

## Estructura de la Comunicació

Codi: 103855  
Crèdits: 6

2024/2025

Titulació	Tipus	Curs
2501933 Periodisme	FB	1

### Professor/a de contacte

Nom: Maria Corominas Piulats

Correu electrònic: maria.corominas@uab.cat

### Equip docent

Mercedes Diez Jimenez

Aida Martori Muntsant

### Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

### 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

- Actuar amb responsabilitat ètica i amb respecte pels drets i deures fonamentals, la diversitat i els valors democràtics.
- Actuar en l'àmbit de coneixement propi avaluant les desigualtats per raó de sexe/gènere.
- Actuar en l'àmbit de coneixement propi valorant l'impacte social, econòmic i mediambiental.
- 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.
- Demostrar un coneixement adequat de la realitat sociocomunicativa de Catalunya en el context espanyol, europeu i mundial.
- 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.
- 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 hagin desenvolupat les habilitats d'aprenentatge necessàries per a emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.
- Que els estudiants sàpiguen 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.
- Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes destacats d'índole social, científica o ètica.

## Resultats d'aprenentatge

1. Analitzar críticament els principis, valors i procediments que regeixen l'exercici de la professió.
2. Analitzar les desigualtats per raó de sexe/gènere i els biaixos de gènere en l'àmbit de coneixement propi.
3. Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de productes comunicatius.
4. Comunicar fent un ús no sexista ni discriminatori del llenguatge.
5. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
6. Descriure l'estructura dels mitjans de comunicació i les seves dinàmiques.
7. Desenvolupar l'esperit crític i autocrític.
8. Divulgar els coneixements i les innovacions de l'àrea.
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 estructurals del sistema comunicatiu.
11. Identificar les implicacions socials, econòmiques i mediambientals de les activitats acadèmicoprofessionals de l'àmbit de coneixement propi.
12. Identificar les principals desigualtats i discriminacions per raó de sexe/gènere presents a la societat.
13. Interpretar i discutir textos de les principals teories de la comunicació i del periodisme i exposar per escrit i en públic la síntesi de les seves anàlisis.
14. Proposar projectes i accions que estiguin d'acord amb els principis de responsabilitat ètica i de respecte pels drets humans i els drets fonamentals, la diversitat i els valors democràtics.
15. 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.
16. Que els estudiants hagin desenvolupat les habilitats d'aprenentatge necessàries per a emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.

17. Que els estudiants sàpiguen 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.
18. Que els estudiants tinguin la capacitat de reunir i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seva àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguin una reflexió sobre temes destacats d'índole social, científica o ètica.
19. Valorar l'impacte de les dificultats, els prejudicis i les discriminacions que poden incloure les accions o projectes, a curt o llarg termini, en relació amb determinades persones o col·lectius.

## Continguts

1.- Delimitació conceptual i perspectives teòriques. Què és un sistema de mitjans? Tipologia, característiques i actors. Sistemes mediàtics comparats.

2.- Anàlisi d'actors que contribueixen a l'articulació dels sistemes de mitjans: mitjans públics, empreses i grups de comunicació privats, associacions empresarials, organismes de mesura d'audiències i empreses de telecomunicacions i plataformes digitals amb negocis a l'àmbit audiovisual. El paper de l'Estat i dels reguladors independents.

3.- Anàlisi de sectors mediàtics (premsa, ràdio, televisió i entorn digital). Panorama, característiques de l'oferta i regulació. Transformació dels models de consum i de negoci.

## Activitats formatives i Metodologia

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Seminaris	17	0,68	7, 5, 6, 8, 9, 10, 13, 14, 3, 17, 18
Teoria	34	1,36	1, 7, 5, 6, 8, 9, 11, 10, 13, 14, 3, 18, 16, 15
Tipus: Supervisades			
Avaluació	7	0,28	1, 7, 5, 6, 8, 9, 11, 10, 13, 3, 18, 15
Tutories	5	0,2	
Tipus: Autònomes			
Estudi personal	80	3,2	1, 7, 5, 6, 9, 11, 10, 3, 18, 15

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 del professorat responsable de teoria, en què s'explicaran els continguts dels blocs temàtics i s'aclariran els dubtes relatius a les lectures que hagin de fer els/les estudiants i al treball resultant de l'autoaprenentatge.

En els seminaris es realitzaran activitats pràctiques d'aprofundiment en la matèria del curs, que poden requerir la cerca o l'anàlisi prèvia de diversos tipus de recursos d'aprenentatge (notícies, textos acadèmics, informes, etc.). 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 la participació de l'alumnat a l'aula, de manera que es faciliti una interacció igualitària.

El dia de la presentació de l'assignatura es donarà informació més detallada de l'organització de les sessions. S'utilitzarà el Campus Virtual, també, per a penjar materials docents i informacions necessàries per a l'adequat seguiment de l'assignatura.

En cas de canvi de modalitat docent per raons sanitàries, el professorat informarà a través del Campus Virtual de les possibles modificacions en la programació de l'assignatura i en la metodologia docent.

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.

## Avaluació

### Activitats d'avaluació continuada

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Exercicis dels seminaris	30%	2,5	0,1	2, 4, 1, 7, 5, 6, 8, 9, 12, 11, 10, 13, 14, 3, 17, 18, 16, 15, 19
Exàmens parcials	25% + 25%	3,5	0,14	4, 1, 7, 5, 6, 8, 9, 11, 10, 13, 17, 18, 16, 15
Intervenció al seminari	20	1	0,04	4, 1, 7, 5, 6, 9, 12, 10, 17, 18

### ALUMNAT DE PRIMERA MATRÍCULA

#### Avaluació continuada

L'avaluació continuada de l'assignatura consta de les activitats i els percentatges següents:

1. Dos exàmens parcials sobre els continguts teòrics, cadascun dels quals representa el 25% de la qualificació final. Si s'aproven, tots dos exàmens són alliberatoris de matèria.

Per superar l'assignatura, s'han d'aprovar (Nota mínima: 5) obligatòriament els dos exàmens parcials (condició indispensable). Si no es fa un dels dos exàmens, la qualificació final serà "no avaluable".

2. Diversos exercicis relatius a les qüestions tractades al seminari, que representaran el 30% de la qualificació.

3. Intervenció als seminaris. Es valorarà de manera qualitativa la intervenció i la participació en els seminaris, que representarà el 20% de la nota final.

#### Recuperació

Els dos exàmens són recuperables: no hi ha nota mínima per anar a la recuperació però és imprescindible haver fet la prova (el parcial o els parcials corresponents). La recuperació consistirà en un examen. Si no es fa un dels dos exàmens parcials la qualificació final serà "no avaluable".

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

Pel seu caràcter vinculat a l'actualitat, les activitats d'avaluació desenvolupades als seminaris no seran recuperables.

#### Avaluació única

L'avaluació única de l'assignatura consta de les activitats i els percentatges següents:

1. Control de coneixements: 50% - Prova sobre els continguts teòrics de l'assignatura. Per superar l'assignatura s'ha d'aprovar (Nota mínima: 5) obligatòriament la prova teòrica (condició indispensable).
2. Realització d'un o de diversos exercicis pràctics relatius a les qüestions treballades al seminari: 30%. Es farà el mateix dia que el control de coneixements. Aquesta activitat no es podrà recuperar, per la qual cosa en cas d'haver de presentar-se a la recuperació, es mantindrà la nota obtinguda en aquest exercici en la primera convocatòria.
3. Lliurament d'una tasca que s'enregarà el primer dia de classe: 20%. Aquesta activitat no és recuperable.

$1 (50\%) + 2 (30\%) + 3 (20\%) = 100\%$  NOTA FINAL DE L'ASSIGNATURA

S'aprova amb una nota igual o superior al 5. La data de la revisió de les notes serà la mateixa que per a l'alumnat d'avaluació continuada i s'anunciarà a classe.

#### **Recuperació**

El control de coneixements o prova teòrica final és recuperable. Per anar a la recuperació, no hi ha nota mínima però és imprescindible haver fet la prova. La recuperació consistirà en un examen. Per superar l'assignatura, s'ha d'aprovar (Nota mínima: 5) obligatòriament l'examen. En el supòsit que no se superi, la qualificació de l'assignatura serà la que s'obtingui en aquest examen.

Els exercicis pràctics i la tasca són recuperables.

#### ESTUDIANTS A PARTIR DE LA SEGONA MATRÍCULA

A partir de la segona matrícula l'alumnat pot triar entre avaluació continuada (descrita més amunt) o avaluació per prova de síntesi mitjançant un examen final i amb opció de recuperació (no hi ha nota mínima, és imprescindible haver fet l'examen per optar a recuperació). La qualificació de l'assignatura correspondrà a la qualificació de la prova de síntesi. 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 (recuperació).

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.

#### CALENDARI DE PROVES D'AVALUACIÓ

Les dates de les activitats d'avaluació i de recuperació seran anunciades el dia de presentació de l'assignatura. La informació també estarà disponible al Campus Virtual.

#### PLAGI

En cas que l'estudiant realitzi qualsevol irregularitat que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació, amb independència del procés disciplinari que s'hi pugui instruir. En cas que es produeixin diverses irregularitats en els actes d'avaluació d'una mateixa assignatura, la qualificació final d'aquesta assignatura serà 0.

#### **Bibliografia**

Bibliografia bàsica:

ALBORNOZ, Luis A.; SEGOVIA, ANA i. & ALMIRÓN, Núria (2020) *Grupo Prisa: media power in contemporary Spain*. Nova York: Routledge. DOI <https://doi.org/10.4324/9780429297717>

ALMIRÓN, Núria (2008). La financiarización de los grupos de comunicación en España: el caso del grupo PRISA. *Revista Eletrónica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura-Eptic*, 10(2). <https://issuu.com/epic/docs/121028221950-530f470a20724a74af12f844f9cabceb> //

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

HUMPRECHT, Edda, CASTRO HERRERO, Laia, BLASSNIG, Sina, BRÜGGEMANN, Michael & ENGESSER Sven (2022). Media systems in the digital age: An empirical comparison of 30 countries. *Journal of Communication*, 72(2), 145-164. <https://doi.org/10.1093/joc/jqab054>

JONES, Daniel (2005). Aproximación teórica a la Estructura de la Comunicación Social. *Escribanía*, (14), 19-30. <https://revistasum.umanizales.edu.co/ojs/index.php/escribania/issue/view/226>

LÓPEZ, Bernat; HUERTAS BAILÉN, Amparo; PERES-NETO, Luis, eds. (2023): *Informe de la comunicació a Catalunya 2021-2022*. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Generalitat de Catalunya i Institut de la Comunicació (InCom-UAB). [https://ddd.uab.cat/pub/lilibres/2023/284362/infcomcat\\_a2023.pdf](https://ddd.uab.cat/pub/lilibres/2023/284362/infcomcat_a2023.pdf)

PARISER, Eli (2017). *El filtro burbuja: Cómo la web decide lo que leemos y lo que pensamos*. Taurus.

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. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uab/detail.action?docID=4908814>

ZUBOFF, Shoshana (2020). *La era del capitalismo de vigilancia*. Barcelona: Paidós.

Bibliografía complementària:

AGUADO-GUADALUPE, Guadalupe (2018). Las relaciones Prensa-Estado en el reparto de publicidad institucional en España. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 24 (2), 993-1005. <https://e-archivo.uc3m.es/rest/api/core/bitstreams/818ae3b4-ce25-4815-853a-7b8071e0098c/content>

ALBORNOZ, Luis y GARCÍA Ieva, Trinidad (eds.) (2017). *Diversidad e industria audiovisual. El desafío cultural del siglo XXI*, México: Fondo de Cultura Económica. [https://bibcercador.uab.cat/permalink/34CSUC\\_UAB/1eqfv2p/alma991007644409706709](https://bibcercador.uab.cat/permalink/34CSUC_UAB/1eqfv2p/alma991007644409706709)

ARRIAZA IBARRA, Karen i MORILLAS CANTERO, José G. (2022). After 4G and 5G, What will happen to open televisions in Spain? Situation of uncertainty for open televisions and the principle of universal access. *ZER: Revista De Estudios De Comunicación = Komunikazio Ikasketen Aldizkaria*, 27(53), 65-80. <https://ojs.ehu.eus/index.php/Zer/article/view/23888>

BIRKINBINE, Benjamin J; GÓMEZ, Rodrigo i WASKO, Janet (2016). *Global Media Giants* New York; Routledge. [https://bibcercador.uab.cat/permalink/34CSUC\\_UAB/1eqfv2p/alma991000598599706709](https://bibcercador.uab.cat/permalink/34CSUC_UAB/1eqfv2p/alma991000598599706709)

BONINI-BALDINI, Tiziano, TÚÑEZ-LÓPEZ Miguel & BARRIENTOS-BÁEZ, Almudena (2021). Public service media in the age of platformization of culture and society. A: Túñez-López M, Campos-Freire F and Rodríguez-Castro M *The values of public service media in the Internet society*. Cham: Palgrave MacMillan, pp. 45-58. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-56466-7\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-030-56466-7_3)

BREVINI, Benedetta & SWIATEK, Lukasz (2021). *Amazon: understanding a global communication giant*. Routledge. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uab/detail.action?pq-origsite=primo&docID=6367837>

CAGÉ, Julia (2016). *Salvar los medios de comunicación*. Barcelona: Anagrama.

CAÑEDO, Azahara & SEGOVIA, Ana I. (2022). La plataformización de los medios de comunicación de servicio público. Una reflexión desde la economía política de la comunicación. A: Goyanes, Manuel & Campos-Rueda, Marcela (Eds.). *Gestión de medios públicos en el entorno digital* (pp. 65-88). Valencia: Tirant Humanidades.

CEREZO, Pepe (2022). *Deconstruyendo los medios. Cómo adaptar las empresas de comunicación al entorno digital*. Córdoba: Editorial Almuzara.

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (2023). *Informe 2022. L'audiovisual a Catalunya*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. <https://www.cac.cat/es/acords-recerca/informes-del-sector-audiovisual>

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA Butlletí d'informació sobre l'audiovisual de Catalunya <https://www.cac.cat/index.php/acords-recerca/biac-%28-informes-del-sector-quadrimestrals-%29> (Informes quadrimestrals)

DONDERS, Karen (2021) *Public service media in Europe: law, theory and practice*. Londres: Taylor & Francis Group. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uab/detail.action?docID=6550956>.

DOYLE, Gillian (2018) Television and the development of the data economy: data analysis, power and the public interest. *International Journal of Digital Television*, 9(1), pp. 53-68. <https://eprints.gla.ac.uk/175294/1/175294.pdf>

FERNÁNDEZ ALONSO, Isabel (ed.) (2017). *Austeridad y clientelismo. Política audiovisual en España en el contexto mediterráneo y de la crisis financiera*. Barcelona: Gedisa. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&scope=site&db=nlebk&db=nlabk&AN=2352584>

GARCÍA SANTAMARÍA, José Vicente (2016). *Los grupos multimedia españoles. Análisis y estrategias*. Barcelona: Editorial UOC. <http://site.ebrary.com/lib/bibliotecasuab/detail.action?docID=11286116>

GOYANES, Manuel & CAMPOS-RUEDA, Marcela (Eds.). *Gestión de medios públicos en el entorno digital*. Valencia: Tirant Humanidades.

HARI, Johann (2023). El valor de la atención: Por qué nos la robaron y cómo recuperarla. Ediciones Península.

INNERARITY, Daniel & COLOMINA, Carme (2020). La verdad en las democracias algorítmicas. *Revista CIDOB d'afers internacionals* (124), 11-24. <https://www.jstor.org/stable/26975706>

MAGALLÓN ROSA, Raúl (2023) *Updating news: información y democracia*. Madrid: Pirámide.

MCDONALD, Paul (Ed.) (2022). *The Routledge Companion to Media Industries*. Routledge. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uab/detail.action?pq-origsite=primo&docID=6733218>

NEWMAN, Nic; FLETCHER, Richard; EDDY, Kirsten; ROBERTSON, Craig T.; KLEIS NIELSEN, Rasmus. (2023). *Digital News Report 2023*. Oxford: Reuters Institute. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital\\_News\\_Report\\_2023.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-06/Digital_News_Report_2023.pdf)

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

QUINTAS-FROUFE, Natalia; GONZÁLEZ-NEIRA, Ana (coords.) (2021). *Los estudios de la audiencia. De la tradición a la innovación*. Barcelona: Gedisa.

SALAVERRÍA, Ramón; MARTÍNEZ-COSTA, Pilar (eds.) (2021) *Medios nativos digitales en España. Caracterización y tendencias*. Salamanca: Comunicación Social.

TÚÑEZ-LÓPEZ, Miguel; CAMPOS-FREIRE, Francisco; y RODRÍGUEZ-CASTRO, Marta (eds.) (2021). *The values of public service media in the Internet society*. Londres: Palgrave Macmillan. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/uab/detail.action?docID=6521535>.

Webs:

Barlovento Comunicación <https://www.barloventocomunicacion.es/>

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) - Blog <https://blog.cnmc.es/>

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

Guia de la radio: <http://guiadelaradio.com/>

## Programari

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

## Llista d'idiomes

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(SEM) Seminaris	11	Espanyol	segon quadrimestre	matí-mixt
(SEM) Seminaris	12	Català	segon quadrimestre	matí-mixt
(SEM) Seminaris	13	Català	segon quadrimestre	matí-mixt
(SEM) Seminaris	21	Català	segon quadrimestre	matí-mixt
(SEM) Seminaris	22	Català	segon quadrimestre	matí-mixt
(SEM) Seminaris	23	Espanyol	segon quadrimestre	matí-mixt
(TE) Teoria	1	Espanyol	segon quadrimestre	matí-mixt
(TE) Teoria	2	Català	segon quadrimestre	matí-mixt