

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Estructura de la Comunicación

PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Periodismo (PGR-PERIODIS)

GRUPO: 2425-M1

CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales

CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatorio

ECTS: 6,0

CURSO: 3º

SEMESTRE: 1º Semestre

IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:

Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL PROFESOR

NOMBRE Y APELLIDOS: PABLO BERDÓN PRIETO

EMAIL: pberdon@uemc.es

TELÉFONO: 983 00 10 00

HORARIO DE TUTORÍAS: Lunes a las 10:00 horas

CV DOCENTE:

Como investigador predoctoral (2019-2023) y profesor asociado (2023-2024) ha impartido materias propias del área de periodismo en la Universidad de Valladolid, tales como Ideas Políticas, Estructuras de los Medios de Comunicación, Teorías de la Información y sus efectos. Desde el año 2023 imparte las asignaturas de Marketing en Internet y Marketing Digital en distintos grados de la UEMC online: Ingeniería de Organización Industrial, Administración y Dirección de Empresas, Publicidad y Relaciones Públicas y Periodismo. Ha dirigido diversos trabajos de fin de grado en el ámbito del periodismo y de la comunicación. Dirige un proyecto de innovación docente sobre alfabetización mediática como arma de lucha contra la desinformación.

CV PROFESIONAL:

Graduado en Publicidad y Relaciones Públicas freelance especializado en comunicación corporativa enfocada al sector enoturístico. Ha sido director creativo en agencias de comunicación y ha estado vinculado directamente durante más de cinco años con el departamento de comunicación del Consejo Regulador de la Denominación de Origen de la Ribera del Duero, además de otras bodegas de la zona. Cuenta con experiencia en diseño gráfico, marketing digital y relaciones con los medios. También ha impartido cursos y talleres a distintos grupos y colectivos diversos como la Asociación de Altas Capacidades de Castilla y León, la asociación Plena Inclusión de Castilla y León o el Centro de Formación del Profesorado e Innovación Educativa.

CV INVESTIGACIÓN:

Autor de más de 20 artículos de investigación en revistas de alto impacto y 3 capítulos de libros académicos. Sus líneas de investigación se centran en la Historia de los Medios de Comunicación desde la perspectiva teórica de la Economía Política de la Comunicación, los TV Studies, la desinformación, la polarización política o los estudios sobre los efectos políticos de los medios de comunicación y sociales. Su tesis doctoral se centra en las relaciones de la política y la televisión en la última etapa del monopolio televisivo en España (1982-1989).

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

A través de la asignatura Estructura de la Comunicación se aborda el estudio de los grandes grupos

mediáticos nacionales e internacionales, con el objetivo de formar al alumnado y ampliar sus conocimientos sobre el origen y la organización de las empresas multimedia. La dinámica lectiva se desarrollará mediante explicaciones teóricas y actividades prácticas que permitan comprender tanto la historia como la evolución que ha propiciado el actual sistema de prensa, radio, televisión y agencias de comunicación, sin olvidar el proceso de digitalización que afecta a todos los sectores y públicos.

Esta asignatura resulta fundamental para cualquier futuro periodista, ya que no solo le permite obtener información sobre el entorno en el que va a trabajar, sino también comprender y reflexionar acerca de las relaciones políticas y económicas que condicionan al sector de la comunicación.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. **Modelos y estructura económica de la comunicación** : En este primer bloque se pondrá en relevancia los distintos modelos existentes a la hora de estructurar la comunicación así como su implementación en la realidad política, histórica y social.
 1. Modelos de prensa y políticas de comunicación. Estructura legal del sistema de medios : (Semanas 1-2) Este primer tema da a conocer al alumno una visión sobre los distintos modelos de prensa y las políticas de comunicación para analizar cómo estos modelos afectan a la estructura de la información.
 2. La estructura económica de los medios de comunicación. Propiedad y pluralidad : (Semanas 3-5) Este segundo tema aporta al alumno el conocimiento de la estructura económica y las tendencias del sistema de medios de comunicación tanto a nivel mundial como español. En este tema reconocerá a los distintos actores empresariales de la comunicación social y comprobarán los efectos de su influjo, así como los procesos de concentración y globalización que vive el sistema de información tanto a nivel internacional como nacional.
2. **Los sectores profesionales a través de sus estructuras** : En el segundo bloque de la asignatura se abordará, sector a sector, las distintas estructuras de la comunicación.
 1. Estructura del sector de la edición escrita : (Semanas 6-7) Este tema aporta al alumno un conocimiento en profundidad sobre la estructura actual del sector de la prensa. Explica los principales condicionantes que operan en su producción y señala el momento crítico que vive el sector, inmerso en un cambio de modelo, tras la irrupción de internet y la aparición de los diarios digitales.
 2. Estructura del sector radiofónico : (Semanas 8-11) Este cuarto tema aporta al alumno el conocimiento de la estructura y las peculiaridades del medio radiofónico, atendiendo a los principales agentes del sector y sus condicionantes económicos y tecnológicos. Introduce al alumno a las previsiones de desarrollo futuro del medio gracias a la potencialidad de difusión que posibilita internet.
 3. Estructura del sector televisivo : (Semanas 12-15) Este último tema aporta al alumno un conocimiento en profundidad sobre la estructura actual del sector de la televisión atendiendo a sus fuentes de financiación, a la evolución tecnológica que ha experimentado, con especial atención al proceso de digitalización. Además, acerca al alumno los nuevos modelos de televisión en convergencia con internet.

OBSERVACIONES CONTENIDO DE LA ASIGNATURA:

Esta asignatura exige del alumnado la adquisición de conocimientos teóricos para su aplicación práctica. Los contenidos diseñados se ajustan a los criterios fijados por el Ministerio de Universidades para el título de Periodismo

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

El docente proporcionará referencias bibliográficas y filmográficas, así como presentaciones en el aula multimedia y espacios de discusión y debate.

El objetivo es que el alumnado sea capaz de conocer la definición y los fundamentos que sustentan la estructura de la comunicación a través de las distintas corrientes; identificar los principales grupos de comunicación a escala global y, especialmente, en el caso español; reflexionar sobre las estrategias que siguen las empresas informativas; interpretar los distintos métodos de medición de audiencias, tanto en formato analógico como en el entorno digital.

COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico
- CG02. Capacidad para trabajar en equipo
- CG03. Capacidad de liderazgo, iniciativa y espíritu emprendedor
- CG04. Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones
- CG06. Capacidad para adaptarse al entorno y a nuevas situaciones
- CG08. Capacidad para ejercer con responsabilidad, autonomía, independencia y compromiso ético en la práctica profesional
- CG10. Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica
- CG11. Capacidad para desarrollar un perfil investigador

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE10. Capacidad para conocer y gestionar la estructura y funcionamiento de organizaciones y empresas de comunicación
- CE15. Capacidad para el análisis crítico de la influencia de los medios de comunicación en la sociedad
- CE25. Capacidad para conocer la estructura de los medios de comunicación
- CE26. Capacidad para conocer y manejar los principales formatos y soportes mediáticos
- CE28. Capacidad para analizar la realidad socio comunicativa del entorno más cercano y del contexto nacional e internacional

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Conocer la estructura de la comunicación a través de las distintas corrientes estudiadas.
- Identificar los distintos grupos de comunicación e integrarlos en los grupos multimedia mundiales correspondientes.
- Diseñar estratégicamente una empresa informativa.
- Conocer e interpretar los distintos métodos de medición de audiencias.
- Conocer el funcionamiento y organización de los medios de comunicación y las agencias de información.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Fernando Martínez Vallvey y Víctor Núñez Fernández (2016): La comunicación y su estructura en la era digital. CEF. ISBN: 9788445433539
- Ramón Reig (2011): Los dueños del periodismo: claves de la estructura mediática mundial y de España. Gedisa. ISBN: 9788497846189
- Virginia Nightingale (1999): El estudio de las audiencias: el impacto de lo real. Paidós. ISBN: 9788449306884
- Noam Chomsky e Ignacio Ramonet (1995): Cómo nos venden la moto. Información, poder y concentración de medios. Icaria. ISBN: 9788474262452
- Ignacio Ramonet (2011): La explosión del periodismo. De los medios de masas a la masa de los medios. Clave Intelectual. ISBN: 9788493904708
- Pascual Serrano (2010): Traficantes de información: la historia oculta de los grupos de comunicación españoles. FOCA. ISBN: 9788496797505
- Fernando Quirós (1989): Introducción a la estructura de la información. Eudema. ISBN: 9788477540267
- Ramón Reig (1994): La mente global. Un estudio sobre estructura y análisis de la información. Prodhufi. ISBN: 9788479542054
- Ramón Reig (2002): La comunicación en su contexto. Una visión crítica desde el periodismo. Centro Andaluz del Libro. ISBN: 9788488067631
- María Arroyo y Marta Roel (2006): Los medios de comunicación en la democracia (1982-2005). Prensa, radio y televisión. Internet y Grupos de comunicación. Fragua. ISBN: 9788470741920
- Pau Aragonés (1998): Empresa y medios de comunicación. Gestión. ISBN: 9788480882408

- Jesús González Pazos (2020): Medios de comunicación ¿Al servicio de quién?. Icaria. ISBN: 9788498888997
- Fernando Quirós (1998): Estructura internacional de la información. Síntesis. ISBN: 9788477386063
- Alfonso Sánchez-Tabernero (2008): Los contenidos de los medios de comunicación. Calidad, rentabilidad y competencia. Ediciones Deusto. ISBN: 9788423426133
- Armand Mattelart (1998): La mundialización de la comunicación. Paidós. ISBN: 9788449304934
- Jesús Martín-Barbero (1987): De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. Gustavo Gil. ISBN: 9788476589502
- Furio Colombo (1987): Últimas noticias sobre el periodismo. Manual de periodismo internacional. Anagrama. ISBN: 9788433905383
- Concha Edo (2002): Del papel a la pantalla: la prensa en internet. Comunicación Social Ediciones. ISBN: 9788493225162
- Manuel López (1995): Cómo se fabrican las noticias. Fuentes, selección y planificación. Paidós. ISBN: 9788449301521
- Juan Luis Manfredi (2000): Manual de producción periodística. MAD. ISBN: 9788466500616
- Ramón Salaverría (2005): Cibermedios: el impacto de internet en los medios de comunicación en España. Comunicación Social Ediciones. ISBN: 9788496082335
- Enrique Bustamante (2006): Radio y Televisión en España. Gedisa. ISBN: 9788497841638
- Mariano Cebrián Herreros (1994): Información radiofónica: mediación técnica, tratamiento y programación. Síntesis. ISBN: 9788499580920
- José Luis Manfredi (2000): Manual de producción periodística. MAD. ISBN: 9788466500616

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

(<https://www.mediosmedios.com.ar/agenda.htm>)(<https://www.mediosmedios.com.ar/agenda.htm>)
 Directorio de medios de comunicación de todo el mundo.

(<https://www.aimc.es/>)(<https://www.aimc.es/>)
 Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación.

(<https://www.vocento.com/>)(<https://www.vocento.com/>)
 Web del grupo Vocento

(<https://www.prisa.com/es>)(<https://www.prisa.com/es>)
 Web del grupo Prisa

(<http://www.grupogodo.com/>)(<http://www.grupogodo.com/>)
 Web del grupo Godó

(<https://www.planeta.es/es>)(<https://www.planeta.es/es>)
 Web del grupo Planeta.

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

Se acometerá la organización racional y práctica de la materia y de los ejercicios a realizar dentro del aula con el propósito de favorecer el aprendizaje del alumnado. Para ello, los contenidos de tipo teórico se presentarán acompañados por ejemplos de fácil comprensión que ilustren la materia abordada.

MÉTODO DIALÉCTICO:

La estimulación de la capacidad crítica y de síntesis se realizará mediante breves espacios destinados a la oratoria basados en el análisis de informaciones de actualidad y relevancia relacionadas con el mercado y la estructura de los medios de comunicación, tanto nacionales como extranjeros. De este modo, en determinados momentos de la asignatura se podrán organizar debates vinculados al objeto de estudio.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

ESTIMACIÓN DE TIEMPO PARA ABORDAR LOS TRES GRANDES BLOQUES TEMÁTICOS:

* Bloque I - (Semanas 1-5) Clases teóricas y prácticas con dos ejercicios que deberán ser entregados referentes a los temas que están dentro de este bloque.

* Bloque II - (Semanas 6-15) Clases teóricas y prácticas con tres ejercicios evaluables que deberán ser entregados referentes a los temas que están dentro de este bloque. Asimismo se realizará una prueba objetiva de contenidos (tipo test).

La planificación temporal de la asignatura podría verse modificada en caso de concurrir causas externas ajenas a la programación docente

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y EVALUACIONES:

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES:

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	¿Se evalúa?	CO	CE
Práctica en el aula 1. NO-DO		X														X	X	X
Práctica en el aula 2. Análisis de un documental					X											X	X	X
Práctica en el aula 3. Análisis de editoriales							X									X	X	X
Práctica en el aula 4. Parrillas										X						X	X	X
Práctica en el aula 5. Anuncios televisivos													X			X	X	X
Prueba objetiva															X	X	X	X

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

- El examen de la convocatoria ordinaria valdrá el 40 % de la nota final. La prueba constará de dos partes: una pregunta de desarrollo (20 %) y dos preguntas cortas (20 %). Será necesario obtener un mínimo de 5 puntos sobre 10 para hacer media con el resto de elementos de evaluación.
- Los ejercicios prácticos evaluables suponen un 40 % de la nota final. Se trata de 5 entregas basadas en la aplicación práctica de los contenidos teóricos de los 5 temas impartidos en el aula a partir de un estímulo propuesto por el docente. Los ejercicios se comenzarán en el aula y se podrán entregar in situ o en el día de la siguiente práctica. Cada ejercicio representa un 8 % de la calificación.
- La última semana de clase se realizará una prueba objetiva (test teórico) con un valor del 20% de la nota final. Esta actividad permitirá conocer el nivel de aprendizaje alcanzado por el alumnado.
- El plagio, en cualquiera de sus variantes, conlleva el suspenso de la asignatura.
- Las faltas de ortografía, tanto en ejercicios como en el examen, serán penalizadas con 0,25 por falta.

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La evaluación extraordinaria presenta tres posibilidades:

1) Ejercicios evaluables aprobados y examen suspenso

- Se guardará la nota de los ejercicios prácticos evaluables y la prueba objetiva (test), con una puntuación máxima de 6 sobre 10, es decir, un 60 % de la nota final.
- El examen valdrá el 40 % de la nota final, con una distribución de 20 % en un pregunta de desarrollo y 20 % en dos preguntas cortas (10% cada una). Será necesario obtener un mínimo de 5 puntos sobre 10 para hacer media con el resto de elementos de evaluación.
- El plagio, en cualquiera de sus variantes, conlleva el suspenso de la asignatura.
- Las faltas de ortografía, tanto en ejercicios como en el examen, serán penalizadas con 0,25 por falta.

2) Ejercicios evaluables suspensos y examen ordinario aprobado

- Se guardará la nota del examen ordinario, con una puntuación máxima de 4 sobre 10, es decir, un 40 % de la nota final.
- La prueba en la convocatoria extraordinaria valdrá el 60 % de la nota final, con una distribución de 40 % de pruebas de ejecución reales o simuladas (caso práctico) y el 20 % restante en una prueba objetiva con preguntas tipo test. Será necesario obtener un mínimo de 5 puntos sobre 10 para hacer media con el resto de elementos de evaluación.
- El plagio, en cualquiera de sus variantes, conlleva el suspenso de la asignatura.
- Las faltas de ortografía, tanto en ejercicios como en el examen, serán penalizadas con 0,25 por falta

3) Ejercicios evaluables y examen ordinario suspensos

- La prueba en la convocatoria extraordinaria valdrá el 100% de la nota final, con una distribución de 20% en pregunta de desarrollo, 20% en dos preguntas cortas (10% cada una), 40 % de pruebas de ejecución reales o simuladas (caso práctico) y el 20 % restante en una prueba objetiva con preguntas tipo test.
- El plagio, en cualquiera de sus variantes, conlleva el suspenso de la asignatura.
- Las faltas de ortografía, tanto en ejercicios como en el examen, serán penalizadas con 0,25 por falta.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	40%
Pruebas de respuesta corta	20%
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	20%
Pruebas objetivas	20%