

ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓ DE MASSES I

Fitxa de l'assignatura

Identificació

1. Nom de l'assignatura **Estructura de la comunicació de masses I**
2. Àrea: **Periodisme** Titulació: **Publicitat i Relacions públiques**
3. Tipus *Troncal* *Obligatòria* *Optativa X*
4. Crèdits (ECTS) **4**
5. Codi **20655**

Descripció

Finalitats / propòsits de la formació: L'objectiu principal és iniciar l'alumne en els fonaments de l'estructura de la comunicació de masses, amb l'estudi dels aspectes polític-econòmics, d'organització i culturals d'aquest tipus de comunicació.

S'estudien preferentment els models d'organització de Catalunya, Espanya, la Unió Europea i els Estats Units.

1. Mòduls, blocs, temes o apartats:

Tema 1

INTRODUCCIÓ A LA COMUNICACIÓ DE MASSES: LES SEVES DIMENSIONS.

La comunicació humana. Tipus de comunicació. La comunicació de masses com a comunicació social. Els mitjans de comunicació de masses. Cap a una comunicació individualitzada? Personalitzada?

Tema 2

TEORIES SOCIOPOLÍTIQUES DE LA COMUNICACIÓ DE MASSES. Quin és el rol i les funcions que s'assignen a la comunicació de masses en els diferents sistemes polítics? I quin és el rol de la publicitat? Teories liberal, de la responsabilitat social i democràtico-participativa. Teoria autoritària. Teoria del desenvolupament. Teoria comunista.

Tema 3

ESTRUCTURA I MODELS DELS MITJANS IMPRESOS. La indústria editorial i el llibre. La premsa. Tipologia. Organització del sector. Tendències contemporànies de transformació de la premsa. Premsa i publicitat.

Tema 4

ESTRUCTURA I MODELS DELS MITJANS AUDIOVISUALS. Dels models d'organització de la ràdio als models de radiotelevisió. La ràdio: programació i audiència. El paper de la publicitat. La televisió: transformacions tecnològiques i

organització del mitjà. Programació i audiència. El paper de la publicitat. Tendències de canvi.

Tema 5

TECNOLOGIA, SOCIETAT I SISTEMES DE COMUNICACIÓ

Les transformacions contemporànies: digitalització i societat.

2. Bibliografia comentada:

o Tema 1

Lectura recomanada

Paulos, John Allen (1996): *Un matemàtic lee el periódico*. Barcelona: Tusquets (Metatemas, 44)

Cap. “Teléfonos móviles relacionados con el cáncer cerebral. Multiplicación, salud y empresa” (pàg. 111-115), Cap. “El reto de los 32.000 millones de dólares de Pepsi. Publicidad y artimañas numéricas” (pàg. 119-123), Cap. “Ciudadanos de a pie confirman noticia. Repetición en cadena” (pàg. 128-129)

De referència (funcions de manual):

Gifreu, Josep (1996): *Estructura general de la comunicació pública*. Barcelona: Paidós. (Mèdia, 3) [2a. ed.] (Primera part del llibre)

Dominick, Joseph R. (2001): *Dinámica de la comunicación masiva*. México D.F.: McGraw-Hill. [6a. ed.] (Cap. 1)

Lectures complementàries:

Randall, D. (1999): *El periodista universal*. Madrid: Siglo XXI.

Regouby, Ch. (1989): *La comunicación global*. Barcelona: Gestión 2000.

o Tema 2

Lectura obligatòria:

McQuail, Denis (2000): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós [3a ed. revisada i ampliada] Cap. 5 [English version available: McQuail, Denis (2000): *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage. [4th edition]

De referència (funcions de manual):

Dominick, Joseph R. (2001): *Dinámica de la comunicación masiva*. México D.F.: McGraw-Hill. [6a. ed.] Cap. 3

Complementària:

Siebert, F.; Peterson, Th. (1967): *Tres teorías sobre la prensa en el mundo capitalista*. Buenos Aires: La Flor.

Siebert, F.; Peterson, Th.; Schramm, W. (1972): *Four theories of the press*. Urbana: University of Illinois Press.

o Tema 3

Lectura obligatòria:

Cerezo, José María; Zafra, Juan M. (2003): *El impacto de Internet en la prensa* Madrid Fundación Auna Cuadernos Sociedad de la Información, núm. 3
[<http://www.fundacionauna.com/documentos/analisis/cuadernos/impacto.pdf>]

○ **Tema 4**

Lectures obligatòries:

Bustamante, Enrique (2003): “Televisión digital: globalización de procesos muy nacionales”, a Bustamante, E. (coord.): *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*, Barcelona, Gedisa, p. 167-206.

Martínez-Costa, M. del Pilar (2004): “La ràdio digital a Europa: Perspectives i evolució”, a *Quaderns del CAC*, núm. 18, Barcelona, Consell de l’Audiovisual de Catalunya, gener-abril, p. 3-12.

Peñafiel, Carmen (2004): “La cara i la creu de la ràdio digital a Espanya” a *Quaderns del CAC*, núm. 18, Barcelona, Consell de l’Audiovisual de Catalunya, gener-abril, p. 13-22.

○ **Tema 5**

Lectura obligatòria d’UN dels llibres següents:

Castells, Manuel (2002): *La galaxia Internet*. Barcelona: Plaza & Janés.

Mattelart, Armand (2002): *Historia de la sociedad de la información*. Barcelona: Paidós.

Wolton, Dominique (2000): *Internet, i després ?* Barcelona: Pòrtic.

3. Referències per estructurar el treball de l’alumne

- Es valorarà la capacitat de l’alumne per aplicar els coneixements que vagi adquirint i assimilant; en aquest sentit, es potenciarà el coneixement actiu. A títol d’exemples, l’alumne ha de ser capaç de definir què és un mitjà de comunicació de masses i també d’argumentar si Internet es pot considerar un mitjà de comunicació de masses i perquè; ha de poder definir conceptes aplicats a l’estudi de les audiències com ara *rating* o *share* o comentar uns resultats d’audiència de ràdio o de televisió d’un període determinat.

4. Competències a desenvolupar

Competència	Indicador específic de la competència
Científiques	<ul style="list-style-type: none">▪ Aplicar el mètode científic al descriure, analitzar, diagnosticar, imaginar, organitzar, demostrar i validar les diverses situacions específiques del camp de coneixement corresponent a la publicitat i les relacions públiques.▪ Aplicar la metodologia científica d’investigació en aspectes relacionats amb la publicitat i les relacions públiques respecte aspectes socials, dels grups i psicocietats (família, comunitats, etc).▪ Analitzar i sintetitzar la informació.▪ Validar i verificar les idees, formes i conceptes.▪ Mostrar un pensament estratègic

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Utilitzar tota mena de recursos tant formals (verbals, icònics, digitals, etc.) com conceptuals. ▪ Ressenyar les fonts bibliogràfiques de manera adequada.
Comunicació	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Capacitat d'argumentar per escrit en castellà o en català. ▪ Capacitat (almenys) de llegir textos en anglès ▪ Expressar-se oralment en públic de manera adequada. ▪ Portar a terme presentacions en públic. ▪ Utilitzar Internet de forma fluïda com a eina de treball. ▪ Comunicar conceptes i dades complexes de manera senzilla a través d'esquemes, gràfics, etc.
Tecnològiques	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aplicar els principis i els paradigmes que expliquen el funcionament lògic d'un sistema. ▪ Utilitzar el programari informàtic relacionat amb la gestió de la informació (gràfics, recollida i gestió de dades, presentacions, etc.). ▪ Posar a la pràctica els coneixements teòrics.
Sistèmiques	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Buscar les claus interpretatives de qualsevol fenomen social, econòmic, productiu, etc. ▪ Comprendre que qualsevol fenomen humà és generat en el temps, per agents, per relacions socials, per necessitats, interessos, per accions racionals, etc. i que és susceptible de tenir una natura reactiva cap als paràmetres presents en el propi context en què es localitza. ▪ Comprendre les implicacions econòmiques en els fenòmens i les relacions entre els diferents parts dels sistemes. ▪ Comprendre les interaccions entre el medi humà i les distintes dimensions: econòmica, social, política, etc. i el medi natural. ▪ Comprendre el funcionament i la gestió l'empresa en la seva finalitat productora de bens i serveis.
Desenvolupament de l'autoaprenentatge	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gestionar el temps disponible mitjançant la planificació funcional i realista de la pròpia activitat segons els objectius assolibles i que representin un cert grau de repte personal. ▪ Desenvolupar les habilitats de treball, d'estudi, d'investigació, tant personal com en equip. ▪ Tenir maduració d'actituds com la flexibilitat, la imaginació, l'obertura a noves informacions, situacions i metodologies. ▪ Ser capaç de resoldre problemes sota la pressió del temps. ▪ Tenir la capacitat i l'autoexigència de fer la feina ben feta.

Avaluació

Bloc/Apartat/tema	Pes	Descripció
Tema 1	20%	9: Elaboració d'un comentari individual (La meua visió dels mitjans de comunicació de masses) i un petit treball de grup argumentant si Internet és un mitjà de comunicació de masses. 10: Examen final
Tema 2	20%	9: En grup: Selecció de tres informacions d'actualitat susceptibles de ser comentades des del punt de vista de les teories sociopolítiques de la comunicació. Comentari comparatiu. Almenys en un dels casos s'ha de tractar la

		publicitat. 10: Examen final
Tema 3	20%	9: En grup: Tendències actuals de transformació de la premsa. 10: Examen final
Tema 4	20%	9: En grup: Comentari de l'audiència de ràdio a Espanya o a Catalunya l'any en curs, a partir de la publicació dels resultats EGM. Recollida de fonts diverses i comentari. 9: Individual: La digitalització de la ràdio i la televisió a Catalunya / Espanya / 10: Examen final
Tema 5	20%	9: En grup: Elaborar un comentari d'un dels tres llibres de lectura obligatòria des del punt de vista de l'assignatura (comunicació de masses, teories sociopolítiques, publicitat, digitalització...) 10: Examen final

Fitxa d'activitat docent

1. Informació respecte l'assignatura

- Títol: **Estructura de la comunicació de masses I** _____
- Tema, mòdul o unitat *Tema 3*
- Nom de l'activitat *Tendències actuals de transformació de la premsa.* _____

2. Descripció de l'activitat

1. Explicació i objectius de l'activitat: A partir dels continguts explicats a classe, de la lectura obligatòria i altres informacions buscades pels estudiants, es tracta d'elaborar un treball de grup (3-4) identificant les tendències actuals de transformació de la premsa, explicant en què consisteixen i il·lustrant-ho amb exemples.

Pauta:

- Aspectes formals, tant en relació amb el format com amb el disseny i la compaginació
- Continguts: Tipus de publicacions i/o de continguts dominants o emergents. Exemples concrets de localització i d'especialització. El paper de la publicitat, també en relació amb els continguts. Què és la segona generació de premsa gratuïta?
- Digitalització. Quines són les modalitats de premsa a Internet? Què aporta en comparació a la premsa impresa? Com es finança?
Amb quins altres mitjans competeix la premsa a Internet? Què són els *weblogs* o blogs?
- Empresa. Com creieu que afecta a la premsa la concentració d'empreses en grans grups multimèdia? Exemples.
- Per què interessa saber qui és l'audiència de la premsa? Hi ha diferències, pel que fa a l'interès, entre la premsa impresa i la premsa digital? Es pot conèixer l'audiència de la premsa a Internet?
- Altres

Extensió màxima: 5 DIN A 4

L'activitat pretén, d'una banda, que els estudiants accedeixin directament a publicacions de tipus diversos i les coneguin per ells mateixos; de l'altra, que siguin capaços d'analitzar-les i d'identificar-ne les línies principals de transformació.

- Metodologia: *Individual* *grupal* *X*

2. Tipus de recursos necessaris

- Documentació: Lectura obligatòria, materials complementaris d'actualitat, exemplars de publicacions. _____
- Multimèdia (Informàtica, audiovisuals): Accés en línia a publicacions, consulta de bases de dades _____
- Sortides de camp _____

○ Altres _____

3. Període i dates de presentació: _____
4. Avaluació: 1r) Correcció per part de la professora responsable de l'assignatura i 2n) Posada en comú a classe dels diversos treballs: En quins aspectes coincideixen? En quins difereixen? Èmfasi en els conceptes clau. Pes:¹ 15-20% _____

3. Distribució de Competències a desenvolupar (de les escollides per desenvolupar a l'assignatura)²

- Científiques
- Comunicació
- Sistèmiques

4. Objectius en relació a la competència. (en funció dels objectius de l'activitat i les competències seleccionades)

<u>Objectius en relació a les competències.</u> <i>Definir la prioritització dels objectius en funció de les competències seleccionades .</i>
<ul style="list-style-type: none">▪ A: Capacitat de recollir, analitzar i sintetitzar la informació rellevant.▪ B: Capacitat d'argumentar per escrit▪ C: Capacitat d'expressió oral

5. Indicadors d'observació de les competències. (què observar en l'avaluació de cada competència).

competència	Indicadors o descriptors de la competència
A	Fonts utilitzades i tipus: Quantitat i tipus d'informació recollida Grau d'exhaustivitat en la resposta: s'analitzen totes les tendències? Dóna una visió global de les tendències?
B	Capacitat d'argumentació: Expressió clara de les idees? Argumentació sòlida? Indicació de referències? Capacitat per exemplificar
C	Posada en comú: aspectes formals i de continguts

6. Desglossament de les hores requerides per l'activitat³

Hores de preparació (professor)	t. estimat	t. validat
▪ Buscar o idear la pràctica		
▪ Adaptar-la als objectius, seqüenciació i adaptació a l'assignatura		
▪ Elaboració de material (dossiers, bibliografia i referències, etc.)		

¹ Pes de l'activitat en el total de l'avaluació de l'assignatura

² Es recomana no més de 3 competències per tal de poder-les treballar i avaluar correctament.

³ **Crèdits ECTS:** (hores d'aula + hores autònomes / 25 = X ECTS)

pels alumnes i elaboració per el propi docent.		
▪ Avaluació		
▪ Coordinació entre professors		
Hores d'aula		
▪ Exposició i planificació de l'exercici als alumnes		
▪ Classes dirigides		
▪ Tutories idividual/grupal		
▪ Exposició final		
▪ Debat / Seminari		
Hores de treball dels alumnes		
▪ Recerca d'informació		
▪ Planificació del treball i del grup (si és el cas).		
▪ Estructuració i execució de l'activitat.		
▪ Preparar l'avaluació		
▪ Autoavaluació		
▪ Elaborar el porfolio o carpeta de l'alumne.		
Activitats d'Avaluació		
▪ Tipus d'avaluació (Exposició oral, Treball escrit, Defensa intergrupal)		

7. Avaluació vers els objectius establerts: compliment dels objectius marcats amb aquesta activitat.

Molt

Força

Poc

Gens

Observacions generals respecte el funcionament de l'activitat:

--