

**Estructura de la Comunicació****2014/2015**

Codi: 103866

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	FB	1	2

**Professor de contacte**

Nom: Mercè Díez Jiménez

Correu electrònic: Merce.Diez@uab.cat

**Utilització de llengües**

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: No

**Equip docent**

Maria Corominas Piulats

Lluís Reales Guisado

**Prerequisits**

És recomanable el seguiment de les informacions d'actualitat sobre el sistema de mitjans i el sector publicitari, principalment a Catalunya, Espanya i Europa.

**Objectius**

L'Estructura de la Comunicació tracta l'estudi de les indústries comunicatives i culturals -així com dels actors econòmics, polítics i socials que les configuren amb el seu comportament i estratègies-. Des de la perspectiva d'aquesta assignatura, no pretenem abastar-les de manera global, sinó que ens centrarem en els mitjans de comunicació i, donada l'especificitat de la titulació, en la indústria publicitària. Així doncs, no aprofundirem sobre altres indústries culturals, com ara la cinematogràfica o l'editorial. Sí tindrem en compte, en canvi, la incidència que està tenint Internet en el redisseny de la comunicació i la cultura a escala nacional i internacional.

Pel que fa a l'abast geogràfic, focalitzem l'atenció en el nostre àmbit més proper: català i espanyol, dins del context de l'Europa occidental, i més concretament dels països mediterranis. Amb tot, no deixarem de banda altres casos, com el nord-americà, donada la seva influència en el desenvolupament dels sistemes mediàtics europeus i llatinoamericans.

El plantejament de l'assignatura vol anar més enllà de la vessant descriptiva, centrada en explicar com s'estructuren (és a dir, com s'organitzen i com funcionen) les indústries de la comunicació i la cultura. La pretensió és analitzar també el per què. Això implica tenir en compte el marc històric, econòmic, polític, social i tecnològic en què aquestes indústries produeixen i distribueixen els seus continguts, ja siguin, publicitaris, propagandístics, informatius o d'entreteniment. Aquesta assignatura, doncs, es centra en l'actualitat, tot i que no perd de vista una certa perspectiva històrica.

Dins de la titulació, Estructura de la Comunicació tracta alguns aspectes -com ara les associacions i col·legis professionals o els codis deontològics- que es poden veure aprofundits el curs següent en assignatures com Teoria i Estructura de la Publicitat i Teoria i Estructura de les Relacions Públiques. Un altre aspecte a destacar

és el lligam que s'estableix amb la perspectiva de les polítiques de comunicació, que no és objecte de cap assignatura en aquesta titulació.

L'objectiu central de l'assignatura és desenvolupar una actitud reflexiva i la capacitat de poder analitzar críticament fets comunicatius d'actualitat. El coneixement de les indústries comunicatives i culturals té un innegable interès per als futurs professionals que poden treballar en elles, però també per als ciutadans sensibles a la qualitat democràtica de les nostres societats i, més concretament, a les relacions entre els mitjans i les estructures de poder polític i econòmic, i al paper que hi juga la publicitat i la propaganda.

## Competències

- Aplicar el pensament científic amb rigor.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar esperit crític i autocrític.
- Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant a les llengües oficials (català i castellà) com en una tercera llengua.
- Diferenciar les principals teories de la disciplina, els seus camps, les elaboracions conceptuals, els marcs i els enfocaments teòrics que fonamenten el coneixement de la disciplina i els seus diferents àmbits i subàrees, així com el seu valor per a la pràctica professional mitjançant casos concrets.
- Gestionar el temps de manera adequada.
- Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
- Usar una tercera llengua com a forma de treball i expressió professional en els mitjans de comunicació.

## Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar el pensament científic amb rigor.
2. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
3. Demostrar esperit crític i autocrític.
4. Descriure l'estructura dels mitjans de comunicació i les seves dinàmiques.
5. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
6. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant a les llengües oficials (català i castellà) com en una tercera llengua.
7. Diferenciar les especificitats dels llenguatges comunicatius escrits i audiovisuals.
8. Gestionar el temps de manera adequada.
9. Identificar el sistema de mitjans de comunicació i els grups que han ostentat en un determinat moment el poder d'informar, i poder detallar el marc legal que crea un determinat govern sobre els mitjans de comunicació.
10. Identificar els fonaments de les teories i de la història de la comunicació.
11. Identificar els fonaments estructurals del sistema comunicatiu.
12. Relacionar l'anàlisi social i els impactes de les noves tecnologies de la comunicació.
13. Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
14. Trobar el que és substancial i rellevant en documents sobre teoria, estructura i història de la comunicació en una tercera llengua.

## Continguts

- 1.- Delimitació conceptual i perspectives teòriques d'aproximació a la matèria
- 2.- El sistema de mitjans espanyol
- 3.- L'espai català de comunicació
- 4.- Principals tendències en els sistemes de mitjans d'Europa Occidental
- 5.- El sistema de mitjans nord-americà i el seu impacte a Europa i Amèrica Llatina

## Metodologia

Dos terços de la docència presencial es desenvoluparan amb el grup complet i un terç en seminaris amb grups reduïts.

Les sessions amb el grup complet es portaran a terme a partir de:

-classes magistrals a càrrec del professorat, que explicarà els continguts bàsics relatius als blocs temàtics apuntats i aclarirà els dubtes relatius a les lectures que hagin de fer els estudiants.

-la posada en comú i discussió de qüestions d'actualitat, amb la participació activa de l'alumnat, per tal d'actualitzar el temari i identificar elements clau referents a l'evolució dels sistemes de mitjans.

Als seminaris es realitzaran activitats orientades a la planificació i realització de treballs de recerca en grup, tutoritzats pel professorat.

## Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals	37,5	1,5	1, 3, 4, 9, 11, 12, 13
Seminaris	15	0,6	1, 2, 3, 4, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14
Tipus: Supervisades			
Avaluació	4	0,16	3, 4, 6, 8, 9, 11, 12
Tutories	5,5	0,22	1, 3, 4, 9, 11, 12, 13
Tipus: Autònomes			
Treball de l'alumne	80,5	3,22	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 12, 14

## Avaluació

L'avaluació es realitzarà a partir de tres tipus d'evidències d'aprenentatge:

1.- Dues proves amb preguntes test i/o de resposta breu centrades en els continguts tractats a les classes de teoria (incloses les referències a qüestions d'actualitat). La segona prova pot incloure preguntes de qualsevol aspecte ja tractat, no únicament d'aquells continguts explicats després de la realització de la primera prova.

Cadascuna d'aquestes proves representarà un 10% de la nota final.

2.- Examen final, amb preguntes de desenvolupament relatives a tot el temari. Equival al 50% de la nota final.

3.- Realització i presentació d'un treball de recerca en grup, que suposarà el 30% de la nota final.

Per superar l'assignatura cal haver aprovat obligatòriament l'examen final (no farà mitjana amb la resta de qualificacions si està suspès; en aquest cas, la qualificació de l'assignatura serà la de l'examen final). Si no es fa aquest examen, la qualificació final serà "no presentat".

Els estudiants que, com a resultat de totes aquestes evidències d'aprenentatge, no aconseguixin aprovar l'assignatura i hagin obtingut almenys un 4 a l'examen final, tindran l'opció de presentar-se a un examen de reavaluació. La nota d'aquest examen de reavaluació -sempre que sigui igual o superior a 5- farà mitjana amb les dues proves de seguiment i del treball de grup (amb les proporcions ja indicades). Això implica que el curs podria quedar suspès tot i haver superat l'examen de reavaluació.

Si algun estudiant vol presentar-se a l'examen de reavaluació per pujar nota, haurà d'assumir els seus resultats, tant si són positius com si són negatius.

En el supòsit que no se superi l'examen de reavaluació, la qualificació de l'assignatura serà la que s'obtingui en aquest examen.

#### Estudiants a partir de segona matrícula

Els estudiants de segona o tercera matrícula poden optar a l'avaluació mitjançant una prova de síntesi o examen final<sup>[1]</sup>.

Aquesta forma d'avaluació és incompatible amb l'avaluació continuada.

Els estudiants de segona o tercera matrícula hauran d'optar entre l'avaluació mitjançant examen final o l'avaluació continuada i hauran de comunicar per correu electrònic la seva opció a la professora responsable de teoria al començament de curs, en la data que indiqui. S'entendrà que els estudiants de segona o tercera matrícula que no comuniquin explícitament per correu electrònic la seva opció d'avaluació faran l'examen final.

En l'avaluació mitjançant examen final, la qualificació de l'assignatura correspondrà a la qualificació de l'examen final.

Els estudiants de segona o tercera matrícula que optin per aquesta forma d'avaluació tindran l'opció de presentar-se a reavaluació en els supòsits i condicions següents:

- a) Haver obtingut almenys un 4 a l'examen final; o
- b) Haver superat l'examen final i voler pujar nota;

En tots dos casos, l'estudiant haurà d'assumir els resultats de l'examen de reavaluació, tant si són positius com negatius.

#### Avaluació del treball

La realització i la presentació d'un treball de recerca en grup és una de les evidències d'aprenentatge de l'avaluació continuada de l'assignatura. Representa el 30% de la nota final de l'assignatura.

Cada treball s'avaluarà amb una nota per a tots els signants del grup; aquesta qualificació es podrà matisar, a l'alça o a la baixa, en funció de les tasques realitzades per cada signant.

---

[1] D'acord amb l'article 117.2 de la Normativa Acadèmica de la Universitat Autònoma de Barcelona aplicable als estudis universitaris regulats de conformitat amb el Reial Decret 1393/2007, de 29 d'octubre, modificat pel Reial decret 861/2010 de 2 de juliol.

### **Activitats d'avaluació**

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen final	50%	2	0,08	1, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12
Proves de seguiment	10%, 10%	2	0,08	1, 3, 4, 6, 8, 9, 11, 12

Treball de recerca	30%	3,5	0,14	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14
--------------------	-----	-----	------	--

## Bibliografia

ALMIRON, N. (2009). "Grupos privados propietarios de medios de comunicación en España: principales datos estructurales y financieros". *Comunicación y Sociedad*, vol. XXII, núm. 1, pàgs. 243-273.

ALMIRON, N. (2010). *Journalism in crisis. Corporate Media and Financialization*. Cresskill: Hampton Press.

BUSTAMANTE, E. (2002). *Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa.

BUSTAMANTE, E. (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.

BUSTAMANTE, E. (2013). *Historia de la radio y la televisión en España: una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa.

CIVIL i SERRA, M.; BLASCO GIL, J.J. i GUIMERÀ i ORTS, J. A. (eds.) (2013). *Informe de la comunicació a Catalunya 2011-2012*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. (Informe biennal. Totes les edicions disponibles a <http://incom.uab.cat>)

FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel; Josep Àngel GUIMERÀ i ORTS; Ana FERNÁNDEZ VISO (2011). "Impacto de la crisis económica en las políticas de comunicación de la Generalitat de Cataluña (2011)". *Revista Derecom*, núm. 8, desembre de 2011-febrer de 2012. [En línia: <http://www.derecom.com/numeros/articulo0108.html>]

FERNÁNDEZ ALONSO, I. i SANTANA, F. (2000). *Estado y medios de comunicación en la España democrática*. Madrid: Alianza.

HALLIN, D. i MANCINI, P. (2008). *Sistemas de medios comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Hacer.

HALLIN, D. y MANCINI, P. (2012). *Comparing Media Systems Beyond the Western World*. New York: Cambridge University Press.

HARDY, J. (2008). *Western Media Systems*. Londres: Routledge.

HAVENS, T.; LOTZ, A. (2012): *Understanding Media Industries*. New York: Oxford University Press.

JONES, D. E. (2005). "Aproximación teórica a la Estructura de la Comunicación Social". *Sphera Publica: Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, núm. 5, pàgs. 19-39.

LAMUEDRA GRAVÁN, M. (coord.)(2012): *El futuro de la televisión pública. La necesaria alianza con la ciudadanía*. Madrid: Editorial Popular.

MIGUEL DE BUSTOS, J. C. i CASADO DEL RÍO, M.I.Á. (coords.) (2012): *Televisiones autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad*. Barcelona: GEDISA.

REIG, R. i alt. (2012). "Concentración global del negocio de la publicidad. Los cuatro principales grupos: WPP, Omnicom Group, Interpublic y Publicis". *Global Media Journal*, vol. 9, núm. 18, pàgs. 35-51.

REIG, R. (2011). *Los dueños del periodismo. Claves de la estructura mediática mundial y de España*. Barcelona: Gedisa.

ZALLO, Ramón (2011). *Estructuras de la comunicación y la cultura. Políticas para la era digital*. Barcelona: Gedisa.

Revista Noticias de la Comunicación (<http://www.noticom.es/>)

