

## TITULACIÓN: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

### 1. DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

---

Nombre: **ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN**

Curso: PRIMERO

Semestre: SEGUNDO

Tipo (Formación Básica/Obligatoria/Optativa): Formación BÁSICA

Horas de clase semanales: 4

Créditos totales (ECTS): 6

Año del Plan de Estudio: 2010

Profesor: Dra. Victoria García Prieto

Dirección electrónica: victoria.garcia@eusa.es

### 2. DESCRIPTORES

---

A través de los contenidos de la asignatura *Estructura de la Información*, el alumnado se introducirá en la complejidad constitutiva de los fenómenos de la estructura informativa y conocerá las principales reflexiones teórico-prácticas que, desde diferentes ámbitos disciplinares, se han propuesto para su análisis y aplicación. A partir del recorrido por las principales tradiciones y aproximaciones a la *Estructura de la Información*, se pretende ofrecer al alumnado las claves teóricas y los principales instrumentos metodológicos de análisis y valoración de los diferentes procesos comunicativo-informativos, incidiendo en la estructura actual y pasada del panorama mediático a escala nacional y mundial.

La asignatura está concebida para dotar a los alumnos y alumnas de las herramientas conceptuales y analíticas necesarias para comprender los conceptos y teorías con que se ha dotado la *Estructura de la Información*. Todo ello con el objetivo de sentar las bases teóricas, metodológicas y conceptuales que favorezcan una mejor comprensión de su área de futuro desempeño profesional. En este sentido, se forma al estudiantado en las claves de decodificación crítica de los discursos mediáticos desde la perspectiva de los discursos como lugares estratégicos de producción de sentido.

De este modo, la asignatura se concibe tanto como espacio de adquisición de conocimientos como lugar en el que estimular y formar una mente crítica, capaz de ayudar a interpretar mejor la sociedad en la que se está inmerso/a.

### 3. SITUACIÓN

---

#### Conocimientos y destrezas previos:

Mente abierta y flexible, curiosidad, voluntad de empatizar, ponerse en el lugar de la otra persona, capacidad de escuchar a las demás personas, son habilidades/actitudes necesarias. También es fundamental tener cultura general sobre temas sociales y políticos, seguir las tendencias de noticias locales, nacionales e internacionales, tener buenas habilidades de expresión oral y escrita, así como capacidad de análisis e interpretación. Es crucial respetarse, así como fomentar un espacio seguro para expresar pensamientos libremente sin juzgar a nadie. Finalmente, el estudiantado debe tener la voluntad de involucrarse en la dinámica de clase y compartir pensamientos para fomentar un ambiente de participación.

No son necesarios conocimientos concretos previos, pero sí interés por los estudios en Comunicación.

#### Recomendaciones y consejos de interés:

De forma general, es altamente recomendable consultar medios de comunicación frecuentemente para conocer la actualidad diaria y relacionar los conceptos de la asignatura con los hechos actuales.

Para un conocimiento profundo de la materia, es aconsejable consultar el manual de la asignatura: Reig, R. & Labio, A. (2017). *El laberinto mundial de la información*. Anthropos.

De forma concreta, para aprovechar al máximo las sesiones de esta asignatura, se recomienda:

- Tener una participación activa, en la que el alumnado sea el verdadero protagonista de su aprendizaje y la profesora sirva de guía, acompañante y facilitadora del aprendizaje.

- Utilizar dispositivos tecnológicos (ordenador, tablet o teléfono móvil), ya que permitirán acceder y participar en las actividades desarrolladas mediante recursos interactivos.
- Contar con un buen conocimiento de la gramática española y destreza en la producción de textos orales y escritos con cohesión, coherencia y riqueza expresiva.
- Trabajar la capacidad de análisis, síntesis y reflexión crítica.

#### Adaptaciones para estudiantes con necesidades especiales:

Estudiantes extranjeros/as. El profesorado tendrá en consideración las características específicas del alumnado extranjero a la hora de programar los contenidos y las actividades académicas. Las medidas de atención a este tipo de alumnado se realizarán, siempre que sea posible, dentro de su propio grupo. Cuando dichas medidas requieran de un espacio o tiempo diferentes al del resto de compañeros, se llevarán a cabo con especial cuidado para que no supongan discriminación o exclusión para el alumnado. En el desarrollo de las actividades, estos alumnos se integrarán en los grupos de trabajo para aprovechar la sinergia del trabajo en equipo y la ayuda que el resto de alumnos puedan ofrecerles.

Estudiantes con necesidades especiales. Para el alumnado con discapacidad visual o auditiva, se propondrán las medidas de adaptación necesarias para facilitar tanto el acceso al material como la realización de las pruebas de evaluación de la asignatura. Se tendrán en cuenta las opciones que ofrecen las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y las medidas que el Centro tenga previstas y a su alcance. Igualmente, también se tendrán en cuenta las adaptaciones necesarias para el alumnado con otro tipo de discapacidad.

Alumnado con altas capacidades intelectuales. Para el alumnado con alta capacidad intelectual se propondrán ejercicios individuales de investigación y actividades prácticas avanzadas. Todo ello estará supervisado por el profesorado y consensuado con la jefatura de estudios de EUSA.

## **4. OBJETIVOS Y COMPETENCIAS**

### Objetivos:

- Estimular y formar una mente crítica, capaz de ayudar a interpretar mejor la sociedad en la que se está inmerso. Ello significa dar por sentado que el conocimiento refuerza la democracia, al reforzar al ciudadano.
- Ofrecer al alumno conocimientos sobre la Estructura de la Información: grupos de comunicación, perspectiva histórica, vinculaciones de los ámbitos informativos y publicitarios.
- Contextualizar lo local y lo nacional con lo mundial.
- Impulsar el trabajo individual o en equipo de los alumnos, bajo la orientación del profesor.
- Utilizar las ventajas de las nuevas tecnologías como herramientas de trabajo y conocimiento, nunca como fines en sí mismas.

### Competencias:

E02. Poseer conocimientos acerca de las teorías y métodos de la comunicación

E03. Conocimiento de la estructura de la publicidad y las relaciones públicas.

E05. Conocimiento de las funciones e integrantes del sistema de la publicidad y las relaciones públicas en el marco general de la teoría de la comunicación.

E12. Capacidad crítica, analítica y reflexiva en relación al hecho audiovisual, así como de las interrelaciones entre los sujetos y géneros audiovisuales que configuran el panorama actual de los medios audiovisuales.

E20. Capacidad para percibir críticamente el nuevo panorama de la comunicación que nos rodea, considerando los mensajes icónicos como fruto de una sociedad producto de las condiciones sociopolíticas, económicas y culturales.

E24. Conocimiento de los diferentes soportes de la información (prensa, radio, televisión e Internet) y de sus distintos lenguajes.

E44. Conocimiento del ordenamiento jurídico de la información y de la comunicación.

E45. Conocimiento de la ética y de la deontología, que afectan tanto a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y a la conducta ética que debe presidir el quehacer del informador y del comunicador con arreglo al compromiso cívico derivado de la comunicación social como bien público.

E46. Capacidad para el manejo de fuentes jurídicas (legales, jurisprudenciales y doctrinales).

E47. Capacidad para entender los mensajes de texto e icónicos de los medios de comunicación, así como de la información periodística y de los procesos de construcción de la agenda.

B1. 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.

B2. Que los estudiantes sepan aplicar los conocimientos al trabajo o vocación propia de una forma profesional y poseer 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.

B4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

B5. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades básicas de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

G07. Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respeto por los derechos humanos.

G09. Fomentar y garantizar el respeto a los Derechos Humanos y a los principios de accesibilidad universal, igualdad, no discriminación y los valores democráticos y de la cultura de la paz.

## 5. CONTENIDOS O BLOQUES TEMÁTICOS

---

### Módulos:

1. Teoría, metodología y conceptualización
2. Estructura Mundial de la Información
3. Estructura de la Información en España
4. Políticas de comunicación y mensajes

### Contenidos básicos de los módulos:

- Basamento teórico y metodológico con aplicación práctica
- Perspectiva histórica y contexto mundial
- Aplicación práctica a la Tríada
- Un apunte sobre los países emergentes y América Latina
- Aplicación práctica a España y Andalucía
- Un apunte sobre las grandes agencias publicitarias
- Estructuras mediáticas, políticas de comunicación y mensajes. Una aproximación

## 6. TEMARIO DESARROLLADO

---

Los bloques temáticos mencionados en el apartado anterior se desarrollan en la asignatura a través del siguiente temario temporalizado:

1. Preliminar. Cuestiones técnicas y prácticas: la asignatura y la vida (6 horas lectivas)
2. Basamento teórico y metodológico (8 horas lectivas)
3. Perspectiva histórica y contexto mundial (8 horas lectivas)
4. Aplicación práctica de la Estructura de la Información a la Tríada EEUU-Europa-Japón (20 horas lectivas)
5. Aplicación práctica de la Estructura de la Información a América Latina, África y países emergentes (4 horas lectivas)
6. Aplicación práctica de la Estructura de la Información a España-Andalucía (12 horas lectivas)

Las horas establecidas para cada tema incluyen la realización de actividades prácticas e inmersivas que permitirán al alumnado conocer la Estructura de la Información de forma activa y profunda. Asimismo, también se contempla en este tiempo la tutorización y presentación de trabajos en clase, así como la realización de sesiones de resolución de dudas, debates y dinámicas participativas que permitirán al alumnado demostrar su aprendizaje.

Cada uno de los bloques y temas expuestos desarrollan los contenidos conceptuales propios de sus enunciados. Además, de forma transversal, en todos ellos se trabajan las siguientes habilidades y actitudes:

- Participación activa
- Iniciativa y creatividad
- Trabajo en equipo
- Capacidad de síntesis
- Fomento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
- Competencias transversales recogidas en el Manual de Competencias de Emprésate 360°

## 7. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES

---

1. Sesiones presenciales teóricas, prácticas o teórico-prácticas
2. Sesiones presenciales de debate u otras actividades participativas
3. Visualización y comentario de recursos audiovisuales
4. Realización de trabajos y/o prácticas individuales o en grupo
5. Intervención presencial o virtual de invitados expertos en las materias tratadas en la asignatura
6. Salidas y visitas que permitan un acercamiento inmersivo a los contenidos de la materia
7. Actividades prácticas basadas en la gamificación

## 8. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

---

Se aplicará el Sistema de Evaluación Estándar propuesto por el Centro teniendo en cuenta la siguiente ponderación:

Modalidad A: Asistencia al 75% de las clases:

1. Trabajo práctico (50% de la calificación final)
  - a. De realización individual o grupal, bajo aprobación y supervisión del profesorado.
  - b. Formato de entrega: el trabajo se entregará en formato publicitario como forma de adecuación de la asignatura al Grado en Publicidad y Relaciones Públicas.
  - c. El trabajo se expondrá obligatoriamente en clase.
2. Actividades y pruebas de clase (50% de la calificación final)
  - a. Es imprescindible aprobar todas las actividades y pruebas durante la evaluación continua.
  - b. Si se suspende alguna actividad o prueba, podrá recuperarse en primera convocatoria oficial.
  - c. La profesora podrá requerir actividades complementarias para superar la asignatura en caso de suspender actividades o pruebas de clase.

Modalidad B: Asistencia inferior al 75%:

1. Examen final en convocatoria oficial (100% de la calificación final)

Consideraciones a tener en cuenta:

- Se considerarán un error muy grave las faltas de ortografía pudiendo llegarse a suspender el cuestionario, actividad o prueba.
- En cualquier modalidad y convocatoria será imprescindible aprobar todas las actividades, trabajos y exámenes para aprobar la asignatura.

En segunda y tercera convocatoria, todo el alumnado se examinará de acuerdo a la modalidad B.

## 9. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN

---

### Manual de la asignatura

- Reig, R. & Labio, A. (2017). *El laberinto mundial de la información. Estructura mediática y poder*. Anthropos.

Estos ejemplares son los manuales de referencia de la materia y en cualquiera de las convocatorias de examen la totalidad de su contenido es materia obligatoria evaluable.

### Bibliografía específica

- Almirón, N. (2002). *Los amos de la globalización*. Plaza & Janés.
- Almirón, N. (2005). "Weblogs políticos: ¿periodismo de opinión alternativo o nueva herramienta de persuasión colectiva?". En *Hacia una comunicación alternativa*. Anthropos.
- Birkinbine, B., Gómez, R., & Wasko, J. (2017). *Global media giants*. Routledge.
- Cebrián Herreros, M. (2004). *La información en televisión. Obsesión mercantil y política*. Gedisa.
- Curran, J. (2005). *Medios de comunicación y poder*. Barcelona.
- Herrero, J.C. (ed.) & Pérez-Ugena, A. (coord.) (2010). *Materiales para la innovación en estructura de la comunicación*. Editorial Universitas.
- Labio, A. (2003). "Control informativo y medios de comunicación en Estados Unidos. Un caso de censura en la CBS". En *Luces en el laberinto audiovisual*, Universidad de Huelva.
- Labio, A. (2005). "Comunicación alternativa en Estados Unidos: Project Censored, el descubrimiento de las "no noticias". En *Hacia una comunicación alternativa*. Anthropos.
- Labio, A. (2006). *Comunicación, Periodismo y Control Informativo en el mundo*. Anthropos.
- Quirós, F. (1998). *Estructura Internacional de la Información*. Síntesis.
- Reig, R. (1998). *Medios de comunicación y poder en España*. Paidós.
- Reig, R. (2002). *La Comunicación en su contexto*. Centro Andaluz del Libro.
- Reig, R. (2004). *Dioses y diablos mediáticos*. Urano.
- Reig, R. (2010). *La telaraña mediática. Cómo conocerla, cómo comprenderla*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Reig, R. (dir.) (2010). *La dinámica periodística*. Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación/Asociación Universitaria Comunicación y Cultura/Universidad de Sevilla.
- Reig, R. (2011). *Los dueños del periodismo. Claves de la estructura mediática mundial y de España*. Gedisa.
- Reig, R. & Labio, A. (2011). "Propuestas de comunicación alternativa en Internet: Los casos de Hispanidad, Minuto Digital y Rebelión". *Razón y Palabra*, 49.

### Bibliografía general

- Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Anagrama.
- Cebrián Herreros, M. (2004). *Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*. Paidós.
- De Pablos, J.M. (2001). *El periodismo herido*. Foca.
- Elías, C. (2004). *Telebasura y periodismo*. Eds. Libertarias.
- Fernández Beaumont, J. (2005). "Un nuevo y ¿más amplio? escenario de la televisión digital". En *Dos miradas a los medios: la televisión*.
- Labio, A. (2003). "Medios de comunicación y propaganda. El caso de Elían González", *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 9.

- Mas, X. (2005). *Mentiras. Viaje de un periodista a la desinformación*. Destino.
- Muñoz, B. (2005). *Modelos culturales. Teoría sociopolítica de la cultura*. Anthropos.
- Muro Benayas, I. (2006). *Globalización de la información y agencias de noticias*. Paidós.
- Palomo Torres, M.B. (2004). *El periodista on line: de la revolución a la evolución*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Pérez Tornero, J.M. (1992). *La seducción de la opulencia*. Paidós.
- Pross, H. & Romano, V. (1999). *Atrapados en la red mediática. Orientación en la diversidad*. Hiru.
- Sánchez-Aranda, J.J. (2005). *Breve historia de la comunicación en el mundo contemporáneo*. Edición de Autor.