

Programa de curs de l'assignatura: Estructura de la Comunicació de Masses I.

Professora: Violant Clop.(Contacte mitjançant el campus virtual).Despatx 19 / Tel. 93 581 44 73
Hores de visita (concertades per e-mail): dimarts de 18 a 19 hores. Fora d'hores concertar també per correu electrònic.

Programa de l'assignatura:

- 1.Què és la comunicació.La comunicació no verbal.Pendre consciència sobre el paper del comunicador i dels mitjans.
- 2.El procés de la comunicació. Classificació del fenomen comunicatiu.Perspectives de la comunicació masiva. (Capítol I i II del manual de classe).
- 3.De l'intercanvi simbòlic a la industrialització de la comunicació.Precedents de la premsa de masses. (Capítol III).
- 4.Orígens i evolució de l'estudi científic de la comunicació.Teories sociopolítiques de la comunicació de masses.
- 5.Estructura i models dels mitjans impressos.
 - Els diaris.El salt a la premsa de masses.Característiques i organització de la indústria periodística. (Cap. IV).
 - Les revistes i els llibres.Classificació.Característiques i organització de la indústria productora.(Cap. V i VI)
- 6.Estructura i models dels mitjans audiovisuals.
 - La radio. Característiques i organització de la indústria radiofònica. (Cap. VII)
 - La televisió. Característiques i organització de la indústria televisiva. (Cap. X)
 - El cinema. Evolució històrica i organització. (Cap IX)
- 7.El ciberperiodisme. (Cap. XI)

Objectius de curs

- *Conèixer el contingut de l'assignatura i saber interrelacionar-la amb l'actualitat sociopolítica i informativa.
- *Escriure i presentar de manera estructurada i comprensible els textos.
- *Desenvolupar la capacitat d'anàlisi i síntesi, interpretant fonts periodístiques, bibliogràfiques, cibernètiques, i les explicacions i lectures de l'assignatura proposades a classe
- *Desenvolupar la capacitat de recerca informativa i contrast de les fonts.
- *Desenvolupar la capacitat comunicativa oral i exposar les idees de forma estructurada i comprensible.
- *Desenvolupar la capacitat de treball en grup i la participació durant els exercicis a classe.
- *Aprendre a raonar amb criteri mitjançant la lectura, audiència o visionat dels mitjans de comunicació d'ideologies i tipologies diverses

Metodologia docent

La professora explicarà el contingut a classe que complementarà amb lectures de llibres, articles de premsa, material fotocopiat i visualitzacions de programes televisius, radiofònics i d'Internet. Així

mateix encarregarà treballs pràctics dins i fora de l'aula grupals i individuals. El programa, notes i informacions diverses de l'assignatura es penjaran al campus virtual.

Sistema d'avaluació

Per aprovar l'assignatura, convé superar els percentatges següents:

- a) El 60% correspondrà als exercicis de classe (que requereixen l'assimilació dels continguts dels apunts de l'aula, els capítols del manual de lectura de l'assignatura, més altra informació que aporti la professora –articles, dossiers, reportatges audiovisuals, etc-).
- b) El 25% es destinarà al treball final de grup, les pautes del qual s'expliquen en el següent apartat.
- c) El 15% a la participació, assistència i actitud durant la classe, els debats plantejats i els treballs en grup.

La no superació d'algun dels apartats anteriors comportarà realitzar un examen escrit a final de curs (que inclourà preguntes sobre els apunts de classe i dels exercicis efectuats a l'aula, els llibres obligatoris, el dossier de lectura, i un esquema dels treballs efectuats en grup)

Treball de grup

El treball de grup pot efectuar-se de dues formes, o bé s'estableix segons la proposta A o bé segons el sistema B:

A) El treball de grup ha d'estar integrat per 4 persones i el tema a treballar ha d'estar vinculat a un dels sectors dels mitjans de comunicació que tractarem a l'assignatura (premsa diària, ràdio, televisió, publicacions especialitzades, agències de notícies, agències de publicitat, productores de cinema, gabinets de premsa i RRPP, i premsa electrònica). La proposta del tema és lliure, i pot abraçar des d'una emissora de ràdio concreta a un programa de televisió, per exemple.

El nombre màxim de pàgines del treball és de 25 i es pot afegir un annex optatiu. (* La part objectiva no ha de superar les 12 pàgines)

B) El treball de grup pot ser format per unes 4 persones que l'hauran de presentar oralment a classe utilitzant optativament mitjans tècnics (power point, projecció d'un documental, o altres (actuació dramàtica, dissenys, etc)).

Només hauran de presentar per escrit: Un resum del bloc objectiu (màxim 5 pàgines) i el bloc subjectiu (màxim 12 pàgines), un esquema resum de la part objectiva (1 pàg.), la metodologia utilitzada durant el recull informatiu del treball i el sistema que es farà servir durant l'exposició oral (1 o 2 pàg.).

El temes orientatius dels treballs dels grups que exposin a classe són els següents:

- 1-Prensa local diària *versus* premsa nacional diària
- 2-Prensa especialitzada regional *versus* premsa especialitzada estatal
- 3-Ràdio local *versus* ràdio autonòmica o estatal
- 4-Televisió local *versus* televisió autonòmica o estatal
- 5-La indústria cinematogràfica. Les productores de cinema
- 6-La publicitat. Les agències publicitàries
- 6-El gabinets de comunicació i les RRPP

****Tots els treballs han de respondre mínimament als apartats següents i s'hauran de lliurar el 15 de desembre:**

Bloc objectiu

- .Tipus de mitjà (classificació)
- .Context històric, social i polític del mitjà
- .Característiques del mitjà o mitjans (orígens, evolució i situació actual, tipus d'empresa, accionistes, distribució dels departaments, seccions, tipologia de programació, etc)
- .Principals grups de comunicació del sector.
- .La competència directa
- .Perfil del públic lector o tipus d'audiència.
- .Funcionament del treball del periodista en el mitjà (Aquest apartat pot ampliar-se a la part subjectiva)

Bloc subjectiu: Aquest apartat inclou un treball d'investigació que convé encetar mitjançant un exercici de camp sobre el mitjà escollit. Per la qual cosa comprendrà una recerca informativa sobre el funcionament del mitjà i el treball del periodista, a més d'entrevistes en format de cites directes i indirectes. Finalment cal afegir l'opinió personal del grup (representa un dels aspectes més importants del treball); la metodologia (com heu organitzat la recerca, la passada en marxa del treball i l'estructuració) i el diari d'abord de l'execució del mateix (el diari de com heu realitzat la feina) . Es valorarà la recerca de diverses fonts per fer el treball (premsa escrita, bibliografia, Internet, programes de TV, programes de ràdio, entrevistes personals -**aquestes seran obligatòries i hauran de ser variades i contrastades-).

Ítems que convé respondre en l'apartat subjectiu:

- .Tendència ideològica del diari (argumentar-ho amb opinions i contrastant, per exemple, la mateixa notícia publicada en un altre diari)
- .Comparar el mitjà amb un o més del sector. Quines característiques de contingut i de disseny gràfic té respecte els altres (Si és un mitjà audiovisual pot comparar-se l'escenografia, etc). Quin és el seu valor afegit?
- .Quin és el paper del periodista?
- .Les informacions són lliures? Existeix l'autocensura?
- .Quins valors i aspectes de nova i vella consciència utilitzen els mitjans?
- .Opinió personal del treball executat
- .Metodologia realitzada pel grup
- .Diari d'abord del treball
- .Bibliografia i fonts consultades.

**Consells per fer el treball:*

-S'hi poden incloure entrevistes amb periodistes o experts sobre el tema -Al Centre Internacional de Premsa de Barcelona (93-412 11 11) es reuneixen part dels corresponents-; la Universitat compta entre el seu professorat personal que us pot ajudar i a qui també podeu entrevistar; en l'Anuari de la comunicació que hi ha a la biblioteca o al Col·legi de Periodistes (93 317 19 20) hi ha adreces de mitjans i professionals del sector de la comunicació.

Els llibres de lectura obligatoria del curs:

Manual de curs: DOMINICK, JOSEPH R (2006): *La dinámica de la comunicación masiva. Los medios en la era digital*. México. McGraw Hill (8ª edición).

-CHOMSKY, NOAM i RAMONET, IGNACIO. (2006): *Cómo nos venden la moto*.Barcelona. Editorial Icaria.

- KAPUSCINSKI, RYSZARD. (2009): *Los cínicos no sirven para este oficio*.Barcelona. Editorial Anagrama.

Bibliografía bàsica de l'assignatura

Álvarez Monzoncillo, J.M. (1997). *Imágenes de pago*. Madrid.Fragua
Castells, Manuel. (2001). *La Galaxia Internet*. Barcelona. Plaza & Janés.
Gifreu, J. (1991). *Estructura general de la comunicación pública*.Barcelona.Pòrtic
Moragas, M i Prado, E. (2000). *La televisión pública a l'era digital*. Barcelona. Pòrtic.
Randall, D. (1999). *El periodista universal*. Madrid. Siglo XXI
Regouby, Ch. (1989). *La comunicación global*. Barcelona. Gestión 2000.
R.Dominick, Joseph.(2006). *La dinámica de la comunicación masiva*. Los medios en la era digital.(University of Georgia).McGraw Hill

Bibliografía de consulta

Armañanzas, Emy, Díaz Noci, Javier y Meso, Koldo. *El periodismo electrónico*.Madrid.Ariel Comunicación.
Cabrera, Mª Ángeles. (2000) *La prensa on line*. Madrid. Comunicación global.
Cebrián, Mariano. (2004).*Modelos de televisión: generalista, temática y convergente con Internet*.Barcelona. Paidós
Davies, Flora. (1976). *La comunicación no verbal*. Alianza editorial
Marín, Carles. (2006).*Periodismo audiovisual. Información, entretenimiento y tecnologías multimedia*.Barcelona. Gedisa editorial.
Medina, Mercedes. (2005).*Estructura y gestión de empresas audiovisuales*.Pamplona. Ediciones Universidad de Navarra, S.A.
Montero, Fernando. (2005).*Marketing de periódicos y revistas*.Madrid.Pirámide
McQuail, Denis. (1999). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*.Barcelona. Paidós.