

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

Ezequiel Ramón Pinat
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

Aquesta assignatura introdueix l'alumnat en el coneixement de les indústries comunicatives i culturals i, més concretament, dels sistemes de mitjans de comunicació i del sector publicitari, així com dels actors polítics, econòmics i socials que els modelen amb el seu comportament i estratègies (organismes reguladors, grups de comunicació, entitats empresarials i professionals...).

A banda de descriure els trets estructurals dels sistemes de mitjans, s'aporten claus d'interpretació sobre els perquè de la seva configuració, per la qual cosa es té en compte el marc històric, econòmic, polític, social, cultural i tecnològic en què es desenvolupen.

L'atenció es focalitza principalment en els contextos català i espanyol, emmarcant-los dins de l'Europa occidental i, particularment, dels països mediterranis. Amb tot, també es tenen presents els àmbits internacional i transnacional.

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. Delimitació conceptual i perspectives teòriques. ¿Què és un sistema de mitjans? Tipologia i característiques. Sistemes mediàtics comparats.
2. Anàlisi d'actors que contribueixen a l'articulació dels sistemes de mitjans. El paper de l'Estat i dels reguladors independents. Grups de comunicació, associacions empresarials, organismes de mesura d'audiències i empreses de telecomunicacions amb negoci a l'àmbit audiovisual. La ciutadania i els drets de la comunicació.
3. Anàlisi de sectors mediàtics (premsa, ràdio i televisió) i la indústria de la publicitat. Panorama i característiques de l'oferta. Nous serveis i nous mitjans. Transformació dels models de consum i de negoci.

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, empraran metodologies igualitàries i no sexistes que facilitin la intervenció a l'aula tant dels alumnes com de les alumnes.

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

L'assignatura consta de les activitats d'avaluació següents:

1. Una prova de seguiment, que representa el 20% de la qualificació final. Per les seves característiques, aquesta prova no serà recuperable.
2. Un examen final amb preguntes relatives a tot el temari. Equivaldrà al 50% de la qualificació final. Per aprovar l'assignatura cal superar obligatòriament aquest examen. Si se suspèn l'examen, la nota final de l'assignatura serà la de l'examen final. 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 l'actualitat, aquestes proves no seran recuperables.

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats el pes de les quals equivalgui a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura (examen final més prova de seguiment i/o seminari). Per poder-se presentar a la recuperació de l'assignatura s'ha d'haver obtingut la nota mitjana de 3,5.

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

Les dates de les activitats d'avaluació i de recuperació seran anunciades el dia de presentació de l'assignatura. La informació també serà disponible al campus virtual.

Estudiants a partir de la segona matrícula

A partir de la segona matrícula l'alumnat pot optar a l'avaluació mitjançant una única prova de síntesi o examen final (amb opció a recuperació amb les mateixes condicions que en l'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, de 29 d'octubre, modificat pel Reial

Decret 861/2010, d 2 de juliol. La qualificació de l'assignatura correspondrà a la qualificació de la prova de síntesi.

S'entendrà que l'alumnat a partir de la segona matrícula que no comuniqui explícitament per correu electrònic i en el termini anunciat a principi de curs la seva opció d'avaluació va a l'examen final.

Plagi

L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat...) que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació tindrà una qualificació de 0 en aquest acte d'avaluació. En cas que es produeixin diverses irregularitats, la qualificació final de l'assignatura serà 0.

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). *Televisiónes 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/>)