

Estructura de la Comunicación

Código: 103855

Créditos ECTS: 6

2025/2026

Titulación	Tipo	Curso
Periodismo	FB	1

Contacto

Nombre: Aida Martori Muntsant

Correo electrónico: aida.martori@uab.cat

Equipo docente

Maria Corominas Piulats

Mercedes Diez Jimenez

Aida Martori Muntsant

Angel Castellanos Diaz

Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

Prerrequisitos

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.

Actividades formativas y Metodología

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

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, a cargo del profesorado responsable de teoría, 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 autoprendizaje 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 (contenidos, metodologías aplicadas a las dinámicas de trabajo, participación del alumnado en el aula, bibliografía facilitada y uso del lenguaje inclusivo, entre otros aspectos).

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura y estará también disponible en el Campus Virtual de la asignatura, donde el alumnado podrá encontrar los distintos materiales docentes y toda la información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura. En caso de cambio de modalidad docente por motivos de fuerza mayor según las autoridades competentes, el profesorado informará de los cambios que se producirán en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

Las docentes de esta asignatura incorporaron el uso de metodologías docentes innovadoras, como la clase invertida, el aprendizaje auténtico (como vía para acercar la práctica profesional periodística a las asignaturas teóricas) o el Aprendizaje basado en Retos, y ofrecen conferencias del sector profesional que conectan la materia con los retos actuales del sector mediático.

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.

Evaluación

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Ejercicios de los seminarios	35%	2,5	0,1	1, 2, 3, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 12, 10, 11, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19
Exámenes parciales	25% + 25%	3,5	0,14	1, 4, 5, 7, 6, 8, 9, 12, 10, 13, 15, 16, 17, 18
Intervención en el seminario	15%	1	0,04	1, 4, 5, 7, 6, 9, 12, 11, 17, 18

ALUMNADO DE PRIMERA MATRÍCULA

Evaluación continua

La evaluación continua de la asignatura consta de las actividades y porcentajes siguientes:

1. Dos exámenes parciales sobre los contenidos teóricos: cada uno representa el 25 % de la calificación final. Si se aprueban, ambos liberan materia.

Para superar la asignatura, hay que aprobar (Nota mínima: 5) obligatoriamente los dos exámenes parciales (condición indispensable). Si no se hace uno de los dos exámenes parciales, la calificación final será "no evaluable".

2. Varios ejercicios relativos a las cuestiones tratadas en el seminario, que representarán el 35% de la calificación.
3. Intervención en los seminarios. Se valorará de manera cualitativa la intervención y la participación en los seminarios, que representará el 15% de la nota final.

Recuperación

Los dos exámenes son recuperables: no hay nota mínima para ir a la recuperación pero es imprescindible haber hecho la prueba (el parcial o los parciales correspondientes) y haber sido evaluado/a, como mínimo, de otra actividad evaluativa (de acuerdo con la normativa que indica que 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). La recuperación consistirá en un examen.

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

Por su carácter vinculado a la actualidad, las actividades de evaluación desarrolladas en los seminarios no serán recuperables.

Evaluación única

La evaluación única de la asignatura consta de las actividades y porcentajes siguientes:

1. Control de conocimientos: 50% - Prueba sobre los contenidos teóricos de la asignatura. Para superar la asignatura hay que aprobar obligatoriamente la prueba teórica (condición indispensable).
2. Realización de uno o varios ejercicios prácticos relativos a las cuestiones trabajadas en el seminario: 30%. Se hará el mismo día que el control de conocimientos. Esta actividad no se podrá recuperar, por lo cual, en caso de tener que presentarse a la recuperación, se mantendrá en ella la nota obtenida en este ejercicio en la primera convocatoria.
3. Entrega de una tarea que se encargará el primer día de clase: 20%

$$1 (50\%) + 2 (30\%) + 3 (30\%) = 100 \% \text{ NOTA FINAL DE LA ASIGNATURA}$$

Para aprobar la asignatura se deberá obtener una nota final igual o superior a 5. La fecha de la revisión de las notas será la misma que para el alumnado de evaluación continuada y se anunciará en clase.

Recuperación

El control de conocimientos o prueba teórica final es recuperable. Para ir a la recuperación no hay nota mínima pero es imprescindible haber realizado la prueba y haberse evaluado de, como mínimo, otra actividad evaluativa (de acuerdo con la normativa que indica que el alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades, cuyo peso sea de un mínimo de 2/3 partes de la calificación total).

La recuperación consistirá en un examen. Para superar la asignatura, debe aprobarse obligatoriamente el examen (nota mínima: 5). En el supuesto de que no se supere, la calificación de la asignatura será la que se obtenga en este examen.

Los ejercicios prácticos y la tarea no son recuperables.

CALENDARIO DE ACTIVIDADES EVALUABLES

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.

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 unamisma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0.

INTELIGENCIA ARTIFICIAL (uso restringido)

Para esta asignatura se permite el uso de tecnologías de Inteligencia Artificial (IA) exclusivamente en tareas de soporte, como la búsqueda de bibliografía, la transcripción/corrección de textos o las traducciones, si fuera necesario. El alumnado deberá identificar claramente qué partes han sido generadas con esta tecnología, especificar las herramientas utilizadas e incluir una reflexión crítica sobre cómo éstas han influido en el proceso y el resultado final de la actividad. La no transparencia del uso de la IA en alguna actividad evaluable se considerará falta de honestidad académica y puede conllevar una penalización parcial o total en la nota de la actividad, o sanciones mayores en casos de gravedad.

Bibliografía

Bibliografía básica:

ALBORNOZ, Luis A.; SEGOVIA, ANA i. & ALMIRÓN, Núria (2020) *Grupo Prisa: media power in contemporary Spain*. Nova York: Routledge. DOI <https://doi.org/10.4324/9780429297717>

ALMIRÓN, Núria (2008). La financiarización de los grupos de comunicación en España: el caso del grupo PRISA. *Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura-Eptic*, 10(2). <https://issuu.com/epic/docs/121028221950-530f470a20724a74af12f844f9cabceb> //

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

HUMPRECHT, Edda, CASTRO HERRERO, Laia, BLASSNIG, Sina, BRÜGGEMANN, Michael & ENGESSER Sven (2022). Media systems in the digital age: An empirical comparison of 30 countries. *Journal of Communication*, 72(2), 145-164. <https://doi.org/10.1093/joc/jqab054>

JONES, Daniel (2005). Aproximación teórica a la Estructura de la Comunicación Social. *Escribanía*, (14), 19-30. <https://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/escribania/issue/view/226>

LÓPEZ, Bernat; HUERTAS BAILÉN, Amparo; PERES-NETO, Luis, eds. (2023): *Informe de la comunicació a Catalunya 2021-2022*. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Generalitat de Catalunya i Institut de la Comunicació (InCom-UAB). https://ddd.uab.cat/pub/lilibres/2023/284362/infcomcat_a2023.pdf

PARISER, Eli (2017). *El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Taurus.

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. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uab/detail.action?docID=4908814>

ZUBOFF, Shoshana (2020). *La era del capitalismo de vigilancia*. Barcelona: Paidós.

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), 993-1005. <https://e-archivo.uc3m.es/rest/api/core/bitstreams/818ae3b4-ce25-4815-853a-7b8071e0098c/content>

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

https://bibcercador.uab.cat/permalink/34CSUC_UAB/1eqfv2p/ alma991007644409706709

ARRIAZA IBARRA, Karen i MORILLAS CANTERO, José G. (2022). After 4G and 5G, What will happen to open televisions in Spain? Situation of uncertainty for open televisions and the principle of universal access. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 27(53), 65-80.

<https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/23888>

BIRKINBINE, Benjamin J; GÓMEZ, Rodrigo i WASKO, Janet (2016). *Global Media Giants* New York; Routledge. https://bibcercador.uab.cat/permalink/34CSUC_UAB/1eqfv2p/ alma991000598599706709

BONINI-BALDINI, Tiziano, TÚÑEZ-LÓPEZ Miguel & BARRIENTOS-BÁEZ, Almudena (2021). Public service media in the age of platformization of culture and society. A: Túñez-López M, Campos-Freire F and Rodríguez-Castro M *The values of public service media in the Internet society*. Cham: Palgrave MacMillan, pp. 45-58. https://doi.org/10.1007/978-3-030-56466-7_3

BREVINI, Benedetta & SWIATEK, Lukasz (2021). *Amazon: understanding a global communicationgiant*. Routledge. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uab/detail.action?pq-origsite=primo&docID=6367837>

CAGÉ, Julia (2016). *Salvar los medios de comunicación*. Barcelona: Anagrama.

CAÑEDO, Azahara & SEGOVIA, Ana I. (2022). La plataformaización de los medios de comunicación de servicio público. Una reflexión desde la economía política de la comunicación. A: Goyanes, Manuel & Campos-Rueda, Marcela (Eds.). *Gestión de medios públicos en el entorno digital* (pp. 65-88). Valencia: Tirant Humanidades.

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

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2023). *Informe 2022. L'audiovisual a Catalunya*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. <https://www.cac.cat/es/acords-recerca/informes-del-sector-audiovisual>

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA Butlletí d'informació sobre l'audiovisual de Catalunya <https://www.cac.cat/index.php/acords-recerca/biac-%28-informes-del-sector-quadrimestrals-%29> (Informes quadrimestrals)

DONDERS, Karen (2021) *Public service media in Europe: law, theory and practica*. Londres: Taylor & Francis Group. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uab/detail.action?docID=6550956>.

DOYLE, Gillian (2018) Television and the development of the data economy: data analysis, power and the public interest. *International Journal of Digital Television*, 9(1), pp. 53-68.

<https://eprints.gla.ac.uk/175294/1/175294.pdf>

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

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=2352584>

GARCÍA SANTAMARÍA, José Vicente (2016). *Los grupos multimedia españoles. Análisis y estrategias*. Barcelona: Editorial UOC. <http://site.ebrary.com/lib/bibliotequesuab/detail.action?docID=11286116>

GOYANES, Manuel & CAMPOS-RUEDA, Marcela (Eds.). *Gestión de medios públicos en el entorno digital*. Valencia: Tirant Humanidades.

HARI, Johann (2023). El valor de la atención: Por qué nos la robaron y cómo recuperarla. Ediciones Península.

INNERARITY, Daniel & COLOMINA, Carme (2020). La verdad en las democracias algorítmicas. *Revista CIDOB d'afers internacionals* (124), 11-24. <https://www.jstor.org/stable/26975706>

MAGALLÓN ROSA, Raúl (2023) *Updating news: información y democracia*. Madrid: Pirámide.

MCDONALD, Paul (Ed.) (2022). *The Routledge Companion to Media Industries*. Routledge.

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/uab/detail.action?pq-orgsite=primo&docID=6733218>

NEWMAN, Nic; FLETCHER, Richard; EDDY, Kirsten; ROBERTSON, Craig T.; KLEIS NIELSEN, Rasmus. (2023). *Digital News Report 2023*. Oxford: Reuters Institute.

https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf

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

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.

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

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/uab/detail.action?docID=6521535>

Webs:

Barlovento Comunicación <https://www.barloventocomunicacion.es/>

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - Blog <https://blog.cnmc.es/>

COMUNICACIÓ 21 <https://comunicacio21.cat/>

Guia de la radio: <http://guiadelaradio.com/>

Software

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

Grupos e idiomas de la asignatura

La información proporcionada es provisional hasta el 30 de noviembre de 2025. A partir de esta fecha, podrá consultar el idioma de cada grupo a través de este [enlace](#). Para acceder a la información, será necesario introducir el CÓDIGO de la asignatura

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(SEM) Seminarios	11	Catalán	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(SEM) Seminarios	12	Catalán	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(SEM) Seminarios	13	Español	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(SEM) Seminarios	21	Catalán	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(SEM) Seminarios	22	Catalán	segundo cuatrimestre	mañana-mixto

(SEM) Seminarios	23	Español	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(TE) Teoría	1	Catalán	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(TE) Teoría	2	Catalán	segundo cuatrimestre	mañana-mixto