

**Estructura de la Comunicació**

Codi: 103855  
Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501933 Periodisme	FB	1	2

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

**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: Sí

**Altres indicacions sobre les llengües**

Grup 1 (teoria i seminaris) - Grup 2 (3 seminaris)

**Equip docent**

Aida Martori Muntsant  
Ana Isabel Fernandez Viso  
Nuria Torras Planas  
José Joaquín Blasco Gil

**Prerequisits**

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

**Objectius**

Introduir l'alumnat en el coneixement dels trets estructurals dels sistemes de mitjans en l'entorn occidental europeu, amb una atenció especial als casos espanyol i català, en què normalment desenvoluparà la seva activitat professional.

Així, es farà una primera aproximació a l'estudi dels actors econòmics, polítics i socials que conformen o contribueixen a la conformació d'aquests sistemes, sense deixar de banda l'anàlisi del model nord-americà, atesa la seva influència en el desenvolupament dels sistemes mediàtics europeus i llatinoamericans. D'altra banda, es posarà l'èmfasi en la incidència d'internet i la digitalització en el redisseny de l'estructura de la comunicació a escala local, estatal i internacional.

Eventualment, es poden incloure aspectes relatius a altres sistemes de mitjans si es produeix algun fet d'actualitat particularment rellevant.

## Competències

- Aplicar el pensament científic amb rigor.
- Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de productes comunicatius.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar l'esperit crític i autocrític.
- Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
- 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.
- Gestionar el temps de manera adequada.
- Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.

## Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar el pensament científic amb rigor.
2. Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de productes comunicatius.
3. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
4. Descriure l'estructura dels mitjans de comunicació i les seves dinàmiques.
5. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
6. Desenvolupar l'esperit crític i autocrític.
7. Gestionar el temps de manera adequada.
8. 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.
9. Identificar els fonaments estructurals del sistema comunicatiu.
10. Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.

## 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: Grups de comunicació, associacions empresarials, organismes de mesura d'audiències i empreses de telecomunicacions amb negocis a l'àmbit audiovisual. El paper de l'Estat i dels reguladors independents.

3.- Anàlisi de sectors mediàtics (premsa, ràdio i televisió). 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 el grup complet es concretaran en classes magistrals a càrrec de la professora, que explicarà els continguts relatius als blocs temàtics apuntats i aclarirà els dubtes relatius a les lectures obligatòries que hagin de fer els/les estudiants i al treball resultant de l'autoaprenentatge i al treball d'autoaprenentatge.

Als seminaris es realitzaran activitats d'aprofundiment, en alguns casos a partir de documents (notícies, textos acadèmics o altres). 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 incorporarà la perspectiva de gènere en totes les vessants possibles, des dels continguts a les metodologies aplicades a les dinàmiques de treball i participació de l'alumnat a l'aula, de manera que es faciliti una interacció igualitària.

## Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Seminaris	17	0,68	1, 2, 3, 5, 6, 7, 10
Teoria	34	1,36	4, 6, 8, 9, 10
Tipus: Supervisades			
Avaluació	7	0,28	1, 4, 7, 8, 9
Tutories	5	0,2	5, 6, 7
Tipus: Autònomes			
Estudi personal	80	3,2	1, 3, 4, 5, 7, 8, 9

## Avaluació

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

1. Diversos exercicis relatius a les qüestions tractades al seminari, que suposaran el 30% de la qualificació. Pel seu caràcter vinculat a l'actualitat, aquestes activitats d'avaluació no seran recuperables.
2. Intervenció als seminaris. Es valorarà de manera qualitativa la intervenció dels seminaris (10% de la nota final). Aquesta activitat d'avaluació no serà recuperable.
3. Dos exàmens parcials sobre els continguts teòrics, cadascun dels quals representa el 30% de la qualificació final, i que són alliberatoris de matèria.

Per aprovar l'assignatura cal superar obligatòriament aquests dos exàmens. En cas que es suspenguin es pot participar a la recuperació, sempre i quan s'hagi estat prèviament avaluat dels dos exàmens parcials i, almenys, una de les altres dues activitats d'avaluació.

Si no es fa un dels dos exàmens parcials la qualificació final serà "no avaluable".

En el supòsit que no se superi la recuperació d'un dels dos exàmens, la qualificació definitiva de l'assignatura serà la que s'obtingui en aquest examen (o la mitjana, si queden tots dos suspesos).

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 prova de síntesi, amb opció a recuperació sempre i quan s'hagi presentat prèviament. La qualificació de l'assignatura correspondrà a la qualificació de la prova de síntesi, sobre la qual es donaran més detalls a l'inici de curs.

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 farà la prova de síntesi.

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
Exercicis dels seminaris	30%	3	0,12	1, 4, 7, 8, 9
Exàmens parcials	30% + 30%	2	0,08	1, 4, 7, 8, 9
Intervenció en els seminaris	10%	2	0,08	1, 2, 3, 5, 6, 7, 10

## Bibliografia

AGUADO-GUADALUPE, Guadalupe (2018). Las relaciones Prensa-Estado en el reparto de publicidad institucional en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(2), 993.

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

CIVIL i SERRA, M.; LÓPEZ, B., eds. (2019) *Informe de la comunicació a Catalunya 2017-2018*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Col·lecció Lexikon Informes, 6: <http://incom.uab.cat/informe>

COMUNICACIÓ 21 <http://comunicacio21.cat/>

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2019) *Informe 2018. L'audiovisual a Catalunya*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. <https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-10/Informe%20de%20l%27audiovisual%202018.pdf>

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2017) *Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. [https://www.cac.cat/sites/default/files/2018-03/Acord\\_6\\_2017\\_llibre\\_blanc\\_0.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/2018-03/Acord_6_2017_llibre_blanc_0.pdf)

FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel (ed.) (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.

GUIMERÀ i ORTS, Josep Àngel (2014) *Les polítiques de mitjans de comunicació durant els governs de Jordi Pujol. Premsa, ràdio i televisió en el procés de reconstrucció nacional de Catalunya*. Barcelona: Proa.

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

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

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

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 (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.

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