

Estructura del Sistema de Comunicació

Codi: 104721

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2503873 Comunicació Interactiva	FB	2	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: Anna Tous Rovirosa

Correu electrònic: Anna.Tous@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: No

Grup íntegre en espanyol: No

Altres indicacions sobre les llengües

La docència és en català i en castellà. Alguna part es podria fer en anglès.

Equip docent

Carmina Crusafon Baqués

Oriol Puig Cepero

Prerequisits

L'assignatura no té requisits previs obligatoris. No obstant això, els continguts previs impartits en les assignatures Dret Digital i de les TIC, i Teoria i Història de la Comunicació, seran importants per a una millor comprensió del contingut del curs. Es recomana, així mateix, el seguiment de la informació d'actualitat relacionada amb el tema principal del curs: l'estructura (política, econòmica, cultural, etc.) del sistema de comunicació globalitzat i relacionat amb les empreses tecnològiques i de la comunicació.

Objectius

L'objectiu principal de l'assignatura és introduir a l'alumnat en el coneixement de l'estructura del sistema global de comunicació a partir de quatre dimensions (econòmica, política, sociocultural i tecnològica). El curs analitza les dinàmiques de funcionament dels mercats digitals i ofereix eines d'anàlisi per entendre el funcionament de la comunicació interactiva global, amb especial èmfasi en la incidència d'internet i de les plataformes tecnològiques en el redisseny del propi sistema de comunicació digitalitzat.

Competències

- Cercar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a la elaboració de missatges, treballs acadèmics, exposicions, etc.

- Diferenciar i aplicar les principals teories, elaboracions conceptuals i enfocaments reguladors de la comunicació interactiva.
- Gestionar el temps de manera adequada i ser capaç de planificar tasques a curt, mitjà i llarg terminis.
- Que els estudiants hagin demostrat que comprenen i tenen coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, i se sol trobar a un nivell que, si bé es basa en llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda d'aquell camp d'estudi.
- Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- Que els estudiants sàpiguin aplicar els coneixements propis a la seva feina o vocació d'una manera professional i tinguin les competències que se solen demostrar per mitjà de l'elaboració i la defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.

Resultats d'aprenentatge

1. Contrastar i verificar la veracitat de les informacions aplicant criteris de valoració.
2. Descriure les qüestions regulatòries del mercat de les comunicacions i dels nous mitjans.
3. Diferenciar allò substancial dallò rellevant en tots els tipus de documents de l'assignatura.
4. Diferenciar els actors de l'estructura de la comunicació en nous mitjans.
5. Exposar per escrit i oralment la síntesi de les anàlisis realitzades.
6. Interpretar i discutir documents de les principals teories de la comunicació interactiva i estructura de la comunicació.
7. Planificar i executar treballs acadèmics en l'àmbit de la teoria, la història, l'estructura de la comunicació i la fotografia.
8. Presentar els treballs de l'assignatura en els terminis previstos i mostrar-ne la planificació individual o grupal aplicada.

Continguts

El temari de l'assignatura consta de:

TEMA 1: Què és l'estructura del sistema comunicatiu?

1.1 Delimitació conceptual i perspectives teòriques.

1.2. Proposta metodològica: les 4 dimensions d'anàlisi (econòmica, política, sociocultural i tecnològica).

TEMA 2: La dinàmica de l'estructura global del sistema comunicatiu

2.1 Mitjans de comunicació,

2.2 Grups mediàtics globals

2.3 Gegants tecnològics.

TEMA 3: Els mercats comunicatius digitals

3.1 Sectors

3.2 Models de negoci i tipologia d'empreses

3.3 Usuaris

3.4 Hubs i clústers

TEMA 4: Regulació del sistema comunicatiu digital

4.1 El paper de l'Estat i dels reguladors independents.

4.2 Regulació digital: Unió Europea, Estats Units i la Xina.

TEMA 5: Els reptes del sistema comunicatiu digital

5.1 Pantalles, consum i producció gratuïta

5.2 L'entreteniment

5.2 El sentit de la comunicació interactiva al segle XXI

Metodologia

El curs es desenvolupa de forma teòrico-pràctica. Alterna sessions i continguts teòrics amb el desenvolupament de seminaris i treballs pràctics encaminats a una major comprensió del temari. D'aquesta manera, els temes tractats en les classes teòriques podran desenvolupar-se a través d'activitats d'aplicació i anàlisi pràctica.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual, on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura. En cas de canvi de modalitat docent per raons sanitàries, el professorat informará dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents.

El contingut de l'assignatura serà sensible als aspectes relacionats amb la perspectiva de gènere.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Seminaris pràctics	30	1,2	1, 3, 5, 6, 7, 8
Sessions teòriques	30	1,2	1, 2, 4, 5, 6, 7
Tipus: Supervisades			
Avaluació continua: treballs pràctics durant tot el curs	30	1,2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Tipus: Autònomes			
Treball autònom: lectures i pràctiques	50	2	1, 3, 4, 6, 7, 8

Avaluació

L'avaluació continuada de l'assignatura serà de caràcter sumatiu i es basarà en la qualificació de cada alumne en les següents activitats d'avaluació:

A. Pràctiques i anàlisi de cas (50%): són tasques en les que l'estudiant, en grup o de forma individual, realitza activitats guiades o supervisades pel professor. Cadascuna de les pràctiques o anàlisi de cas té una qualificació específica.

B. Control de continguts (30%): prova escrita per avaluar el coneixement dels conceptes teòrics de l'assignatura.

C. Dinàmica de participació grupal (20%): participació de l'alumnat en les activitats que es realitzaran durant

les classes teòriques (test d'actualitat, debats o recollides d'opinió, etc.). Serà obligatori una assistència del 80 per cent de les sessions per obtenir la puntuació.

És obligatori participar en totes les activitats d'avaluació per poder obtenir la nota global de l'assignatura. En cas de motius justificats (salut, defunció o problema familiar greu) es podran recuperar les pràctiques i anàlisi de cas i el control de continguts en altres dates indicades per la coordinació de l'assignatura. No es poden recuperar les activitats de la dinàmica de participació grupal.

Les notes de cada activitat es publicaran al Campus Virtual i es poden fer consultes o rectificacions fins a 10 dies després de la publicació d'aquestes. Passat aquest període, la nota no es podrà modificar.

Qualsevol treball escrit que tingui cinc errors ortogràfics i / o barbarismes (sumant 5 errors en total) obtindrà la nota de zero. També obtindrà un zero qualsevol treball amb un percentatge de plagi que superi les normes habituals de el dret de cita; per detectar els possibles plagis comporten unes procediments informàtics sobre els arxius digitals dels treballs lliurats, ja sigui aplicant-los a tots o només a mostres aleatòries. 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, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació. En cas que es produeixin diverses irregularitats, la qualificació final de l'assignatura serà 0.

Recuperació:

L'alumnat que suspengui l'assignatura en l'avaluació contínua (resultat de la suma de totes les activitats d'avaluació) podrà optar a presentar-se a una recuperació de l'assignatura, per optar a aconseguir l'aprovat en el curs. La prova de recuperació consistirà en un examen sobre tot el contingut impartit al llarg de les classes de teoria i pràctica. En la prova de recuperació també es podrà preguntar sobre l'actualitat informativa de les temàtiques de el curs. L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats, el pes de les quals sigui d'un mínim de 2/3 parts de la qualificació total de l'assignatura. Per poder presentar-se a la recuperació de l'assignatura serà necessari haver obtingut una nota mitjana mínima de 3,5.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Control de continguts	30%	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 6
Dinàmica de participació grupal	20%	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8
Pràctiques i anàlisi de casos	50%	6	0,24	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8

Bibliografia

ALBARRAN, Alan B. (2019). A Research Agenda for Media Economics. Cheltenham: Elgar.

ALBORNOZ, Luis i GARCÍA LEIVA, Trinidad (eds.) (2017) Diversidad e industria audiovisual. El desafío cultural del siglo XXI, México: Fondo de Cultura Económica.

BREVINI, Benedetta; SWIATEK, Lukasz (2020) Amazon: Understanding a Global Communication Giant. New York: Routledge

CEREZO, Pepe (2019). Los medios ante los modelos de suscripción. Barcelona: UOC.

CRUSAFON, Carmina (2012). La nueva era mediática: Las claves del escenario global. Barcelona: Bosch Comunicación.

DÖNDERS, Karen (2021). Public service media between theory, rules, and practice. New York: Palgrave Macmillan.

DOYLE, Gillian (2016) Digitization and changing windowing strategies in the television industry: negotiating new windows on the world, *Television and New Media*, 17(7), p. 629-645.

FERNÁNDEZ-ROVIRA, Cristina y GIRALDO-LUQUE, Santiago (2020). La felicidad privatizada. Monopolios de la información, control social y ficción democrática en el siglo XXI. Editorial UOC

FLEW, Terry; IOSIFIDIS, Petros; i STEEMERS, Jeanette (eds.) (2016) Global media and national policies. The return of the State, Londres: Palgrave Macmillan.

FUCHS, Christian (2011) A Contribution to the Critique of the Political Economy of Google, *Fast Capitalism*, 8(1), 31-50. doi:10.32855/fcapital.201101.006

FUCHS, Christian; CHANDLER, David (2019). Introduction. Big Data Capitalism - Politics, Activism and Theory. In: Chandler, D. & Fuchs, C. (eds.). *Digital Objects, Digital Subjects: Interdisciplinary Perspectives on Capitalism, Labour and Politics in the Age of Big Data*. London: University of Westminster Press. Pp. 1-20. <http://doi.org/10.16997/book29a>

GARCÍA SANTAMARÍA, José Vicente (2016). Los grupos multimedia españoles. Análisis y estrategias. Barcelona: Editorial UOC.

GERSHON, Richard A. (2020) Media, Telecommunications and Business Strategy. London: Routledge

GIRALDO-LUQUE, Santiago; FERNÁNDEZ ROVIRA, Cristina (2020a). "The economy of attention as the axis of the economic and social oligopoly of the 21st century". En: Park, Seun Ho; González Pérez, María Alejandra; Floriani, Dinorá (Eds.). *The Palgrave Handbook of Corporate Sustainability in the Digital Era*. Palgrave Mcmillan: Londres. ISBN 978-3-030-42411-4. <http://doi.org/10.1007/978-3-030-42412-1>

GIRALDO-LUQUE, Santiago; FERNÁNDEZ ROVIRA, Cristina (2020b). "Redes sociales y consumo digital en jóvenes universitarios: economía de la atención y oligopolios de la comunicación en el siglo XXI". *Profesional de la información*, v. 29, n. 5, e290528. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.28>

<http://eds.b.ebscohost.com/are.uab.cat/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=7d15098d-157c-4da6-89f0-416a8eff>

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

HARSIN, Jayson (2015). Regimes of Posttruth, Postpolitics, and Attention Economies. *Communication, Culture and Critique*, 8 (2), 327-333. Disponible en: <https://doi.org/10.1111/cccr.12097>

LEE, Micky (2019) Alphabet: The Becoming of Google. London: Routledge.

MANSELL, Robin (2012). Imagining the Internet: Communication, Innovation and Governance. Oxford: Oxford University Press.

MANSELL, Robin i STEINMUELLER, W. Edward (2020) Advanced Introduction to Platform Economics. Cheltenham: Elgar.

PARISER, Eli (2017) El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos, Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial.

PARK, Seun Ho; GONZÁLEZ PÉREZ, María Alejandra; FLORIANI, Dinorá (Eds.). *The Palgrave Handbook of Corporate Sustainability in the Digital Era*. Palgrave Mcmillan: Londres. ISBN 978-3-030-42411-4. <http://doi.org/10.1007/978-3-030-42412-1>

PEIRANO, Marta (2019). El enemigo conoce el sistema: Manipulación de ideas, personas e influencias después de la economía de la atención, Barcelona: Debate.

SHEN, Hong (2021) Alibaba: Infrastructuring Global China. London: Routledge.

TANG, Min (2020) Tencent: The Political Economy of China's Surging Internet Giant. London: Routledge

TÚÑEZ-LÓPEZ, Miguel; CAMPOS-FREIRE, Francisco; y RODRÍGUEZ-CASTRO, Marta (Eds.) (2021). The values of public service media in the Internet society. London: Palgrave Macmillan.

TURKLE, Sherry (2019). En defensa de la conversación. El poder de la conversación en la era digital. Barcelona: Ático de los libros.

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

Durant el curs se suggeriran altres referències bibliogràfiques complementàries i altres fonts en línia per aprofundir en els continguts explicats i fer un seguiment de l'actualitat informativa

Programari

Eines bàsiques de Microsoft Office, aplicacions de l'entorn Moodle i plataformes virtuals d'aprenentatge gratuïtes.