

Estructura de la comunicació: una introducció

Raquel Herrera Ferrer
Mariela Gómez Ponce

PID_00172295

Material docent de la UOC

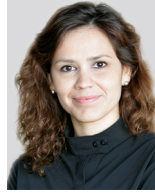


Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu

**Raquel Herrera Ferrer**

Professora, investigadora i traductora especialitzada en comunicació digital. DEA en Comunicació Social per la UPF. Autora del llibre *Tempus fugit: el relato interactivo* (premi Jove de Comunicació per la Universitat Complutense de Madrid i Espais a la Crítica d'Art Inèdita). Consultora dels Estudis de Comunicació de la UOC, prepara la seva tesi doctoral i escriu el blog Tempus Fugit.

**Mariela Gómez Ponce**

És doctorada en Ciències de la Informació per la Universitat de Navarra des del 2004. Directora de Comunicacions Corporatives de l'empresa Autoritas Consulting, empresa d'estratègies i campanyes de reputació a la Xarxa. Professora associada de la Universitat de Saragossa i coautora del llibre *El debate de los debates 2008*, editat per l'Acadèmia de les Arts i la Televisió el 2009.

L'encàrrec i la creació d'aquest material docent han estat coordinats per la professora: Candela Ollé Castellà (2011)

Primera edició: setembre 2011
© Raquel Herrera Ferrer, Mariela Gómez Ponce
Tots els drets reservats
© d'aquesta edició, FUOC, 2011
Av. Tibidabo, 39-43, 08035 Barcelona
Disseny: Manel Andreu
Realització editorial: Eureka Media, SL
Dipòsit legal: B-23.641-2011

Cap part d'aquesta publicació, incloent-hi el disseny general i la coberta, no pot ser copiada, reproduïda, emmagatzemada o transmesa de cap manera ni per cap mitjà, tant si és elèctric com químic, mecànic, òptic, de gravació, de fotocòpia o per altres mètodes, sense l'autorització prèvia per escrit dels titulars del copyright.

Introducció

L'estudi de l'estructura de la comunicació resulta tot un desafiament en els nostres dies, considerant els canvis ràpids i constants que s'estan produint en les diferents esferes de les nostres vides (econòmics, socials, polítics, comunicatius), motivats en més o menys mesura per la difusió de les tecnologies de la informació i la comunicació.

Hem passat d'un model social i econòmic capitalista, en què els mitjans de comunicació de massa dictaven els discursos i temes preferents als diversos estats nacionals, a una societat també capitalista però cada cop més globalitzada, marcada per influxos internacionals i particularitats locals, en què els mitjans de comunicació de massa coexisteixen amb noves formes de comunicació digital que faciliten la participació ciutadana i l'assoliment de la seva autonomia.

Aquesta introducció no pretén abastar el conjunt de l'assignatura, però sí copsar certs fenòmens, tendències i canvis, que van començar a gestar-se a principis del segle XX i que avui en dia ens fan considerar, segons defensa des de fa més d'una dècada el sociòleg Manuel Castells, que no vivim en una "societat de la informació", sinó directament en una "societat informacional".

Aquesta introducció proposa dues parts per comprendre, encara que sigui sucintament, el context de la societat informacional:

1) Una primera part d'antecedents, que correspon al mòdul 1, "D'on venim? De la revolució industrial a la revolució informacional", en què veurem els orígens dels mitjans de comunicació de massa, dels sistemes informàtics, de la societat globalitzada arran de les revolucions industrials i de les nocions clau de *societat informacional* i *cultura de la virtualitat real*.

2) Una segona part d'anàlisi del present, el mòdul 2, "Cap a on anem? El nou model de comunicació sintètica en xarxa", en què es presenta la *comunicació sintètica en xarxa*, en la qual coexisteixen diversos models de mitjans, i es contrasten les tendències de concentració i convergència d'empreses i mitjans amb l'increment de la participació comunicativa i sociopolítica de la ciutadania.

Esperem que aquesta introducció us ofereixi un context pràctic per a encarar les diverses PAC o exàmens que es proposin per a aquesta assignatura, sobretot en el vessant de descoberta dels mitjans, els orígens, els desenvolupaments i les funcionalitats d'aquests mitjans, i també material de reflexió que us permeti encarar l'avaluació amb esperit crític i informat.

Aquesta introducció acompanyarà la presentació de cadascuna de les PAC, i també el començament de les lectures preparatòries per als qui s'avaluïn mitjançant un examen, i es tindrà en compte quan s'elaborin els enunciats de les proves finals o exàmens.

Aquesta introducció està pensada com a eina, els conceptes de la qual poden resultar útils i inspiradors per a aquesta assignatura dels Estudis o per a d'altres, i també per a futurs desenvolupaments professionals.

El diàleg, però, sempre continuarà als mitjans de comunicació que ens envolten i dins de les mateixes aules en les diverses formes de debat o fòrum. Per tant, si teniu dubtes, suggeriments o altres qüestions en relació amb aquesta introducció que penseu que poden enriquir el vostre coneixement, el dels companys i els continguts d'aquesta introducció, si us plau, no dubteu a comunicar-nos-els.

Benvinguts a *Estructura de la comunicació: una introducció*.

Objectius

Els objectius que ha d'assolir l'estudiant amb aquesta assignatura són els següents:

1. Conèixer els orígens dels mitjans de comunicació de massa com a formes d'expressió i poder, en relació amb la diversificació de mitjans actuals i l'articulació en xarxa d'aquests mitjans.
2. Conèixer els invents i innovacions que van portar al desenvolupament del sistema informàtic com a nou paradigma comunicatiu de la nostra època.
3. Valorar críticament les formes globalitzades d'economia capitalista marcada pel model de desenvolupament informacional.
4. Conèixer el traspàs de la societat en transició a la societat informacional o en xarxa i les contradiccions evolutives que genera la coexistència de totes dues.
5. Conèixer la cultura present entre el (ciber)pessimisme i el (ciber)optimisme, en què les accions tenen conseqüències més enllà de la presencialitat, seguint el *paradigma de la virtualitat real*.
6. Conèixer el model de comunicació sintètica en xarxa en què els mitjans de comunicació de massa interactuen amb formes digitalitzades o digitals de mitjans, i ascendeix la figura del consumidor proactiu.
7. Saber establir la interrelació entre les polítiques de concentració i convergència empresarial i els desitjos i necessitats dels consumidors en relació amb les seves matrius i dietes de mitjans.
8. Conèixer els vessants polítics que han quedat afectats per la difusió de les tecnologies digitals en general i les xarxes socials en particular.
9. Saber especular sobre les formes d'autonomia comunicativa i sociopolítica que es posen a l'abast dels consumidors, espectadors i ciutadans a causa del panorama social i comunicatiu canviant.
10. Conèixer, en definitiva, els canvis socials, econòmics i polítics que s'han produït els darrers anys en l'estructura comunicativa, emfatitzant els processos d'introducció i proliferació de les tecnologies de la informació i la comunicació en tots els àmbits de la vida.

Continguts

Mòdul didàctic 1

D'on venim? De la revolució industrial a la revolució informacional

Raquel Herrera Ferrer

1. Desenvolupaments tecnològics
2. Desenvolupaments econòmics
3. Desenvolupaments socials

Mòdul didàctic 2

Cap a on anem? El nou model de comunicació sintètica en xarxa

Raquel Herrera Ferrer i Mariela Gómez Ponce

1. El paper dels mitjans: dels mitjans de comunicació de massa en la comunicació sintètica en xarxa
2. El paper de les corporacions: convergència no assolida, aventura del contingut, conglomerats multimèdia, matrius i dietes de mitjans
3. El paper dels polítics: introducció a la política informacional i la (ciber) democràcia contínua
4. El paper de la ciutadania: cercar l'autonomia comunicativa i sociopolítica

Bibliografia

Cardoso, Gustavo (2010). *Los medios de comunicación en la sociedad en red: filtros, escaparates y noticias* (2a. ed., cap. 0-3). Barcelona: UOC.

Castells, M. (2002). "A Sociedade em Rede". A: *Era da Informação. Economia, Sociedade e Cultura* (vol. I). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkain. [Edició en castellà: *La era de la informació*. Vol. I: *La sociedad en red*. Madrid: Alianza, 2005.]

Castells, M. (2003). "O Poder da Identidade". A: *Era da Informação. Economia, Sociedade e Cultura* (vol. II). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkain. [Edició en castellà: *La era de la informació*. Vol. II: *El poder de la identidad*. Madrid: Alianza, 2006.]

Castells, M. (2004). *O Fim de Milénio. A Era da Informação. Economia, Sociedade e Cultura* (vol. III). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkain. [Edició en castellà: *La era de la informació*. Vol. III: *Cambio de milenio*. Madrid: Alianza, 2006.]

Castells, M.; Himanen, P. (2002). *The Information Society and the Welfare State: the Finnish model*. Oxford: Oxford University Press. [Edició en castellà: *La sociedad de la información y el estado del bienestar: el modelo finlandés*. Madrid: Alianza, 2002.]

