

Estructura del Sistema de Comunicación

Código: 104721
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2503873 Comunicación Interactiva	FB	2	2

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Contacto

Nombre: Anna Tous Roviro
Correo electrónico: Anna.Tous@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)
Algún grupo íntegramente en inglés: No
Algún grupo íntegramente en catalán: No
Algún grupo íntegramente en español: No

Otras observaciones sobre los idiomas

La docencia es en catalán y en castellano. Alguna parte se podría hacer en inglés.

Equipo docente

Carmina Crusafon Baqués
Oriol Puig Cepero

Prerequisitos

La asignatura no tiene requisitos previos obligatorios. Sin embargo, los contenidos previos impartidos en las asignaturas Derecho Digital y de las TIC, y Teoría e Historia de la Comunicación, serán importantes para una mejor comprensión del contenido del curso. Se recomienda, asimismo, el seguimiento de la información de actualidad relacionada con el tema principal del curso: la estructura (política, económica, cultural, etc.) del sistema de comunicación globalizado y relacionado con las empresas tecnológicas y de la comunicación.

Objetivos y contextualización

El objetivo principal de la asignatura es introducir al alumnado en el conocimiento de la estructura del sistema global de comunicación a partir de cuatro dimensiones (económica, política, sociocultural y tecnológica). El curso analiza las dinámicas de funcionamiento de los mercados digitales y ofrece herramientas de análisis para entender el funcionamiento de la comunicación interactiva global, con especial énfasis en la incidencia de internet y de las plataformas tecnológicas en el rediseño del propio sistema de comunicación digitalizado.

Competencias

- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de mensajes, trabajos académicos, exposiciones, etc.

- Diferenciar y aplicar las principales teorías, elaboraciones conceptuales y enfoques regulatorios de la comunicación interactiva.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.
- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

Resultados de aprendizaje

1. Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.
2. Describir las cuestiones regulatorias del mercado de las comunicaciones y de los nuevos medios.
3. Diferenciar lo sustancial de lo relevante en todos los tipos de documentos de la asignatura.
4. Diferenciar los actores de la estructura de la comunicación en nuevos medios.
5. Exponer por escrito y oralmente la síntesis de los análisis realizados.
6. Interpretar y discutir documentos de las principales teorías de la comunicación interactiva y estructura de la comunicación.
7. Planificar y ejecutar trabajos académicos en el ámbito de la teoría, la historia, la estructura de la comunicación y la fotografía.
8. Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.

Contenido

El temario de la asignatura consta de:

TEMA 1: ¿Qué es la estructura del sistema comunicativo?

1.1 Delimitación conceptual y perspectivas teóricas.

1.2. Propuesta metodológica: las 4 dimensiones de análisis (económica, política, sociocultural y tecnológica).

TEMA 2: La dinámica de la estructura global del sistema comunicativo

2.1 Medios de comunicación,

2.2 Grupos mediáticos globales

2.3 Gigantes tecnológicos.

TEMA 3: Los mercados comunicativos digitales

3.1 Sectores

3.2 Modelos de negocio y tipología de empresas

3.3 Usuarios

3.4 Hubs y clusters

TEMA 4: Regulación del sistema comunicativo digital

4.1 El papel del Estado y de los reguladores independientes.

4.2 Regulación digital: Unión Europea, Estados Unidos y China.

TEMA 5: Los retos del sistema comunicativo digital

5.1 Pantallas, consumo y producción gratuita

5.2 El entretenimiento

5.2 El sentido de la comunicación interactiva en el siglo XXI

Metodología

El curso se desarrolla de forma teórico-práctica. Alterna sesiones y contenidos teóricos con el desarrollo de seminarios y trabajos prácticos encaminados a una mayor comprensión del temario. De esta forma, los temas tratados en las clases teóricas podrán desarrollarse a través de actividades de aplicación y análisis práctico.

La descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura. En caso de cambio de modalidad docente por razones sanitarias, el profesorado informará de los cambios que se producirán en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

El contenido de la asignatura será sensible a los aspectos relacionados con la perspectiva de género.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Seminarios prácticos	30	1,2	1, 3, 5, 6, 7, 8
Sesiones teóricas	30	1,2	1, 2, 4, 5, 6, 7
Tipo: Supervisadas			
Evaluación continua: trabajos prácticos durante todo el curso	30	1,2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Tipo: Autónomas			
Trabajo autónomo: lecturas y trabajo práctico	50	2	1, 3, 4, 6, 7, 8

Evaluación

La evaluación continua de la asignatura será de carácter sumativo y se basará en la calificación de cada alumno en las siguientes actividades de evaluación:

1. Prácticas y análisis de caso (50%): son tareas en las que el estudiante, en grupo o de forma individual, realiza actividades guiadas o supervisadas por el profesor. Cada una de las prácticas o análisis de caso tiene una calificación específica.
2. Control de contenidos (30%): prueba escrita para evaluar el conocimiento de los conceptos teóricos de la asignatura.

3. Dinámica de participación grupal (20%): participación del alumnado en las actividades que se realizarán durante las clases teóricas (test de actualidad, debates o recogidas de opinión, etc.). Será obligatorio una asistencia del 80 por ciento de las sesiones para obtener la puntuación.

Es obligatorio participar en todas las actividades de evaluación para poder obtener la nota global de la asignatura. En caso de motivos justificados (salud, defunción o problema familiar grave) se podrán recuperar las prácticas y análisis de caso y el control de contenidos en otras fechas indicadas por la coordinación de la asignatura. No se pueden recuperar las actividades de la dinámica de participación grupal.

Las notas de cada actividad se publicarán en el Campus Virtual y se pueden hacer consultas o rectificaciones hasta 10 días después de la publicación de estas. Pasado este periodo, la nota no se podrá modificación.

Cualquier trabajo escrito que tenga cinco errores ortográficos y/o barbarismos (sumando 5 errores en total) obtendrá la nota de cero. También obtendrá un cero cualquier trabajo con un porcentaje de plagio que supere las normas habituales del derecho de cita; para detectar los posibles plagios podrán aplicarse procedimientos informáticos sobre los archivos digitales de los trabajos entregados, ya sea aplicándolos a todos o sólo a muestras aleatorias. El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad...) que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación. En caso de que se produzcan varias irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

Recuperación

El alumnado que suspenda la asignatura en la evaluación continua (resultado de la suma de todas las actividades de evaluación) podrá optar a presentarse a una recuperación de la asignatura, para optar a conseguir el aprobado en el curso. La prueba de recuperación consistirá en un examen sobre todo el contenido impartido a lo largo de las clases de teoría y práctica. En la prueba de recuperación también se podrá preguntar sobre la actualidad informativa de las temáticas del curso. El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades, el peso de las cuales sea de un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura. Para poder presentarse a la recuperación de la asignatura será necesario haber obtenido una nota media mínima de 3,5.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Control de contenidos	30%	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 6
Dinámica de participación grupal	20%	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8
Prácticas y análisis de caso	50%	6	0,24	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8

Bibliografía

ALBARRAN, Alan B. (2019). A Research Agenda for Media Economics. Cheltenham: Elgar.

ALBORNOZ, Luis i GARCÍA LEIVA, Trinidad (eds.) (2017) Diversidad e industria audiovisual. El desafío cultural del siglo XXI, México: Fondo de Cultura Económica.

BREVINI, Benedetta; SWIATEK, Lukasz (2020) Amazon: Understanding a Global Communication Giant. New York: Routledge

CEREZO, Pepe (2019). Los medios ante los modelos de suscripción. Barcelona: UOC.

CRUSAFON, Carmina (2012). La nueva era mediática: Las claves del escenario global. Barcelona: Bosch Comunicación.

DÖNDERS, Karen (2021). Public service media between theory, rules, and practice. New York: Palgrave Macmillan.

DOYLE, Gillian (2016) Digitization and changing windowing strategies in the television industry: negotiating new windows on the world, *Television and New Media*, 17(7), p. 629-645.

FERNÁNDEZ-ROVIRA, Cristina y GIRALDO-LUQUE, Santiago (2020). La felicidad privatizada. Monopolios de la información, control social y ficción democrática en el siglo XXI. Editorial UOC

FLEW, Terry; IOSIFIDIS, Petros; i STEEMERS, Jeanette (eds.) (2016) Global media and national policies. The return of the State, Londres: Palgrave Macmillan.

FUCHS, Christian (2011) A Contribution to the Critique of the Political Economy of Google, *Fast Capitalism*, 8(1), 31-50. doi:10.32855/fcapital.201101.006

FUCHS, Christian; CHANDLER, David (2019). Introduction. Big Data Capitalism - Politics, Activism and Theory. In: Chandler, D. & Fuchs, C. (eds.). *Digital Objects, Digital Subjects: Interdisciplinary Perspectives on Capitalism, Labour and Politics in the Age of Big Data*. London: University of Westminster Press. Pp. 1-20. <http://doi.org/10.16997/book29a>

GARCÍA SANTAMARÍA, José Vicente (2016). Los grupos multimedia españoles. Análisis y estrategias. Barcelona: Editorial UOC.

GERSHON, Richard A. (2020) *Media, Telecommunications and Business Strategy*. London: Routledge

GIRALDO-LUQUE, Santiago; FERNÁNDEZ ROVIRA, Cristina (2020a). "The economy of attention as the axis of the economic and social oligopoly of the 21st century". En: Park, Seun Ho; González Pérez, María Alejandra; Floriani, Dinorá (Eds.). *The Palgrave Handbook of Corporate Sustainability in the Digital Era*. Palgrave Mcmillan: Londres. ISBN 978-3-030-42411-4. <http://doi.org/10.1007/978-3-030-42412-1>

GIRALDO-LUQUE, Santiago; FERNÁNDEZ ROVIRA, Cristina (2020b). "Redes sociales y consumo digital en jóvenes universitarios: economía de la atención y oligopolios de la comunicación en el siglo XXI". *Profesional de la información*, v. 29, n. 5, e290528. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.28>

<http://eds.b.ebscohost.com/are.uab.cat/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=7d15098d-157c-4da6-89f0-416a8eff>

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

HARSIN, Jayson (2015). Regimes of Posttruth, Postpolitics, and Attention Economies. *Communication, Culture and Critique*, 8 (2), 327-333. Disponible en: <https://doi.org/10.1111/cccr.12097>

LEE, Micky (2019) *Alphabet: The Becoming of Google*. London: Routledge.

MANSELL, Robin (2012). *Imagining the Internet: Communication, Innovation and Governance*. Oxford: Oxford University Press.

MANSELL, Robin i STEINMUELLER, W. Edward (2020) *Advanced Introduction to Platform Economics*. Cheltenham: Elgar.

PARISER, Eli (2017) *El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*, Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial.

PARK, Seun Ho; GONZÁLEZ PÉREZ, María Alejandra; FLORIANI, Dinorá (Eds.). *The Palgrave Handbook of Corporate Sustainability in the Digital Era*. Palgrave Mcmillan: Londres. ISBN 978-3-030-42411-4. <http://doi.org/10.1007/978-3-030-42412-1>

PEIRANO, Marta (2019). El enemigo conoce el sistema: Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención, Barcelona: Debate.

SHEN, Hong (2021) Alibaba: Infrastructuring Global China. London: Routledge.

TANG, Min (2020) Tencent: The Political Economy of China's Surging Internet Giant. London: Routledge

TÚÑEZ-LÓPEZ, Miguel; CAMPOS-FREIRE, Francisco; y RODRÍGUEZ-CASTRO, Marta (Eds.) (2021). The values of public service media in the Internet society. London: Palgrave Macmillan.

TURKLE, Sherry (2019). En defensa de la conversación. El poder de la conversación en la era digital. Barcelona: Ático de los libros.

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

Durante el curso se sugerirán otras referencias bibliográficas complementarias y otras fuentes en línea para profundizar en los contenidos explicados y hacer un seguimiento de la actualidad informativa.

Software

Herramientas básicas de Microsoft Office, aplicaciones del entorno Moodle y plataformas virtuales de aprendizaje gratuitas.