

**Estructura de la Comunicació**

Código: 103844  
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501928 Comunicación Audiovisual	FB	1	2

**Contacto**

Nombre: Mercè Diez Jimenez  
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

**Otras observaciones sobre los idiomas**

Las lecturas obligatorias son en catalán y en español. Si se considera relevante para la asignatura pueden incorporarse textos en inglés. Un grupo de seminario se imparte en lengua vehicular mayoritaria en español.

**Equipo docente**

Nuria Torras Planas  
Angel Castellanos Diaz  
Lluís Reales Guisado

**Prerequisitos**

Se recomienda el seguimiento de las informaciones de actualidad sobre el sistema de medios y las industrias de la comunicación y la cultura.

**Objetivos y contextualización**

Esta asignatura introduce el alumnado en el conocimiento de los rasgos estructurales de los sistemas de medios y de las industrias de la comunicación y la cultura (con una atención especial al sector audiovisual). Para entender los porqués de su configuración, se tiene en cuenta el marco histórico, económico, político, social, cultural y tecnológico en el que se desarrollan, así como los actores políticos, económicos y sociales que los modelan con su comportamiento y estrategias (organismos reguladores, grupos de comunicación, entidades empresariales y profesionales...).

La atención se focaliza principalmente en los contextos catalán y español, enmarcándolos en la Europa occidental y, particularmente, en los países mediterráneos, aunque también se tienen presentes los ámbitos internacional y transnacional.

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

## Competencias

- Aplicar el pensamiento científico con rigor.
- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
- Diferenciar las principales teorías de la disciplina, sus campos, las elaboraciones conceptuales así como su valor para la práctica profesional.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada.

## Resultados de aprendizaje

1. Aplicar el pensamiento científico con rigor.
2. Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
3. Gestionar el tiempo de forma adecuada.
4. Identificar los fundamentos de las teorías y de la historia de la comunicación.
5. Identificar los fundamentos estructurales del sistema audiovisual.

## Contenido

El temario se organiza en tres bloques:

-El primero clarifica los conceptos clave de la asignatura y las perspectivas teóricas desde las que se ha estudiado.

-El segundo presenta los actores que contribuyen a la articulación de los sistemas de medios y las industrias de la comunicación, desde el papel del Estado y los reguladores independientes, a los grupos de comunicación, las asociaciones empresariales, los organismos de medida de audiencias o la sociedad civil organizada.

-El tercero analiza de manera general los sectores mediáticos y de las industrias de la comunicación con una perspectiva de actualidad. Se presta atención a las principales tendencias en cuanto a las características de la oferta, la transformación de los modelos de consumo y de negocio o los nuevos servicios.

### 1. Introducción a la Estructura de la comunicación

#### 1.1. Objeto y perspectivas de análisis

#### 1.2. La articulación de los sistemas mediáticos

##### 1.2.1. Teorías sociopolíticas de la prensa

##### 1.2.2. Perspectiva comparada de los sistemas mediáticos

### 2. Actores

#### 2.1. Dimensión institucional: actores públicos

##### 2.1.1. Regulación

##### 2.1.2. Medios públicos (financiación y gobernanza)

##### 2.1.3. El impacto económico de los recursos públicos sobre los medios y las industrias de la comunicación

###### 2.1.3.1. Ayudas

###### 2.1.3.2. Publicidad institucional

- 2.2. Dimensión corporativa: actores privados con ánimo de lucro
  - 2.2.1. Empresas y grupos de comunicación
  - 2.2.2. Anunciantes y publicidad comercial
  - 2.2.3. Entidades empresariales y profesionales
- 2.3. Dimensión civil: la ciudadanía y los actores no gubernamentales sin ánimo de lucro
  - 2.3.1. Los derechos de la comunicación
  - 2.3.2. Los medios del tercer sector
- 2.4. El papel de los profesionales de la comunicación y del audiovisual
  - 2.4.1. Organizaciones profesionales
  - 2.4.2. Autoregulación y coregulación
- 3. Sectores
  - 3.1. Radio
  - 3.2. Televisión y plataformas audiovisuales
  - 3.3. Cine

## 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". También se aclararán las dudas relativas a las lecturas obligatorias que tenga que hacer el alumnado y el trabajo de autoaprendizaje.

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 incorporará la perspectiva de género en todas las vertientes posibles, desde los contenidos a las metodologías aplicadas a las dinámicas de trabajo y participación del alumnado en el aula, de manera que se facilite una interacción igualitaria.

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			
Clases magistrales	34	1,36	1, 2, 4, 5

Seminarios: debates de actualidad, ejercicios y actividades de investigación	14	0,56	1, 2, 3, 5
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	8	0,32	1, 2, 3, 5
Tipo: Autónomas			
Actividades de investigación	42	1,68	1, 2, 3, 5
Estudio autónomo	42	1,68	1, 2, 3, 4, 5

## Evaluación

La asignatura consta de las siguientes actividades de evaluación:

1. Varios ejercicios relativos a las cuestiones tratadas en el seminario, que supondrán el 30% de la calificación. Por su carácter vinculado a la actualidad, estas actividades de evaluación no serán recuperables.
2. Intervención en los seminarios. Se valorará de forma cualitativa la intervención de los seminarios (10% de la nota final). Esta actividad de evaluación no será recuperable.
3. Dos exámenes parciales sobre los contenidos teóricos, cada uno de los cuales representa el 30% de la calificación final, y que son liberatorios de materia.

Para aprobar la asignatura hay que superar obligatoriamente estos dos exámenes. En caso de que se suspendan se puede participar en la recuperación, siempre y cuando se haya sido previamente evaluado en los dos exámenes parciales y en, al menos, una de las otras dos actividades de evaluación.

Si no se hace uno de los dos exámenes parciales la calificación final será "no evaluable".

En el supuesto de que no se supere la recuperación de uno de los dos exámenes, la calificación definitiva de la asignatura será la que se obtenga en este examen (o la media, si quedan ambos suspendidos).

Las fechas de las actividades de evaluación y de recuperación serán anunciadas el día de presentación de la asignatura. La información también estará disponible en el campus virtual.

Estudiantes a partir de la segunda matrícula

A partir de la segunda matrícula el alumnado puede optar a la evaluación mediante una prueba de síntesis, con opción a recuperación siempre y cuando se haya evaluado previamente. La calificación de la asignatura corresponderá a la calificación de la prueba de síntesis, que se desglosará en dos exámenes parciales sobre los contenidos de teoría.

Se entenderá que el alumnado a partir de la segunda matrícula que no comunique explícitamente por correo electrónico y en el plazo anunciado a principio de curso su opción de evaluación hará la prueba de síntesis.

Plagio

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 tendrá una cualificación de 0 en este acto de evaluación. En caso de que se produzcan diversas irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

## Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
--------	------	-------	------	---------------------------

Examen parcial 1	30%	3	0,12	1, 3, 4, 5
Examen parcial 2	30%	3	0,12	1, 3, 4, 5
Intervención en los seminarios	10%	1	0,04	1, 5
Seminario de actividades prácticas	30%	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5

## Bibliografía

AGUADO-GUADALUPE, Guadalupe (2018). Las relaciones Prensa-Estado en el reparto de publicidad institucional en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(2), 993.

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

ALMIRON, Núria (2010) *Journalism in crisis. Corporate Media and Financialization*. Cresskill: Hampton Press.

BIRKINBINE, Benjamin; GÓMEZ, Rodrigo; y WASKO, Janet (2016) *Global media giants*, Londres; Nueva York: Routledge.

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

CIVIL i SERRA, M.; LÓPEZ, B., eds. (2019) *Informe de la comunicació a Catalunya 2017-2018*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 7.  
[https://ddd.uab.cat/pub/lilibres/2021/245270/infcomcat\\_a2021.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/lilibres/2021/245270/infcomcat_a2021.pdf)

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2022) *Informe 2021. L'audiovisual a Catalunya*, Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.  
<https://www.cac.cat/sites/default/files/2022-06/Informe%20sobre%20l%27audiovisual%20a%20Catalunya%202021.pdf>

DÖNDERS, Karen (2019) *Public service media between theory, rules and practice*, Londres: Palgrave Macmillan.

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

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

GARCÍA SANTAMARÍA, José Vicente (2016). *Los grupos multimedia españoles. Análisis y estrategias*. Barcelona: Editorial UOC. Disponible en llibre electrònic:  
[https://catalag.uab.cat/iii/encore/record/C\\_\\_Rb1991834?lang=cat](https://catalag.uab.cat/iii/encore/record/C__Rb1991834?lang=cat)

GUIMERÀ, Josep Àngel (2022). "Els anys perduts de l'audiovisual". *El País*, 25-6-22.  
[https://cat.elpais.com/autor/josep\\_angel\\_guimera\\_orts](https://cat.elpais.com/autor/josep_angel_guimera_orts)

GUTIÉRREZ MONTES, Eladio (coor.) (2017) *Televisión abierta. Situación actual y tendencias de futuro de la TDT*, Madrid: Colegio Oficial de Ingenieros de Telecomunicaciones.

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

HAVENS, Timothy; LOTZ, Amanda (2012) *Understanding Media Industries*. New York: Oxford University Press.

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, pàgs. 19-39.

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

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

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

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 de l'Observatori de la Producció Audiovisual*. Universitat Pompeu Fabra. <https://www.upf.edu/web/opa>

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

Comunicació 21 <http://comunicacio21.cat>

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

## **Software**

No hay requerimientos específicos de software.