

Estructura de la Comunicació

Codi: 103866
Crèdits: 6

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

Professor/a de contacte

Nom: Mercè Díez Jiménez
Correu electrònic: Merce.Diez@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

Equip docent

Aida Martori Muntsant
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 estudia les indústries comunicatives i culturals, així com els actors polítics, econòmics i socials que les configuren amb el seu comportament i estratègies (organismes reguladors, grups de comunicació, entitats empresarials i professionals...). L'assignatura es centra, concretament, en l'organització i funcionament dels mitjans de comunicació i, tenint en compte l'especificitat de la titulació, en el paper de la publicitat. Es parlarà una especial atenció en la transformació dels models de consum i de prestació de serveis.

L'atenció es focalitzarà en els sistemes de mitjans de comunicació català i espanyol, emmarcant-los dins del context de l'Europa occidental, i més concretament dels països mediterranis. Amb tot, també farem esment d'altres sistemes de mitjans, com el nord-americà, atesa la seva influència en el desenvolupament dels europeus i llatinoamericans.

A més de descriure l'estructura dels sistemes mediàtics es pretén aportar claus d'interpretació dels perquè. Per tant, es tindrà en compte el marc històric, econòmic, polític, social i tecnològic en què es configuren.

L'objectiu central de l'assignatura és desenvolupar una actitud reflexiva i la capacitat de poder analitzar críticament fets comunicatius d'actualitat.

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. Introducció
 - 1.1. Objecte d'estudi de l'Estructura de la Comunicació
 - 1.2. Perspectives d'anàlisi. Els estudis sobre sistemes de mitjans
2. Actors
 - 2.1. Públics
 - 2.1.1. Regulació
 - 2.1.2. Els mitjans públics (models de governança i de finançament).
 - 2.1.3. Ajuts a la premsa i publicitat institucional
 - 2.2. Privats
 - 2.2.1. Les empreses i els grups de comunicació
 - 2.2.2. Anunciants, finançament publicitari i audiències
- 2.3. Socials
 - 2.3.1. Entitats professionals
 - 2.3.2. La ciutadania i els drets de la comunicació
3. Mitjans i indústries de la comunicació i la cultura
 - 3.1. Premsa
 - 3.2. Ràdio
 - 3.3. Televisió
 - 3.4. Publicitat i relacions públiques
 - 3.5. Indústries comunicacionals, convergència tecnològica i globalització

Metodologia

Dos terços de la docència presencial es desenvoluparan amb el grup complet i un terç en seminaris amb grups reduïts. Les sessions amb tot el grup es portaran a terme fonamentalment a partir de classes magistrals centrades en els blocs temàtics apuntats a l'apartat "continguts". Als seminaris es realitzaran activitats d'aprofundiment en els temes ja tractats a partir de l'anàlisi pautat de recursos documentals (notícies, textos acadèmics o altres). En tots dos casos es posaran en comú i es discutiran 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.

El plantejament de l'assignatura serà sensible a incorporar la perspectiva de gènere en totes les vessants possibles, des del continguts a les dinàmiques de treball i participació de l'alumnat. En aquest darrer aspecte, emprarà metodologies igualitàries i no sexistes que facilitin la intervenció a l'aula tant dels alumnes com de les alumnes i que creïn un clima que fomenti la responsabilitat col·lectiva.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Seminaris	14	0,56	1, 2, 3, 4, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14
Teoria	34	1,36	1, 3, 4, 9, 11, 12, 13
Tipus: Supervisades			
Avaluació	5	0,2	3, 4, 6, 8, 9, 11, 12
Tutories	6	0,24	1, 3, 4, 9, 11, 12, 13
Tipus: Autònomes			
Estudi personal	84	3,36	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 12, 14

Avaluació

Es realitzarà a partir de tres tipus d'evidències d'aprenentatge:

- 1.- Una prova de seguiment que representarà un 20% de la qualificació final (10 d'abril).
- 2.- Un examen final (5 de juny), amb preguntes relatives a tot el temari. Equivaldrà al 50% de la qualificació. Per aprovar l'assignatura cal superar obligatòriament aquest examen. Si no es fa l'examen, la qualificació final serà "no avaluable".
- 3.- Diversos exercicis relatius a les qüestions tractades al seminari, que suposaran el 30% de la qualificació. Pel seu caràcter vinculat a fets d'actualitat, aquestes proves no seran reavaluables.

L'alumnat que, com a resultat de totes aquestes evidències d'aprenentatge, no aprovin l'assignatura i hagin obtingut almenys un 3,5 de mitjana tindran l'opció de presentar-se a la revaluació de la prova de seguiment i/o de l'examen final (26 de juny). En tot cas, per superar l'assignatura, és obligatori anar a la revaluació de l'examen final si aquest no està aprovat. Així mateix, per participar a la revaluació, l'alumnat ha d'haver estat prèviament avaluat no només de l'examen final sinó també de la prova de seguiment i/o del seminari.

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

Si algun o alguna estudiant volgués presentar-se a les proves de reavaluació per pujar nota haurà d'assumir-ne els resultats, tant si són positius com si són negatius.

La data i lloc de revisió de les diferents proves s'anunciarà amb almenys 24 hores d'antelació un cop fets públics els resultats, llevat que ja s'hagin indicat el moment de fer les proves.

En totes les evidències d'aprenentatge es tindran en compte els següents aspectes expressius i formals:

- Adequació del registre a un context acadèmic
- Correcció ortogràfica i sintàctica
- Claredat expositiva
- Presentació acurada

Els i les estudiants de segona o tercera matrícula poden optar a l'avaluació mitjançant una única prova de síntesi o examen final (també amb opció a reavaluació, en les mateixes condicions que els estudiants d'avaluació continuada), 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. S'entendrà que l'alumnat de segona o tercera matrícula que no comuniquin explícitament per correu electrònic i en el termini anunciat a principi de curs la seva opció d'avaluació faran l'examen final.

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
Exercicis dels seminaris	30%	4	0,16	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14
Prova de seguiment	20%	1	0,04	1, 3, 4, 6, 8, 9, 11, 12

Bibliografia

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

CIVIL i SERRA, Marta; CORBELLA I CORDOMÍ, Joan; FERRE PAVIA, Carme i SABATÉ I SALAZAR, Joan (eds.) (2017). *Informe de la comunicació a Catalunya 2015-2016*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 5: <http://incom.uab.cat/informe/>

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2017): *Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya*. (Disponible a http://www.cac.cat/pfw_files/cma/documents/Llibre_blanco_d_audiovisual.pdf).

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

GARCÍA SANTAMARÍA, José Vicente (2016). *Los grupos multimedia españoles. Análisis y estrategias*. Barcelona: Editorial UOC. Disponible en llibre electrònic: https://catalog.uab.cat/iii/encore/record/C__Rb1991834?lang=cat

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

JONES, Daniel 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, María (coord.) (2012). *El futuro de la televisión pública. La necesaria alianza con la ciudadanía*. Madrid: Editorial Popular.

MARTÍ, Josep Maria i MONCLÚS, Belén (coords.) (2014). *Informe sobre la ràdio a Catalunya 2007-2011*. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona. (Disponible a: <http://www.uab.cat/doc/radio>)

MIGUEL DE BUSTOS, Juan Carlos i CASADO DEL RÍO, Miguel Ángel. (coords.) (2012). *Televisiones autonómicas. Evolución y crisis del modelo público de proximidad*. Barcelona: GEDISA.

REIG, Ramón 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.

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

ZALLO, Ramón (2016): *Tendencias en comunicación. Cultura digital y poder*. Barcelona: Gedisa.

Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya (BIAC)

(<https://www.cac.cat/acords-recerca/biac-%28-informes-del-sector-quadrimestrals-%29>)

Comunicació 21 (<http://comunicacio21.cat/>)