

Estructura de la Comunicació

Código: 103855
Créditos ECTS: 6

| Titulación | Tipo | Curso | Semestre |
|--------------------|------|-------|----------|
| 2501933 Periodismo | FB | 1 | 2 |

Contacto

Nombre: Ana Isabel Fernández Viso
Correo electrónico: ana.fernandez.viso@uab.cat

Uso de idiomas

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

Otras observaciones sobre los idiomas

El bloque teórico se imparte en castellano. El seminario práctico, dependiendo del profesorado, se impartirá en castellano o en catalán.

Equipo docente

Ana Isabel Fernández Viso

Prerequisitos

Es recomendable el seguimiento de las informaciones de actualidad sobre el sistema de medios, principalmente en Cataluña, España y Europa.

Objetivos y contextualización

Introducir al alumnado en el conocimiento de los rasgos estructurales de los sistemas de medios del entorno occidental europeo, con especial atención a los casos español y catalán, donde desarrollará normalmente su actividad profesional.

Así, se hará una primera aproximación al estudio de los actores económicos, políticos y sociales que conforman o contribuyen a la conformación de estos sistemas, sin dejar de lado el análisis del modelo norteamericano, por su influencia en el desarrollo de los sistemas mediáticos europeos y latinoamericanos. Por otra parte, se pondrá el énfasis en la incidencia de internet y la digitalización en el rediseño de la estructura de la comunicación a escala local, estatal e internacional.

Eventualmente, se pueden incluir aspectos relativos a otros sistemas de medios si se produce algún hecho de actualidad particularmente relevante.

Competencias

- Actuar con responsabilidad ética y con respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.

- Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.
- Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.
- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
- Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
- Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
- Demostrar un conocimiento adecuado de la realidad socio-comunicativa de Cataluña en el contexto español, europeo y mundial.
- Diferenciar las principales teorías de la disciplina, sus campos, las elaboraciones conceptuales, los marcos y enfoques teóricos que fundamentan el conocimiento de la materia y sus diferentes ámbitos y subáreas, y adquirir un conocimiento sistemático de la estructura de los medios de comunicación.
- Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
- 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 hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- 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.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

Resultados de aprendizaje

1. Analizar críticamente los principios, valores y procedimientos que rigen el ejercicio de la profesión.
2. Analizar las desigualdades por razón de sexo/género y los sesgos de género en el ámbito de conocimiento propio.
3. Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
4. Comunicar haciendo un uso no sexista ni discriminatorio del lenguaje.
5. Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
6. Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
7. Describir la estructura de los medios de comunicación y sus dinámicas.
8. Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
9. 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.
10. Identificar las implicaciones sociales, económicas y medioambientales de las actividades académico-profesionales del ámbito de conocimiento propio.
11. Identificar las principales desigualdades y discriminaciones por razón de sexo/género presentes en la sociedad.
12. Identificar los fundamentos estructurales del sistema comunicativo.
13. Interpretar y discutir textos de las principales teorías de la comunicación y del periodismo y exponer por escrito y en público la síntesis de sus análisis.
14. Proponer proyectos y acciones que estén de acuerdo con los principios de responsabilidad ética y de respeto por los derechos y deberes fundamentales, la diversidad y los valores democráticos.
15. 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.
16. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
17. 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.

18. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
19. Valorar el impacto de las dificultades, los prejuicios y las discriminaciones que pueden incluir las acciones o proyectos, a corto o largo plazo, en relación con determinadas personas o colectivos.

Contenido

1.- Delimitación conceptual y perspectivas teóricas. ¿Qué es un sistema de medios? Tipología, características y actores. Sistemas mediáticos comparados.

2.- Análisis de actores que contribuyen a la articulación de los sistemas de medios: medios públicos, empresas y grupos de comunicación privados, asociaciones empresariales, organismos de medición de audiencias y empresas de telecomunicaciones y plataformas digitales con negocios en el ámbito audiovisual. El papel del Estado y de los reguladores independientes.

3. Análisis de sectores mediáticos (prensa, radio, televisión y entorno digital). Panorama, características de la oferta y regulación. Transformación de los modelos de consumo y de negocio.

Metodología

Dos tercios de la docencia presencial se desarrollarán con el grupo completo y un tercio, en seminarios con grupos reducidos.

Las sesiones con el grupo completo se concretarán en clases magistrales, que pueden incorporar actividades interactivas, a cargo de la profesora, que explicará los contenidos básicos relativos a los bloques temáticos apuntados y resolverá las dudas relativas a las lecturas obligatorias que tengan que hacer los/las estudiantes y al trabajo de autotrendizaje previsto.

En los seminarios se realizarán actividades prácticas de profundización en la materia del curso, que pueden requerir la búsqueda o el análisis previo de diversos tipos de recursos de aprendizaje (noticias, textos académicos, informes, etc.). 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 la participación del alumnado en el aula, de manera que se facilite una interacción igualitaria.

El día de presentación de la asignatura se dará información más detallada de la organización de las sesiones, y se utilizará el Campus Virtual para colgar materiales docentes e informaciones necesarias para el adecuado seguimiento de la asignatura.

En caso de cambio de modalidad docente por razones sanitarias, el profesorado informará a través del Campus Virtual de las posibles modificaciones en la programación de la asignatura y en su metodología docente.

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 | 17 | 0,68 | 3, 5, 7, 6, 8, 9, 12, 13, 14, 17, 18 |
| Teoría | 34 | 1,36 | 1, 3, 5, 7, 6, 8, 9, 12, 10, 13, 14, 15, 16, 18 |
| Tipo: Supervisadas | | | |
| Evaluación | 7 | 0,28 | 1, 3, 5, 7, 6, 8, 9, 12, 10, 13, 15, 18 |
| Tutorías | 5 | 0,2 | |
| Tipo: Autónomas | | | |
| Estudio personal | 80 | 3,2 | 1, 3, 5, 7, 6, 9, 12, 10, 15, 18 |

Evaluación

La asignatura consta de las siguientes actividades de evaluación:

1. Uno o varios ejercicios relativos a las cuestiones tratadas en el seminario, que supondrán el 20% 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 aportación reflexiva del alumnado a los seminarios (10% de la nota final). Esta actividad de evaluación no será recuperable.
3. Otras actividades prácticas de seguimiento del curso, que pueden realizarse en el marco del seminario o de las clases del bloque teórico y que se detallarán el primer día de clase. Supondrán el 10% de la nota final y no serán reevaluables.
4. 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 obtener una nota igual o superior al 4 en los dos exámenes parciales y que la media entre ambos resulte igual o superior al 5. En caso de suspender, se puede participar en la recuperación, siempre y cuando se haya sido previamente evaluado/a 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, porque se obtenga en él una nota inferior al 4 o, aún estando entre el 4 y el 4,9, no consiga hacer una nota media de 5 con el otro parcial, la calificación definitiva de la asignatura será la que se obtenga en este examen suspenso (o la media de los dos exámenes parciales si ambos están suspensos).

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 ser evaluado mediante el mismo sistema de evaluación que el alumnado de primera matrícula o bien solo mediante la realización de los dos exámenes o pruebas parciales previstos para el alumnado de primera matrícula, pero habrá de obtener una nota igual o superior a 4 en estos dos exámenes parciales y la media entre ambos ha de resultar igual o superior a 5 para aprobar. En caso de suspenderlos, podrá optar a la recuperación de cada uno de ellos, siempre y cuando haya sido previamente evaluado de los dos.

Si se opta por el segundo sistema de evaluación, la calificación de la asignatura corresponderá a la media de esos dos exámenes parciales, siempre que se haya obtenido en los dos una nota igual o superior a 4. Si no se

hace uno de ellos, la calificación final será "no evaluable" y si se suspende uno con una nota inferior a 4, la calificación definitiva de la asignatura será la que se obtenga en este examen (o la media entre los dos, si ambos están suspensos).

Se entenderá que el alumnado a partir de la segunda matrícula que no comunique explícitamente por correo electrónico, y en el plazo anunciado a principios de curso para ello, su opción de evaluación hará los dos exámenes parciales.

Plagio

En el caso que el estudiante realice cualquier irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación, con independencia del proceso disciplinario que pudiera instruirse. En caso de que se produzcan varias irregularidades, en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0.

Actividades de evaluación

| Título | Peso | Horas | ECTS | Resultados de aprendizaje |
|--|-----------|-------|------|---|
| Ejercicios de los seminarios | 20% | 2 | 0,08 | 1, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 12, 10, 13, 14, 15, 16, 17, 18 |
| Actividades prácticas de seguimiento del curso | 10% | 1 | 0,04 | 1, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 12, 10, 13, 14, 15, 16, 17, 18 |
| Exámenes parciales | 30% + 30% | 2 | 0,08 | 1, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 12, 10, 13, 15, 16, 17, 18 |
| Intervención en los seminarios | 10% | 2 | 0,08 | 1, 2, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 12, 10, 11, 13, 14, 15, 17, 18, 19 |

Bibliografía

Bibliografía básica:

CEREZO, Pepe (2022). *Deconstruyendo los medios. Cómo adaptar las empresas de comunicación al entorno digital*. Córdoba: Editorial Almuzara.

CIVIL i SERRA, Marta; LÓPEZ, Bernat (Eds.) (2021). *Informe de la comunicació a Catalunya 2019-2020*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 7: <https://ddd.uab.cat/record/245270>

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

NEWMAN, Nic; FLETCHER, Richard; ROBERTSON, Craig T. ; EDDY, Kirsten; KLEIS NIELSEN, Rasmus. (2022). *Digital News Report 2022*. Oxford: Reuters Institute.
<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/es/digital-news-report/2022>

QUINTAS-FROUFE, Natalia; GONZÁLEZ-NEIRA, Ana (Coords.) (2021). *Los estudios de la audiencia. De la tradición a la innovación*. Barcelona: Gedisa.

SALAVERRÍA, Ramón; MARTÍNEZ-COSTA, Pilar (Eds.) (2021) *Medios nativos digitales en España. Caracterización y tendencias*. Salamanca: Comunicación Social.

Bibliografía complementaria:

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

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

CEREZO, Pepe (2018). *Los medios líquidos. La transformación de los modelos de negocio*. Barcelona: Editorial UOC.

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2022). *Informe 2021. L'audiovisual a Catalunya*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2017). *Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

https://www.cac.cat/sites/default/files/2018-03/Acord_6_2017_llibre_blanc_0.pdf

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

FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel (Ed.) (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.

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

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

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

Software

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