

Guía Docente: Estructura de la comunicación

DATOS GENERALES	
Facultad	Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales
Titulación	Grado en Periodismo
Plan de estudios	2020
Materia	Comunicación
Carácter	Básico
Período de impartición	Primer Trimestre
Curso	Segundo
Nivel/Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6
Lengua en la que se imparte	Castellano
Prerrequisitos	No se precisa

DATOS DEL PROFESORADO			
Profesor Responsable	Cristóbal Rutiña Testa	Correo electrónico	cristobal.rutina@ui1.es
Área		Facultad	Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales
Perfil Profesional 2.0	Twitter Linkedin		

CONTEXTUALIZACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Asignaturas de la materia	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura de la comunicación • Redacción periodística • Técnicas de Comunicación Profesional • Tecnología de los medios de comunicación de masas • Teoría de la Información y la Comunicación
Contexto y sentido de la asignatura en la titulación y perfil profesional	<p>Esta asignatura tiene la finalidad de que el alumnado conozca cómo funcionan los mercados de la comunicación. En el contexto profesional actual es relevante tener una visión global de los sistemas mediáticos contemporáneos, a través del análisis de los distintos mercados de la comunicación (prensa, radio, televisión y medios digitales) y del estudio de los principales grupos de comunicación.</p>

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias de la asignatura	<ul style="list-style-type: none"> • CG05: Conocer los aspectos formales y estéticos en medios escritos, gráficos, audiovisuales y digitales, así como del uso de técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos mediante sistemas infográficos. • CG06: Demostrar capacidad para la ideación, planificación y ejecución de proyectos informativos o comunicativos. • CG08: Exponer razonadamente ideas, a partir de los fundamentos de la retórica y de las aportaciones de las nuevas teorías de la argumentación, así como de las técnicas comunicativas aplicadas a la persuasión. • CG09: Innovar mediante el conocimiento y uso de técnicas y métodos aplicados a los procesos de mejora de la calidad y de autoevaluación, así como habilidades para el aprendizaje autónomo, la adaptación a los cambios y la superación rutinaria mediante la creatividad. • CG10: Organizar el conocimiento comunicativo complejo de manera coherente para promover su interrelación con otras ciencias sociales, humanas y tecnológicas, así como con los métodos y técnicas de estas disciplinas. • CG11: Exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral, escrita, audiovisual o digital, conforme a los cánones de las disciplinas de la información y comunicación. • CB1: 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. • CB2: 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. • CB3: 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. • CB4: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado. • CB5: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía. • CE01: Comprender las implicaciones que, para los medios de comunicación actuales, tienen las distintas teorías de la información y la comunicación. • CE03: Conocer cuáles son los procesos técnicos que intervienen en la comunicación de contenidos mediáticos.
--------------------------------------	---

	<ul style="list-style-type: none"> • CE04: Comprender la dimensión económica, política, cultural y social de los medios de comunicación. • CE05: Conocer las características, sistemas de planificación y dinámicas de comercialización propias de las empresas informativas, en función de sus objetivos, visiones y misiones, de manera que el egresado pueda poner en marcha proyectos propios. • CE06: Comprender las dinámicas internas de la evolución diacrónica de los acontecimientos históricos y su posible relación con los medios de comunicación. • CE07: Demostrar un conocimiento riguroso de los principales rasgos del sistema jurídico incluyendo cierta familiaridad con sus instituciones y procedimientos identificando las preocupaciones y valores sociales subyacentes en las normas y principio jurídicos. • CE08: Conocer los principales agregados microeconómicos y macroeconómicos y la teoría del mercado, así como la utilidad y las limitaciones de la política macroeconómica. • CE09: Desarrollar la capacidad de diseñar, redactar, ejecutar y gestionar proyectos e informes, y asesorar sobre situaciones concretas de empresas utilizando técnicas instrumentales en el análisis y solución de problemas empresariales y en la toma de decisiones.
<p>Resultados de aprendizaje de la asignatura</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos para el análisis de los medios de comunicación y las industrias culturales de manera que se pueda entender su impacto en la sociedad de masas. • Capacidad para comprender el comportamiento global de los medios de comunicación y sus diversas interrelaciones. • Capacidad para discernir las singularidades de cada medio de comunicación en un entorno de integración multimedia.

PROGRAMACION DE CONTENIDOS

Breve descripción de la asignatura	<ul style="list-style-type: none"> • La comunicación humana, social y pública y los medios de comunicación de masas. • El impacto de los medios de comunicación en la sociedad. • Las políticas de comunicación. • Características básicas de los medios de comunicación. • Medios y Grupos de comunicación.
Contenidos	<ol style="list-style-type: none"> 1.Introducción a la Estructura de la Comunicación <ol style="list-style-type: none"> 1.Concepto de Estructura 2.Otros enfoques para el estudio de la Comunicación 3.Análisis comparado de medios en Europa 4.Estructura global de los medios 5.Políticas de comunicación 2.La prensa <ol style="list-style-type: none"> 1.La prensa en España: tipología y clasificación 2.Estructura del mercado de la prensa 3.Principales periódicos 4.Consumos y audiencias de la prensa 5.Difusión y sistema de medición: OJD 3.La radio <ol style="list-style-type: none"> 1.Clasificación del sector radiofónico 2.Radiodifusión pública 3.Repaso histórico: marco jurídico para el desarrollo de la radiodifusión en España 4.Estructura del mercado radiofónico 5.La digitalización de la radio 6.Radio multiplataforma 7.Consumos 8.La publicidad radiofónica 9.Audimetría: El EGM y sus normas técnicas 4.La televisión <ol style="list-style-type: none"> 1.Clasificación 2.Repaso histórico 3.Situación actual 4.Retos de futuro 5.Medición de audiencias y datos de consumo 5.Los medios digitales <ol style="list-style-type: none"> 1.El estudio de los medios digitales y su mercado desde la perspectiva de la Estructura de la Comunicación 2.Cambio de paradigma en la economía digital de los medios 3.Clasificación de las empresas de contenidos digitales 4.Modelos de negocio y nuevas fuentes de financiación 5.Consumos y audiencias 6.Evolución y principales retos del mercado digital 6.Grupos de comunicación <ol style="list-style-type: none"> 1.Tipología de grupos de comunicación 2.Evolución de los principales grupos 3.Vocento 4.Promotora de Informaciones (Prisa) 5.Unidad Editorial 6.Grupo Godó 7.Editorial Prensa Ibérica 8.Mediaset 9.Atresmedia

METODOLOGÍA

Actividades formativas

Las tareas que se detallan a continuación pertenecen al itinerario de Evaluación Continua, denominado Opción 1:

UD1: Foro

El objetivo de la actividad evaluable de la UD1 es analizar el papel de la Unión Europea en las políticas de comunicación a partir de ejemplos específicos. Para ello se revisará el contenido teórico de la Unidad.

UD2: Caso práctico

El objetivo de la actividad evaluable de la UD2 es aplicar los conceptos teóricos vistos en esta unidad a un caso práctico. Para ello, se elige el diario El País. Se adjunta a esta tarea dos actas de medición de sus datos procedentes de la Oficina de Justificación de la Difusión, referentes a dos periodos: 1985 y 2020.

UD3: Caso práctico

El objetivo de la actividad evaluable de la UD3 es aplicar los conceptos teóricos vistos en esta unidad a un caso práctico. Para ello, se elige el diario El País. Se adjunta a esta tarea dos actas de medición de sus datos procedentes de la Oficina de Justificación de la Difusión, referentes a dos periodos: 1985 y 2020.

UD4: Test de conocimientos

El objetivo de la actividad evaluable de la UD4 es realizar un test de validación de contenidos de la unidad 4 y, además, que sirva para consolidar los conocimientos de las unidades previas, esto es, UD1, UD2 y UD3.

UD5: Ensayo

El objetivo de la actividad evaluable de la UD5 es realizar un ensayo sobre la prensa digital, comparando las ventajas y desventajas que presentan los medios tradicionales en internet, frente a los medios nativos.

UD6: Informe

El objetivo de la actividad evaluable de la UD6 es realizar un informe que recoja las noticias más recientes publicadas durante los últimos meses, que tengan como protagonista de la información a grupos de comunicación. Los objetivos son: (1) describir las noticias más relevantes; (2) evaluar qué repercusión tiene la información para el grupo de comunicación o grupos de comunicación.

Prueba de Evaluación por Competencias (PEC)

En el caso de optar por la opción 2 de evaluación mediante PEC+ examen final, el estudiante tendrá que realizar la prueba de evaluación de competencias (PEC). Esta prueba se define como una actividad integradora a través de la cual el estudiante deberá demostrar la adquisición de competencias propuestas en la asignatura, vinculadas principalmente al «saber hacer». Para ello hará entrega de un conjunto de evidencias en respuesta a los retos propuestos en esta prueba. La entrega se realizará antes de finalizar la asignatura.

EVALUACIÓN

Sistema evaluativo

El sistema de evaluación se basará en una selección de las pruebas de evaluación más adecuadas para el tipo de competencias que se trabajen. El sistema de calificaciones estará acorde con la legislación vigente (*Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y de validez en todo el territorio nacional*).

El sistema de evaluación de la Universidad Isabel I queda configurado de la siguiente manera:

Sistema de evaluación convocatoria ordinaria

Opción 1. Evaluación continua

Los estudiantes que opten por esta vía de evaluación deberán realizar el **seguimiento de la evaluación continua (EC)** y podrán obtener hasta un **60 %** de la calificación final a través de las actividades que se plantean en la evaluación continua.

Además, deberán realizar un **examen final presencial (EX)** que supondrá el **40 %** restante. Esta prueba tiene una parte dedicada al control de la identidad de los estudiantes que consiste en la verificación del trabajo realizado durante la evaluación continua y otra parte en la que realizan diferentes pruebas teórico-prácticas para evaluar las competencias previstas en cada asignatura.

Para la aplicación de los porcentajes correspondientes, el estudiante debe haber obtenido una nota mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta el sistema de evaluación continua.

Se considerará que el estudiante supera la asignatura en la convocatoria ordinaria por el sistema de evaluación continua, siempre y cuando al aplicar los porcentajes correspondientes se alcance una calificación mínima de un 5.

Opción 2. Prueba de evaluación de competencias

Los estudiantes que opten por esta vía de evaluación deberán realizar una **prueba de evaluación de competencias (PEC)** y un **examen final presencial (EX)**.

La **PEC** se propone como una prueba que el docente plantea con el objetivo de evaluar en qué medida el estudiante adquiere las competencias definidas en su asignatura. Dicha prueba podrá ser de diversa tipología, ajustándose a las características de la asignatura y garantizando la evaluación de los resultados de aprendizaje definidos. Esta prueba supone el 50 % de la calificación final.

El **examen final presencial**, supondrá el **50 %** de la calificación final. Esta prueba tiene una parte dedicada al control de la identidad de los estudiantes que consiste en la verificación del seguimiento de las actividades formativas desarrolladas en el aula virtual y otra parte en la que realizan diferentes pruebas teórico-prácticas para evaluar las competencias previstas en cada asignatura.

Al igual que con el sistema de evaluación anterior, para la aplicación de los porcentajes correspondientes el estudiante debe haber obtenido una puntuación mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta la opción de prueba de evaluación de competencias.

Se considerará que el estudiante supera la asignatura en la convocatoria ordinaria por el sistema de la prueba de evaluación de competencias siempre y cuando al aplicar los

porcentajes correspondientes se alcance una calificación mínima de un 5.

Características de los exámenes

Los exámenes constarán de 30 ítems compuestos por un enunciado y cuatro opciones de respuesta, de las cuales solo una será la correcta. Tendrán una duración de 90 minutos y la calificación resultará de otorgar 1 punto a cada respuesta correcta, descontar 0,33 puntos por cada respuesta incorrecta y no puntuar las no contestadas. Después, con el resultado total, se establece una relación de proporcionalidad en una escala de 10.

Sistema de evaluación convocatoria extraordinaria

Todos los estudiantes, independientemente de la opción seleccionada, que no superen las pruebas evaluativas en la convocatoria ordinaria tendrán derecho a una convocatoria extraordinaria.

La convocatoria extraordinaria completa consistirá en la realización de una **prueba de evaluación de competencias** que supondrá el **50 %** de la calificación final y un **examen final presencial** cuya calificación será el **50 %** de la calificación final.

Para la aplicación de los porcentajes correspondientes, el estudiante debe haber obtenido una nota mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta el sistema de evaluación de la convocatoria extraordinaria.

Los estudiantes que hayan suspendido todas las pruebas evaluativas en convocatoria ordinaria (evaluación continua o prueba de evaluación de competencias y examen final) o no se hayan presentado deberán realizar la convocatoria extraordinaria completa, como se recoge en el párrafo anterior.

En caso de que hayan alcanzado una puntuación mínima de un 4 en alguna de las pruebas evaluativas de la convocatoria ordinaria (evaluación continua o prueba de evaluación de competencias y examen final), se considerará su calificación para la convocatoria extraordinaria, debiendo el estudiante presentarse a la prueba que no haya alcanzado dicha puntuación o que no haya realizado.

En el caso de que el alumno obtenga una puntuación que oscile entre el 4 y el 4,9 en las dos partes de que se compone la convocatoria ordinaria (EC o PEC y examen), solo se considerará para la convocatoria extraordinaria la nota obtenida en la evaluación continua o prueba de evaluación de competencias ordinaria (en función del sistema de evaluación elegido), debiendo el alumno realizar el examen extraordinario para poder superar la asignatura.

Al igual que en la convocatoria ordinaria, se entenderá que el alumno ha superado la materia en convocatoria extraordinaria si, aplicando los porcentajes correspondientes, se alcanza una calificación mínima de un 5.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Bibliografía básica

Hallin, D. C., & Mancini, P. (2006). *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Editorial Hacer.

El propósito fundamental de esta publicación es realizar una síntesis teórica bien

	<p>fundamentada y ofrecer un marco de investigación comparada sobre la relación entre los sistemas políticos y los sistemas mediáticos. Se trata de una obra bastante ambiciosa. Sin embargo, contra lo que pudiera parecer, los autores insisten en que el propósito fundamental es realizar una síntesis teórica bien fundamentada y ofrecer un marco de investigación comparada sobre la relación entre los sistemas políticos y los sistemas mediáticos.</p> <p>Bustamante, E. (2002). Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España. Barcelona: Gedisa.</p> <p>Este libro ofrece una radiografía de las transformaciones que se han producido en los grandes sectores de la industria cultural en España a lo largo de la última década. El objeto de análisis de ambos volúmenes son las transformaciones que las nuevas tecnologías y las redes están provocando en las principales industrias de la comunicación y la cultura. Los objetivos, comunes para todos los expertos en cada uno de los capítulos, son dos: hacer un diagnóstico de las industrias culturales nacionales e internacionales (con un énfasis significativo en Occidente), que señala los principales problemas y puntos fuertes que las industrias culturales tienen en la actualidad y hacer una prospectiva con la que dibujar los futuros escenarios de la era digital, que identifique problemáticas transversales de todas las industrias culturales y los nuevos agentes del cambio sociopolítico y cultural.</p>
<p>Bibliografía complementaria</p>	<p>Aguilera, C. / Paz, M. A. / Rios, E. / Mas, M.L / Schultze, I. (1988) Historia de la Comunicación y la Prensa. Universal y de España. Madrid: Atlas.</p> <p>Albert, P. y Tudesq, A-J. (2001) Historia de la Radio y la Televisión. Fondo de Cultura Económica. París.</p> <p>Cebrián, C. (2007) Historia de la Publicidad (1900-1950). Zaragoza: Delsan.</p> <p>Cousins, M. (2005) Historia del Cine. Barcelona: Blume</p> <p>Melgar, L. T. (2003) Historia de la Televisión. Madrid: Acento.</p>
<p>Otros recursos</p>	<p>A través de estos enlaces se puede acceder a información actualizada acerca de cómo evoluciona el sistema de medios de comunicación.</p> <p>http://www.ojd.es/ es una empresa fundada el 20 de octubre de 1964 y encargada del control de la tirada y difusión de diarios y revistas impresos en España.</p> <p>http://www.aimc.es/ es un amplio grupo de empresas cuya actividad gravita en torno a la comunicación, tanto en su vertiente informativa como comercial.</p> <p>https://reporting.aimc.es/ aporta los datos del EGM de tipo general son de distribución abierta y se pueden consultar</p> <p>https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/ se dedica a explorar el futuro del periodismo mundial a través del debate, el compromiso y la investigación.</p> <p>https://www.digitalnewsreport.org/ es una web con información del Reuters Institute for the Study of Journalism at Oxford University</p>