

TITULACIÓN: GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Nombre: **ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN**

Curso: PRIMERO Semestre: 2º

Tipo: Formación Básica Obligatoria Optativa

Créditos totales (LRU / ECTS): 6 Año del Plan de Estudio: 2010

DESCRIPTORES

A través del desarrollo 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, haciendo especial hincapié en los discursos actuales de los medios de comunicación.

En su desarrollo teórico, la asignatura pretende 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**.

Para alcanzar este fin, es necesario crear una programación didáctica que defina todos y cada uno de nuestros propósitos. Entendemos por programación didáctica un conjunto de acciones que planifican, organizan y realizan unas determinadas estrategias en orden a lograr unas finalidades instructivas y científicas. La programación didáctica supone una concepción amplia de todo el proceso educativo que trasciende a los propios planes de estudios, en su sentido estricto. Requiere un esfuerzo de planificación y, por lo tanto, implica que se marque una serie de objetivos y contenidos de aprendizaje y se defina el modo en que organicemos el proceso de enseñanza-aprendizaje para conseguirlos. No es un simple manual de instrucciones, sino una propuesta de metas y objetivos, donde se establecen los procedimientos ideales para alcanzarlos y la docencia aparece estrechamente vinculada a la investigación.

Toda planificación implica para el profesorado una reflexión acerca de los interrogantes tales como qué, para qué, cómo enseñar y cómo comprobar los resultados. Por tanto, la programación didáctica supone una reflexión sobre los fines y objetivos a los que debe responder la docencia de una materia concreta (*Estructura de la Información* en nuestro caso), los contenidos que deben ser manejados, los procedimientos para evaluar tanto el proceso didáctico puesto en práctica como los resultados de aprendizaje en los alumnos. La programación didáctica debe representar un esquema sobre el modelo metodológico y debe estar fundamentado en las doctrinas sobre planificación y programación educativa.

En este caso, nuestro deseo ha sido elaborar un amplio programa que ofrezca una idea detenida y clara del contexto universitario, historia, significado, contenidos y metodología docente de la materia de la *Estructura de la Información*. En sintonía con las coordenadas analizadas, nuestro programa didáctico cumple una triple función dentro del plan de estudios:

- En primer lugar, **situar la Estructura de la Información en su "ecosistema" académico**, como materia universitaria en los Planes de Estudio de Grado de Publicidad y Relaciones Públicas, siendo disciplina obligatoria.
- En segundo término, **aportar criterios metodológicos**, válidos para la enseñanza universitaria de la *Estructura de la Información*, materia compleja por su carácter experimental.

- Finalmente, **conseguir una guía de la materia**, donde además de especificarse los contenidos de cada una de las lecciones y unidades didácticas que componen la propuesta del programa, figuren las grandes líneas de la disciplina. Se trata de un marco metodológico para la docencia de la asignatura *Estructura de la Información* que, lógicamente, contiene las referencias más importantes en nuestro campo de estudio.

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, en el apartado práctico de la asignatura se forma a los estudiantes en una doble vertiente. Por un lado, se dota a los estudiantes de las claves de decodificación crítica de los discursos mediáticos desde la perspectiva de los discursos como lugares estratégicos de producción de sentido, lo que es especialmente relevante para futuros comunicadores. Por otro lado, se introduce al alumnado en la **generación, desde su segundo año de estudios, de sus propios contenidos trabajando, en equipo y en red (simulando las condiciones reales del trabajo profesional en la actualidad), en la explicación de contenidos de la propia asignatura de manera que a partir de la inducción del conocimiento se favorezca su capacidad de análisis y asimilación así como de comunicación y síntesis.**

La función de la asignatura dentro del plan de estudios viene a ocupar un espacio de gran relevancia pues supone el primer contacto de los estudiantes con las bases epistemológicas y teóricas de lo que luego será su profesión, concurriendo una **oportunidad inmejorable para la comprensión de los fenómenos comunicativo-informativos** así como para introducir en los futuros profesionales una mirada crítica de los medios y los discursos que favorezca la **generación de contenidos expertos y de calidad.**

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

Competencias transversales genéricas:

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.

Competencias específicas:

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.

12. 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) relacionadas con la comunicación

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.

METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES

Actividades formativas presenciales:

1. Sesiones presenciales teóricas, prácticas o teórico-prácticas. Peso de la actividad 50-100%.
2. Sesiones presenciales de debate u otras actividades participativas. Peso de la actividad 0-50%.
3. Intervención de invitados expertos en las materias tratadas en la asignatura. Peso de la actividad 0-10%.

Actividades formativas no presenciales:

4. Realización de trabajos y/o prácticas individuales o en grupo. Peso de la actividad 0-100%.
5. Otras actividades no presenciales. Peso de la actividad 0-50%.

TEMARIO

Tema 1. Preliminar. Cuestiones técnicas y prácticas: la asignatura y la vida. Introducción.

Tema 2. Basamento teórico y metodológico con aplicación práctica.

Tema 3. Perspectiva histórica y contexto mundial. El Poder.

Tema 4. El disidente que atenta contra la estructura, efectos que se derivan: teoría de la transgresión. Los heréticos.

Tema 5. Aplicación práctica a la Tríada EEUU-Europa-Japón.

Tema 6. Un apunte sobre Arabia, Israel y países emergentes.

Tema 7. Un apunte sobre África.

Tema 8. Aplicación práctica a América Latina.

Tema 9. Aplicación práctica a España y Andalucía.

Tema 10. Políticas de comunicación. De la "espiral del disimulo" a las "puertas conectadas".

Tema 11. Estructuras mediáticas, políticas de comunicación y mensajes. Una aproximación.

Tema 12. Grandes agencias de publicidad en el contexto global. Concentración etnocentrismo occidental y ramificaciones nacionales.

TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

Las calificaciones finales de valoración de adquisición de las competencias mínimas para superar este módulo serán de forma general o parcial:

1. Examen consistente en una prueba teórica y otra práctica. En conjunto supondrá un 0-100% de la calificación total. La posibilidad de su sustitución por una prueba oral solo se hará cuando sea imposible realizarla de forma escrita, manteniendo el mismo valor que ésta.
2. Trabajos teóricos y/o prácticos de autoría individual o colectiva, de carácter obligatorio o voluntario a criterio del docente. Podrán obtener entre 0 y 100% de la nota total
3. La asistencia y/o participación en clase y/o tutorías será considerada según el criterio del docente (0-20%)
4. Participación en actividades vía telemática: blogs, foros, plataformas virtuales, webs, social media, etc (0-20%).
5. El docente podrá emplear otros sistemas de evaluación en función de su criterio. En tal caso deberán constar en el proyecto docente, especificados y con su valor en la calificación final.