura y hayan obtenido al menos un 3,5 de media, tendrán la opción de presentarse a la reevaluación de la prueba de seguimiento y/o del examen final (26 de junio). En todo caso, para superar la asignatura, es obligatorio ir a la reevaluación del examen final si este no está aprobado. Asimismo, para participar en la recuperación, el alumnado ha de haber sido previamente evaluado no únicamente del examen final sino también de la prueba de seguimiento y/o del seminario.

En el supuesto de que no se supere la reevaluación del examen final, la calificación definitiva de la asignatura será la que se obtenga en este examen.

Si algún o alguna estudiante quisiera presentarse a las pruebas de reevaluación para subir nota habrá de asumir los resultados, tanto si son positivos como si son negativos.

La fecha y lugar de revisión de las diferentes pruebas se anunciará con al menos 24 horas de antelación una vez hechos públicos los resultados, salvo que ya se hayan indicado en el momento de realizar las pruebas.

En todas las evidencias de aprendizaje se tendrán en cuenta los siguientes aspectos expresivos y formales:

- Adecuación del registro a un contexto académico
- Corrección ortográfica y sintáctica
- Claridad expositiva
- Presentación cuidada

Los y las estudiantes de segunda o tercera matrícula pueden optar a la evaluación mediante una única prueba de síntesis o examen final (también con opción a reevaluación, en las mismas condiciones que los estudiantes de evaluación continua), de acuerdo con el artículo 117.2 de la Normativa Académica de la Universidad Autónoma de Barcelona aplicable a los estudios universitarios regulados de conformidad con el Real Decreto 1393/2007. Se entenderá que el alumnado de segunda o tercera matrícula que no comunique explícitamente por correo electrónico y en el plazo anunciado a principio de curso su opción de evaluación hará el examen final.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Ejercicios de los seminarios	30%	4	0,16	1, 2, 3, 6, 4, 5, 9, 10, 12, 13, 14, 8
Examen final	50%	2	0,08	1, 3, 6, 5, 7, 9, 10, 11, 12, 13
Prueba de seguimiento	20%	1	0,04	1, 3, 6, 5, 9, 10, 12, 13

Bibliografía

BUSTAMANTE, Enrique (2013). *Historia de la radio y la televisión en España: una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa.

CIVIL i SERRA, Marta; CORBELLA i CORDOMÍ, Joan; FERRE PAVIA, Carme y SABATÉ i SALAZAR, Joan (eds.) (2017). *Informe de la comunicació a Catalunya 2015-2016*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 5: <http://incom.uab.cat/informe/>

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2017): *Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya*. (Disponible en http://www.cac.cat/pfw_files/cma/documents/Llibre_blanc_d_audiovisual.pdf).

FERNÁNDEZ, Isabel (coord.) (2017). *Austeridad y clientelismo. Política audiovisual en España en el contexto mediterráneo y de la crisis financiera*. Barcelona: Gedisa.

GARCÍA SANTAMARÍA, José Vicente (2016). *Los grupos multimedia españoles. Análisis y estrategias*. Barcelona: Editorial UOC. Disponible en libro electrónico: https://catalog.uab.cat/iii/encore/record/C__Rb1991834?lang=cat

HALLIN, Daniel y MANCINI, Paolo (2008). *Sistemas de medios comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Hacer.

JONES, Daniel E. (2005). "Aproximación teórica a la Estructura de la Comunicación Social". Sphera Publica: Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación, núm. 5, págs. 19-39.

LAMUEDRA, María (coord.)(2012). *El futuro de la televisión pública. La necesaria alianza con la ciudadanía*. Madrid: Editorial Popular.

MARTÍ, Josep Maria y MONCLÚS, Belén (coords.) (2014). *Informe sobre la ràdio a Catalunya 2007-2011*. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
Disponible en: <http://www.uab.cat/doc/radio>.

MIGUEL DE BUSTOS, Juan Carlos y CASADO DEL RÍO, Miguel Ángel. (coords.) (2012). *Televisiones autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad*. Barcelona: GEDISA.

REIG, Ramón y alt. (2012). "Concentración global del negocio de la publicidad. Los cuatro principales grupos: WPP, Omnicom Group, Interpublic y Publicis". *Global Media Journal*, vol. 9, núm. 18, págs. 35-51.

ZALLO, Ramón (2011). *Estructuras de la comunicación y la cultura. Políticas para la era digital*. Barcelona: Gedisa.

ZALLO, Ramón (2016): *Tendencias en comunicación. Cultura digital y poder*. Barcelona: Gedisa.

Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya (BIAC)
(<https://www.cac.cat/acords-recerca/biac-%28-informes-del-sector-quadrimestrals-%29>)

Comunicació 21 (<http://comunicacio21.cat/>)