

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501933 Periodisme	OT	4	0

Professor de contacte

Nom: Joan Manuel Tresserras Gaju

Correu electrònic: JoanManuel.Tresserras@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

Tenir aprovada la matèria "Polítiques de Comunicació" de 3er curs.

Objectius

Conèixer la naturalesa específica dels diversos àmbits de la gestió pública de la comunicació (els instruments normatius i la seva tramitació; el règim de concessions; la regulació, etc...). Desenvolupar criteris per analitzar les polítiques actuals i poder projectar models de futur.

Conèixer la naturalesa específica dels diversos àmbits de la gestió pública de la cultura, especialment en els àmbits que adopten forma industrial (des del patrimoni monumental o els museus, i les seves vinculacions al sector turístic; fins a les arts escèniques i de l'espectacle o les indústries de la producció de continguts audiovisuals i la seva distribució). Els instruments (planificació, estímul, ordenació de la relació entre el sector públic i el privat, finançament d'infraestructures, prescripció, etc.). Desenvolupar criteris per analitzar les polítiques actuals i poder projectar models de futur.

Familiaritzar-se, en general, amb les diverses modalitats de l'activitat professional vinculades a l'àmbit, des de la perspectiva de la planificació i l'execució de les polítiques de la gestió de mitjans i dels processos culturals.

Competències

- Aplicar el mètode científic adequadament, plantejar hipòtesis relatives a la comunicació periodística, validar i verificar les idees i els conceptes, i ressenyar correctament les fonts.
- Aplicar el pensament científic amb rigor.
- Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
- Demostrar un coneixement adequat de la realitat sociocomunicativa de Catalunya en el context espanyol, europeu i mundial.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en 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, i adquirir un coneixement sistemàtic de l'estructura dels mitjans de comunicació.
- Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea.
- Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
- Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.

Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar la influència dels mitjans de comunicació segons l'opinió pública.
2. Aplicar de manera transversal els mètodes científics en l'anàlisi de la relació entre canvi tecnològic, el canvi social i accessibilitat als mitjans.
3. Aplicar el pensament científic amb rigor.
4. Comparar la realitat sociocomunicativa de Catalunya amb el context espanyol i europeu des del punt de vista de les indústries culturals.
5. Demostrar consciència ètica i empatia amb l'entorn.
6. Descriure la realitat sociocomunicativa de Catalunya en el context espanyol i europeu des del punt de vista polític.
7. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
8. Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea.
9. Establir relacions entre el coneixement comunicatiu i les ciències socials, humanes i tecnològiques en procés d'implementació d'estratègies i polítiques de comunicació.
10. Fonamentar els corrents semiòtics contemporanis i aplicar-los a la comunicació i al periodisme.
11. Generar propostes innovadores i competitives en la recerca i en l'activitat professional.
12. Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
13. Valorar els impactes socials de la mediació tecnològica en la comunicació contemporània.

Continguts

TEMA 1: Les indústries culturals i els mitjans com a "indústries de l'experiència". Els seus efectes sobre les formes de consciència. Intervenció pública i privada. Raons, mecanisme i models.

TEMA 2: Les polítiques de comunicació i cultura. Qui les fa? Com es fan . Els marcs normatius i els règims concessionals. Els recursos i els pressupostos. La gestió pública en el sector. Els perfils professionals involucrats.

TEMA 3: Les polítiques econòmiques que condicionen la comunicació i la cultura. El govern d'un macrosector estratègic. Les relacions entre comunicació, educació i cultura. Les "males pràctiques", el partidisme i el lobisme en les polítiques de comunicació i cultura. La remuneració de la creació i la producció de continguts.

TEMA 4: Conseqüències del canvi tecnològic i la crisi econòmica en els hàbits i comportaments referits a la comunicació i la cultura. El paradigma de l'entreteniment.

TEMA 5: Sistema de comunicació i sistema cultural com a infraestructures. Quines són les infraestructures fonamentals d'una cultura? La importància estratègica de la producció La importància social de l'accés i de la distribució.

TEMA 6: Les polítiques de comunicació i cultura com a polítiques de l'organització social. L'autoorganització de la societat. La cultura cívica. Comportar-se com un mitjà.

TEMA 7: La superposició de sistemes en entorns multiculturals. Diversitat cultural i grans mercats homogenis. Llengües, llenguatges, estereotips i patrimonis simbòlics. La informació, el coneixement i la cultura, espais i factors centrals de discriminació social.

TEMA 8: El camp de la comunicació i la cultura com a pilar de l'estat del benestar. Les diferents perspectives en la consideració de les capacitats alliberadores o dominadores de les xarxes digitals. L'apropiació privada i la depredació dels patrimonis culturals comunitaris en l'era digital.

TEMA 9: Les polítiques catalanes de cultura i comunicació. L'acció de govern (legislació, foment, inversió, subvenció, concertació, adjudicació, priorització sectorial i publicitat institucional).

TEMA 10: Els discursos sobre la societat del coneixement i la creativitat com a ideologia de les polítiques públiques en el macrosector de la comunicació i la cultura (la informació i els continguts). Els reptes actuals en la gestió d'institucions, agències, grups, mitjans i indústries de la cultura i la comunicació.

Metodologia

La metodologia consistirà en exposicions a classe del temari previst i la realització de debats dirigits als seminaris sobre literatura grisa del sector i casos d'actualitat.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals	34	1,36	
Seminaris	17	0,68	
Tipus: Supervisades			
Tutories	10	0,4	
Tipus: Autònomes			
Treball autònom de l'estudiant	85	3,4	

Avaluació

El 50% de la nota correspondrà al treball individual o en equip (màxim 4 persones) convenientment proposat i acordat. Haurà d'elaborar i entregar la darrera sessió del mes d'abril. El treball serà exposat, debatut i defensat a classe.

El 50% restant de la nota correspondrà a les intervencions durant els seminaris (10%) i a una prova final individual (40%) sobre la matèria tractada durant el curs. Aquesta prova podrà ser oral per aquells estudiants que ho sol·licitin.

Els alumnes que no hagin aprovat el curs en els termes acabats d'exposar, podran accedir a una nova prova individual de re-avaluació, que s'efectuarà quinze dies després de la primera, d'acord amb les instruccions aprovades en Junta de Facultat.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Participació activa en els seminaris	10%	0	0	3, 4, 7, 9, 11, 12
Prova final	40%	4	0,16	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 11, 12, 13

Bibliografia

AA.DD. (2010). Políticas para la creatividad. UNESCO, Barcelona.

Disponible en línea: www.unesco.org/es/guia-industrias-culturales

AA.DD. (2005). Comunicació internacional i polítiques de comunicació. XXV aniversari de l'Informe MacBride. Número extraordinari de Quaderns del CAC. Incom UAB / CAC. Barcelona.

AA.DD./ IncomUAB (2011). Informe de la Comunicació a Catalunya 2009-2010. Generalitat de Catalunya. Barcelona.

CAC (Consell de l'Audiovisual de Catalunya) (2001). La definició del model de servei públic al sector de l'audiovisual. Barcelona.

CAC (2016). Informe sobre el sector audiovisual a Catalunya (Informes anuals anteriors). CAC, Barcelona.

CAC (2016). Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya. Generalitat de Catalunya. Barcelona.

CoNCA (Consell Nacional de la Cultura i de les Arts) (2013). Crisi, Incerteses, Sinèrgies. Estat de la Cultura i de les Arts. 2013. Barcelona.

Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació (2010). Pla d'equipaments culturals de Catalunya. 2010-2020. Generalitat de Catalunya, Barcelona.

MacBRIDE, Sean i altres (1980). Un sólo mundo, voces múltiples (Informe de la Comisión Internacional sobre problemas de la Comunicación) UNESCO (París), Fondo de Cultura Económica, México.

FERNÁNDEZ, Isabel & de MORAGAS, Miquel (eds.) (2008). Communication and Cultural Policies in Europe. Generalitat de Catalunya (IncomUAB, Càtedra UNESCO de comunicació). Barcelona.

FERNÁNDEZ, Isabel (ed.) (2017). Austeridad y clientelismo. Política audiovisual en España en el contexto mediterráneo y de la crisis financiera. Gedisa. Barcelona.

de MORAGAS, Miquel & PRADO, Emili (2000). La televisió pública a l'era digital. Pòrtic/CIC, Barcelona.

SIERRA, Francisco (2006). Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento. Gedisa, Barcelona.

TRESSERRAS, Joan Manuel (2010). Polítiques de cultura i comunicació i construcció nacional. Generalitat de Catalunya (DG Difusió Corporativa), Barcelona.

(2016). L'ecosistema cultural català. A: S. GINER i O. HOMS (dir.) Raó de Catalunya. La societat catalana del segle XXI. Pp 397-414. IEC & EC. Barcelona.

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

(2016). Tendencias en comunicación. Cultura digital i poder. Gedisa Barcelona