



# **Memòria d'activitats 2011-2014**

**Tarragona, desembre de 2014**

**[catedra.comunicacio@urv.cat](mailto:catedra.comunicacio@urv.cat)**

**[www.urv.cat/catedres/catedra\\_comunicacio](http://www.urv.cat/catedres/catedra_comunicacio)**



## Sumari

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| Presentació .....                                    | 3  |
| 1. Docència .....                                    | 4  |
| 1.1. MASTERDEC                                       |    |
| 1.2. Màster en Continguts Televisius d'Entreteniment |    |
| 1.3. Doctorat                                        |    |
| 2. Recerca.....                                      | 9  |
| 2.1. Projectes                                       |    |
| 2.2. Articles                                        |    |
| 2.3. Llibres i capítols de llibres                   |    |
| 2.4. CICS                                            |    |
| 2.5. Congressos                                      |    |
| 3. Divulgació .....                                  | 28 |
| 3.1. CEICS: Nobel Campus                             |    |
| 3.2. Setmana de la Ciència                           |    |
| 3.3. Promoció de la càtedra URV/REPSOL               |    |
| 4. Transferència de coneixement .....                | 36 |
| 4.1 - Projecte EYTO                                  |    |
| 4.2 - Congrés AECOC                                  |    |
| 5. Altres activitats .....                           | 39 |
| 5.1 - Experiència de periodista                      |    |
| 5.2 - Taller de periodisme digital Guia Repsol       |    |
| 5.3 - Factoria 2.0 + El microones                    |    |
| 5.4 - Graduació d'estudiants                         |    |

## Presentació

La Càtedra Internacional URV/Repsol d'Excel·lència en Comunicació realitza activitats de formació superior, de recerca i de comunicació social de la ciència. La càtedra projecta internacionalment la recerca científica i transfereix coneixement a la societat, alhora que prestigia la comunicació com a disciplina acadèmica i reforça l'estructura institucional de la URV.

La recerca en comunicació i sobre les seves interaccions amb les dimensions socioeconòmica, política i cultural, en el context de Tarragona en particular i de Catalunya en general, millora la qualitat ètica i estètica de les pràctiques comunicatives actuals, tan pel que fa a la producció i a la difusió de contingut com pel que fa al seu consum i apropiació per part de la ciutadania.

### Missió

La càtedra té com a missió la generació i socialització del coneixement en l'àmbit de la comunicació social des d'una perspectiva centrada en l'excel·lència professional dels continguts i de les pràctiques comunicatives de les societats contemporànies avançades.

### Objectius

- Generar coneixement de qualitat i socialment rellevant entorn de la comunicació social en les seves múltiples formes i canals.
- Promoure bones pràctiques tan per part dels mitjans de comunicació i els periodistes com de les empreses i les institucions en la seva qualitat d'actors socials responsables.
- Contribuir a la formació d'alt nivell dels futurs/es professionals del periodisme, de la creació audiovisual i de la comunicació corporativa.
- Promoure la divulgació internacional de la investigació de qualitat sobre comunicació social generada a la URV.

Les activitats de la Càtedra Internacional URV/Repsol d'Excel·lència en Comunicació es concreten en tres àmbits: docència, recerca i divulgació.

- Docència: seminaris pràctics d'excel·lència comunicativa impartits per professionals i experts de trajectòria reconeguda i dirigits als alumnes de màster i de doctorat.
- Recerca: cofinançament d'investigacions sobre temes de rellevància social i intel·lectual relacionats amb les línies del grup de recerca ASTERISC: comunicació de risc i estudis culturals.
- Divulgació: organització de congressos internacionals, edició de la *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies (CJCS)*, comunicació científica i realització de continguts audiovisuals.

ASTERISC i el Departament d'Estudis de Comunicació compten amb alguns dels millors indicadors de la URV pel que fa a optimització de recursos econòmics i humans, a la seva productivitat científica i a la captació de finançament:

|                                                                          |                              |
|--------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| Articles indexats JCR-Web of knowledge (2005-2013)                       | 31                           |
| Total sol·licituds presentades a convocatòries competitives (2009-2013)  | 105                          |
| Total sol·licituds aprovades (2009-2013)                                 | 48 (8 pendents de resolució) |
| Total finançament aconseguït (2009-2013)                                 | 833.091,95 €                 |
| Total acreditacions de membres del grup sotmeses a avaluació (2009-2013) | 33                           |
| Total acreditacions reconegudes (2009-2013)                              | 20 (9 pendents de resolució) |

**El conveni per al període 2011-2013, signat per l'exrector de la URV, Francesc Xavier Grau, i pel llavors director del Complex Industrial de Repsol a Tarragona, Joan Pedrerol, va vèncer el passat 29 de juny de 2014. La renovació del conveni, pel període 2014-2016, serà signada pel rector Josep Antón Ferré i pel nou director del Complex Industrial de Tarragona, Josep Francesc Font.**

## 1 . Docència

### 1.1 - MASTERDEC

El MASTERDEC és un màster universitari oficial impulsat pel Departament d'Estudis de Comunicació. Compta amb el suport de la Càtedra d'Excel·lència en Comunicació URV/Repsol i d'ASTERISC, grup consolidat d'investigació en comunicació.

La particularitat del màster es fonamenta en "l'Experiència MasterDEC", que l'identifica i el distingeix sobre la base de tres conceptes: estratègia, internacionalització i personalització. El màster està enfocat a la gestió estratègica de la comunicació a les organitzacions, institucions i empreses. El seu objectiu bàsic és formar persones responsables i competents en l'exercici professional i la investigació acadèmica, proporcionant els coneixements adequats als conceptes, habilitats i valors fonamentals de la comunicació estratègica en entorns complexos. Ofereix un coneixement dels aspectes clau de la comunicació estratègica, capacitant els alumnes pel seu anàlisi, avaluació, diagnòstic, planificació i implementació.

L'obtenció del MASTERDEC permet sol·licitar l'accés al programa de Doctorat en Antropologia i Comunicació de la URV, així com també a qualsevol altre doctorat de les universitats espanyoles.



#### Professors convidats

Kathy Matilla - Professora de la Facultat de Comunicació Blanquerna de la Universitat Ramon Llull. Ha treballat com a consultora estratègica de comunicació a Azko, Bridgestone, Gallina Blanca, Firestone, Mahou-San Miguel, Hoechst, La Caixa, Legrain, Louis Vuitton-Moët-Hennessy, Nokia, Pfizer, Rolex Suisse, Revlon, Satélite ASTRA i el Partit Demòcrata dels EUA.

Alfonso González Herrero - Director de comunicació i relacions externes d'IBM per Espanya, Portugal, Grècia i Israel. Professor Associat de la universitat Rey Juan Carlos de Madrid. Ha treballat a Burson-Marsteller i a Hill&Knowlton a Nova York. És autor del llibre "Marketing preventivo: la comunicación de crisis en la empresa".



José Carlos Losada - Professor de Relacions Públiques i Comunicació Corporativa de la universitat de Múrcia. Ha publicat els llibres "Prensa e Imagen Corporativa", "Gestión de la Comunicación en las organizaciones" i "Comunicación en la gestión de crisis". És consultor de comunicació i imatge per a partits polítics, personatges públics, institucions i empreses.



Antonio Castillo - Professor de Relacions Públiques a la universitat de Màlaga. Director del Màster Oficial “Dirección estratégica e Innovación en Comunicación” i el Doctorat “Gestión Estratégica en Comunicación” de la universitat de Màlaga. Director de l’Institut de Investigación en Relaciones Públicas. President de l’Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas (AIRP).

Guillermo Brea - Ha treballat els darrers vint anys assessorant organitzacions públiques i privades en estratègia de marca i comunicació. Guanyador del Premi Innovar en les edicions de 2008 i 2009 i docent universitari des de 1989. És director del Postgrau en Identitat Corporativa a la universitat de Buenos Aires.

Francisco Javier Garrido - Ha estat director de programes de MBA a Europa y Amèrica. És professor convidat de postgraus i MBA a Espanya, Itàlia i els EUA. Ha estat consultor i col·labora en mitjans de comunicació econòmics com la Harvard Business Review y Expansión. És autor dels llibres Pensament Estratégic i Comunicació de l’estratègia (Deusto), i de la guia Elegir un MBA 2010–2011, de Editorial Planeta.



Hugo Pardo Kuklinski - Fundador i Director general d’Outliers School. Director d’Imagine PostDigital 2012. Investigador del Laboratori de Mitjans Interactius (LMI), Universitat de Barcelona. Autor dels llibres “Geconomía. Un radar para producir en el postdigitalismo” i “Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food”. Produïx [digitalismo.com](http://digitalismo.com).



David Domingo - Professor de la universitat Lliure de Brussel·les. Va ser president del Grup de Periodistes Digitals (2004-2006). Va treballar com a responsable d’investigació de Lavinia, empresa de projectes de comunicació digital (2000-01). Ha realitzat informes sobre l’evolució d’internet a Catalunya per l’Institut de la Comunicació de la UAB, el Consell de l’Audiovisual de Catalunya i la Societat Catalana de Comunicació. Ha participat en el projecte MediaAct sobre responsabilitat social de les empreses periodístiques.

## Beques

En les diferents edicions del MASTERDEC, la Càtedra URV/Repsol ha finançat beques de 1.500 € per tal de contribuir al pagament de les matrícules dels candidats sel·leccionats a partir del següents criteris: a) Titulació de grau o equivalent afí a la temàtica del màster: Periodisme, Comunicació Audiovisual i Publicitat i Relacions Públiques (3 punts), b) currículum Vitae (fins a 3 punts), c) nivell de coneixement de l’anglès (1 punt) i, d) trobar-se en situació d’atur (1 punt). Alguns dels alumnes becats han estat els següents:

Bañuls Estruch, Aida

Huialcaleo Mateluna, Maria Pi (Xile)

Marchesi Garcia, Monica Olivia (Veneçuela)

Tunsoiu, Alina-Gheorghita (Itàlia)

Vaianinchenko, Anastasia (Ucraïna)

María Alejandra Arrellaga (Paraguai)

Javier Mayorga (Colòmbia)

Ileana Zeler (Itàlia)

Andrea Szabova (Eslovàquia)

## 1.2 - Màster en Continguts Televisius d'Entreteniment

El Màster en Continguts Televisius d'Entreteniment neix de la necessitat de formar els professionals que reclama la indústria de la televisió, oferint l'oportunitat de fer un aprenentatge especialitzat, amb l'objectiu que la formació serveixi per crear, desenvolupar i comercialitzar el contingut dels programes de la televisió d'entreteniment. Es tracta d'aprendre, en definitiva, a fer televisió industrial i de qualitat per a tots els públics: entretinguda, divertida i ben feta.

L'última dècada de la producció televisiva a Espanya i a Europa en general s'ha caracteritzat, des del punt de vista dels continguts, per l'increment dels formats d'entreteniment. Gèneres com els concursos, els programes divulgatius, d'humor, els docu-shows, els late-shows, els magazines en totes les seves expressions, els reality shows i els talent shows ocupen gran part de la graella televisiva dels canals públics i privats. El gènere de l'entreteniment s'ha convertit en el contingut més important de les televisions generalistes i, per tant, de la producció de les empreses espanyoles dedicades a l'audiovisual.

El panorama televisiu actual, caracteritzat per la complexitat i els canvis, requereix, d'una banda, alts graus d'especialització que difícilment poden oferir els estudis de llicenciatura o els actuals graus i, d'altra, un reciclatge constant dels coneixements per part dels professionals del sector. En aquest sentit, el Màster en Continguts Televisius d'Entreteniment es proposa com un complement idoni per als actuals estudis universitaris i per als professionals de la indústria audiovisual que vulguin especialitzar-se en el disseny de continguts i/o la producció i comercialització dels formats televisius d'entreteniment que, com hem assenyalat, són els que gaudeixen de major demanda.



Aquesta progressiva transformació del mitjà televisiu necessita nous professionals i una indústria forta, amb empreses molt ben preparades per desenvolupar grans formats i espectacles televisius. Això vol dir que aquestes empreses necessiten de l'expertesa d'una nova generació de professionals que contribueixin a crear un producte televisiu final de qualitat i èxit. El Màster en Continguts Televisius d'Entreteniment es preocupa de formar aquests experts, professionals dels diferents àmbits, que tan poden ser creatius, redactors, guionistes, productors... així com professionals del sector tècnic, realitzadors, regidors, il·luminadors, tècnics de plató en general.

Cadascú des de la seva formació inicial o professió seguirà els estudis per capacitar-se i ocupar en el futur el lloc de treball específic, dins de la indústria que crea, desenvolupa i fa programes de televisió.

## Inauguració del curs 2014-2015

Dilluns, 20 d'octubre de 2014, es va inaugurar la segona edició del Màster en Continguts Televisius d'Entreteniment URV-Gestmusic. L'acte va tenir lloc a les 16.30h., a la sala de vistes del Campus Catalunya (edifici A1, planta 3a.), i va consistir en una breu benvinguda i les conferències de Tinet Rubira (director de Gestmusic Endemol) i Manuel Palacio (Universidad Carlos III), que va parlar sobre la importància i la legitimació de la televisió d'entreteniment.

El Màster en Continguts Televisius d'Entreteniment es va posar en marxa el curs 2013-2014 amb l'objectiu de proporcionar als participants la formació adequada en els àmbits de la creació i producció de continguts audiovisuals d'entreteniment i en el de la seva comercialització a nivell nacional i internacional.

El màster s'organitza a partir de dos diplomes d'especialització professional, el primer en producció i el segon en comercialització. En un món televisiu cada vegada més complex, aquest dos eixos vertebradors són fonamentals per tal de conèixer a fons el món de la indústria televisiva i desenvolupar-se professionalment en aquest àmbit.

El màster es desenvolupa en les instal·lacions de Gestmusic-Endemol, a Barcelona, i en les de la URV, a Tarragona, i està impartit tan per professorat universitari com per professionals de la petita pantalla, responsables d'alguns dels programes amb més èxit de la televisió contemporània a l'Estat espanyol. La col·laboració amb Gestmusic-Endemol permet disposar d'instal·lacions i materials d'aquesta productora i de les seves empreses col·laboradores, actualitzar els continguts del màster i oferir pràctiques a la finalització dels estudis, segons la demanda del sector o dels propis alumnes.



### 1.3 - Doctorat

#### MARC

El curs 2013-2014, fruit de la reorganització dels programes de doctorat a la URV, el doctorat de Comunicació i el d'Antropologia s'han integrat en un únic títol amb l'objectiu de millorar la qualitat científico-acadèmica dels programes existents. A més, ASTERISC participa en el nou Centre de Recerca en Antropologia Mèdica ([MARC](#)) , que es va gestar durant el 2013 i es va presentar el 22 de gener de 2014 al Campus Catalunya.



#### Jornada de doctorat

La I Jornada d'Antropologia i Comunicació, que va tenir lloc dimecres, 26 de març, va presentar als estudiants del doctorat d'Antropologia i Comunicació diversos projectes de recerca que realitzen els investigadors del Departament d'Estudis de Comunicació (DEC) i del Departament d'Antropologia, Filosofia i Treball Social (DAFITS) adscrits al Grup de Recerca en Comunicació ASTERISC, al Grup d'Antropologia Social i al Medical Anthropology Research Center.

El programa va incloure la presentació de projectes i de resultats d'investigacions sobre temes de mobilitat; alimentació; memòria i identitat i gènere.



## 2. Recerca

### 2.1 - Projectes

El concurs de la Càtedra ha estat clau per a la realització d'ambiciosos projectes de recerca i per a la consolidació d'ASTERISC, reconegut com a grup consolidat de recerca en Comunicació per la Generalitat de Catalunya.

|                                                                                                                                                                                         |                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| <b>Títol del projecte:</b> La gestió de la comunicació en els museus de Catalunya                                                                                                       |                                                           |
| <b>Investigador/a principal d'aquest projecte:</b> Paul Capriotti                                                                                                                       |                                                           |
| <b>Entitats participants:</b> URV, Universitat UCES de Buenos Aires, ICOM d'Argentina                                                                                                   |                                                           |
| <b>Duració:</b> 2011                                                                                                                                                                    |                                                           |
| <b>Títol del projecte:</b> L'excel·lència en la comunicació de les organitzacions a l'Estat Espanyol                                                                                    |                                                           |
| <b>Investigador/a principal d'aquest projecte:</b> Assumpció Huertas Roig                                                                                                               |                                                           |
| <b>Entitats participants:</b> URV, Col·legi de Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya, Ajuntament de Valls                                                                     |                                                           |
| <b>Duració:</b> 2011                                                                                                                                                                    |                                                           |
| <b>Títol del projecte:</b> Medios de comunicación y violencia de género: ¿Catalizadores o elementos de prevención?                                                                      |                                                           |
| <b>Investigador/a principal d'aquest projecte:</b> Iolanda Tortajada                                                                                                                    |                                                           |
| <b>Entitat finançadora:</b> Plan Nacional de I+D+i. Ministerio de Ciencia e Innovación.                                                                                                 |                                                           |
| <b>Duració:</b> de 2008                                                                                                                                                                 | <b> fins a 2011</b>                                       |
| <b>Títol del projecte:</b> Memorias en segundo grado: Posmemoria de la Guerra Civil, el franquismo y la transición democrática en la España contemporánea                               |                                                           |
| <b>Investigador/a principal d'aquest projecte:</b> Laia Quílez                                                                                                                          |                                                           |
| <b>Entitats participants:</b> Universidad Complutense de Madrid, Universidad Carlos III, Bates College, Bucknell University, Universidad Nacional de la Plata.                          | <b>Referència de la concessió:</b><br>CSO2013-41594-P     |
| <b>Títol del projecte:</b> El papel de la metáfora en la definición y percepción social de temas conflictivos. Instituciones, medios de comunicación y ciudadanos                       |                                                           |
| <b>Investigador/a principal d'aquest projecte:</b> Arantxa Capdevila                                                                                                                    |                                                           |
| <b>Entitats participants:</b> Universitat Autònoma de Barcelona, Cardiff University, Universitat Pompeu Fabra, Centro de investigación energética medioambiental y tecnológica - CIEMAT | <b>Referència de la concessió:</b><br>CSO2010-20047       |
| <b>Títol del projecte:</b> El audiovisual español contemporáneo en el contexto transnacional                                                                                            |                                                           |
| <b>Investigador/a principal d'aquest projecte:</b> Josetxo Cerdán los Arcos                                                                                                             |                                                           |
| <b>Entitat finançadora:</b> Ministerio de Ciencia e Innovación                                                                                                                          |                                                           |
| <b>Duració:</b> de 2011                                                                                                                                                                 | <b> fins a 2013 (pròrroga fins el 30 d'abril de 2014)</b> |



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                           |  |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--|
| <b>Títol del projecte:</b> FoodRisC. Benefit/risk perception and communication in the food chain                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                           |  |
| <b>Investigador/a principal d'aquest projecte:</b> Patrick Wall (Jordi Farré Coma per la URV)                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                           |  |
| <b>Entitat finançadora:</b> European Commission                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | <b>Referència de la concessió:</b> FP7-KBBE-2009-3-245124 |  |
| <b>Entitats participants:</b> URV, University of Bath, University of Southampton, Hylobates, White October, ISCTE-IUL; CIS-IUL, University of Twente, Free University of Berlin, EUFIC, University College Dublin, Focus Biz, University of Surrey, Ghent University, Food and veterinary Service, School of Business and Management, University Of London |                                                           |  |
| <b>Duració:</b> de 01/06/2010                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>fins a</b> 31/10/2013                                  |  |
| <b>Títol del projecte:</b> Uso e influencia de los social media y la comunicación 2.0 en la toma de decisiones turísticas y en la imagen de marca de los destinos                                                                                                                                                                                          |                                                           |  |
| <b>Investigador/a principal d'aquest projecte:</b> Assumpció Huertas Roig                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                           |  |
| <b>Entitat finançadora:</b> Ministerio de Economía y Competitividad                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Referència de la concessió:</b> CSO2012-34824          |  |
| <b>Entitats participants:</b> URV, University of Surrey, University of Wales Institute, Universidad de Málaga, Universidad de Vigo                                                                                                                                                                                                                         |                                                           |  |
| <b>Duració:</b> de 01/01/2013                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>fins a</b> 31/12/2015                                  |  |
| <b>Títol del projecte:</b> La comunicación del patrimonio cultural de los museos. Análisis comparativo de la gestión de la comunicación institucional y digital en los museos españoles y en los principales museos de referencia a nivel mundial                                                                                                          |                                                           |  |
| <b>Investigador/a principal d'aquest projecte:</b> Paul Capriotti Peri                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                           |  |
| <b>Entitat finançadora:</b> Ministerio de Ciencia e Innovación                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>Referència de la concessió:</b> CSO2011-25163-1        |  |
| <b>Entitats participants:</b> URV, Universidad de Alicante, Universidad de Murcia, Universidad Rey Juan Carlos, Universidad de Málaga, Universidad de Vigo                                                                                                                                                                                                 |                                                           |  |
| <b>Duració:</b> de 01/01/2012                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>fins a</b> 31/12/2014                                  |  |
| <b>Títol del projecte:</b> La construcción mediática de los conflictos políticos y territoriales en España: estudio de los discursos y de las narrativas                                                                                                                                                                                                   |                                                           |  |
| <b>Investigador/a principal d'aquest projecte:</b> Enric Castelló Cogollos                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                           |  |
| <b>Entitat finançadora:</b> Ministerio de Ciencia e Innovación                                                                                                                                                                                                                                                                                             | <b>Referència de la concessió:</b> CSO2010-20047          |  |
| <b>Entitats participants:</b> URV, URL, Universitat de Valencia, Universidade de Vigo, Universidad de Valladolid, Universitat de Vic, University of West Scotland, Glasgow Caledonian University, Universiteit Antwerpen, Université Franche Comté                                                                                                         |                                                           |  |
| <b>Duració:</b> de 01/01/2011                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>fins a</b> (prorrogat a 30/06/2014)                    |  |

A continuació s'exposen els resultats de dos dels projectes que han tingut un major ressò no només a nivell acadèmic i institucional sinó també a nivell públic i mediàtic, gràcies a les activitats de comunicació realitzades.

### 2.1.1 - Resultats del projecte FoodRisC

El Grup de Recerca ASTERISC ha participat en el projecte FoodRisC (Food Risk Communication. Perceptions and communication of food risks/benefits across Europe: development of effective communication strategies), del 7è Programa Marc de la Unió Europea (Call: FP7-KBBE-2009-3; Scientific area: Food, Agriculture and Fisheries, and Biotechnology). Com a soci del projecte, ASTERISC ha col·laborat en el desenvolupament del FoodRisC Resource Centre, un lloc web interactiu que ajuda els professionals de la cadena alimentària a elaborar missatges fluids, acreditats i coherents sobre els riscos i beneficis alimentaris.

El FoodRisC Resource Centre ofereix informació online (guies d'actuació, casos d'estudi, consells d'ús dels social media i aplicacions 2.0, eines de recerca) i suggereix estratègies concretes en cas de crisi alimentària (recomanacions per a la presa de decisions, pros & cons i exemples pràctics).



El FoodRisC Resource Centre inclou l'aplicació Vizzata ([www.vizzata.com](http://www.vizzata.com)) perquè els comunicadors puguin explorar la resposta als missatges nous, conflictius i incerts. Vizzata va ser utilitzada per estudiar les percepcions dels consumidors durant l'escàndol que va esclatar a Irlanda el gener de 2013 i que va afectar altres països europeus en detectar-se carn de cavall comercialitzada com si fos de vacum (cas d'estudi).



## 2.1.2 - Mitjans i conflicte

Un seminari al campus Catalunya va servir per presentar els resultats del projecte “La construcción mediática de los conflictos políticos y territoriales en España. Estudio de los discursos y narrativas”. Aquest estudi ha durat tres anys i ha comptat amb una dotzena d'investigadors d'ASTERISC i d'universitats catalanes, espanyoles i europees.



[Vídeo](#) del projecte.

En la presentació van intervenir entre altres l'investigador principal del projecte, Enric Castelló (URV) i Hugh O'Donnell, professor de la Glasgow Caledonian University. Durant l'acte, que va tenir lloc el 18 de febrer, es van debatre alguns suggeriments per al tractament periodístic dels conflictes polítics, resultat del treball de recerca.



### Seminari

#### Els mitjans de comunicació davant els conflictes polítics

**18 Febrer 2014, Tarragona**

Sala de Juntes

Campus Catalunya, Universitat Rovira i Virgili

11.00 - 11.30 *Presentació dels resultats del projecte “La construcció mediàtica dels conflictes polítics i territorials a Espanya. Estudi dels discursos i narratives”*

**Enric Castelló, Universitat Rovira i Virgili**

11.30 - 12.00 *Els mitjans escocesos davant la consulta*

**Hugh O'Donnell, Glasgow Caledonian University**

12.00 - 12.30 *Consideracions i suggeriments per al tractament periodístic del conflicte polític en el context espanyol*

12.30 - 13.00 *Torn de preguntes i intervencions*

Amb el suport de:



Més informació: [ComCiència URV-CEICS](#).

[Blog](#) del projecte.

## 2.2 - Articles

La Càtedra URV/Repsol dóna suport a la publicació d'articles dels investigadors d'ASTERISC en revistes acadèmiques indexades en bases de dades d'impacte internacional. El suport de la càtedra es concreta en el finançament dels serveis de correcció d'originals en anglès i en la traducció de textos a aquesta llengua. Aquests són alguns dels articles publicats recentment:

|                                                                                                                                                                                                          |                                        |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|--|
| <b>Autors/res (per ordre de signatura):</b> Tortajada, I., Comas d'Argemir, D.; Martínez, R.                                                                                                             |                                        |  |
| <b>Títol:</b> Inmigración, crisis económica y discursos radiofónicos: hacia un lenguaje excluyente                                                                                                       |                                        |  |
| <b>Revista (títol, volum, pàgina inicial- final):</b> <i>Estudios sobre el mensaje periodístico</i> , 20(2)                                                                                              |                                        |  |
| <b>Any:</b> 2014                                                                                                                                                                                         | <b>Clau (A: article, R: review):</b> A |  |
| <b>Autors/res (per ordre de signatura):</b> Prades, J.; Farré, J.; Gonzalo, J.                                                                                                                           |                                        |  |
| <b>Títol:</b> Journalists and bloggers. Professional identities and practices in foodrisk/benefits communications in Spain                                                                               |                                        |  |
| <b>Revista (títol, volum, pàgina inicial- final):</b> <i>Comunicacion y Sociedad</i> ,1(XXVII)                                                                                                           |                                        |  |
| <b>Any:</b> 2014                                                                                                                                                                                         | <b>Clau (A: article, R: review):</b> A |  |
| <b>Autors/res (per ordre de signatura):</b> Espluga, J.; Farré, J.; Gonzalo, J.; Prades, A.                                                                                                              |                                        |  |
| <b>Títol:</b> Algunos factores que inhiben la movilización social ante el riesgo: el caso del área petroquímica de Tarragona                                                                             |                                        |  |
| <b>Revista (títol, volum, pàgina inicial- final):</b> <i>Revista Española de Investigaciones Sociológicas</i> , 146, 191-216                                                                             |                                        |  |
| <b>Any:</b> 2014                                                                                                                                                                                         | <b>Clau (A: article, R: review):</b> A |  |
| <b>Autors/res (per ordre de signatura):</b> Quílez, L.                                                                                                                                                   |                                        |  |
| <b>Títol:</b> De aquí a allá, de ayer a hoy: Posmemoria y cine documental en la España y la Argentina contemporáneas                                                                                     |                                        |  |
| <b>Revista (títol, volum, pàgina inicial- final):</b> <i>Olivar. Revista de Literatura y Cultura Españolas</i> , 20                                                                                      |                                        |  |
| <b>Any:</b> 2014                                                                                                                                                                                         | <b>Clau (A: article, R: review):</b> A |  |
| <b>Autors/res (per ordre de signatura):</b> Moragas, C.                                                                                                                                                  |                                        |  |
| <b>Títol:</b> Repudiating Feminism. Young women in a neoliberal world                                                                                                                                    |                                        |  |
| <b>Revista (títol, volum, pàgina inicial- final):</b> <i>Catalan Journal of Communication and Cultural Studies</i> , 6 (1), 160-162.                                                                     |                                        |  |
| <b>Any:</b> 2014                                                                                                                                                                                         | <b>Clau (A: article, R: review):</b> A |  |
| <b>Autors/res (per ordre de signatura):</b> Pieter Rutsaert, Zuzanna Pieniak, Áine Regan, Áine McConnon, Margôt Kuttschreuter, Mònica Lores, Natàlia Lozano, Antonella Guzzon, Dace Santare, Wim Verbeke |                                        |  |
| <b>Títol:</b> Social media as a useful tool in food risk and benefit communication? A strategic orientation approach                                                                                     |                                        |  |
| <b>Revista (títol, volum, pàgina inicial- final):</b> <i>Food policy</i> , 46 (2014), 84-93.                                                                                                             |                                        |  |
| <b>Any:</b> 2014                                                                                                                                                                                         | <b>Clau (A: article, R: review):</b> A |  |

|                                                                                                       |                                        |                                         |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------|
| <b>Autors/res (per ordre de signatura):</b> Capriotti, P.                                             |                                        |                                         |
| <b>Títol:</b> Managing strategic communication in museums. The case of Catalan museums                |                                        |                                         |
| <b>Revista (títol, volum, pàgina inicial- final):</b> <i>Comunicación y sociedad</i> , 26 (3), 98-116 |                                        |                                         |
| <b>Any:</b> 2013                                                                                      | <b>Clau (A: article, R: review):</b> A |                                         |
| <b>Índex d'impacte (SCI/SSCI):</b> JCR 2012                                                           |                                        | <b>Quartil i àrea (SCI/SSCI):</b> 0,439 |
| <b>Altres índexs de qualitat (consignar base de dades i índex d'impacte):</b> SCOPUS, CARHUS+         |                                        |                                         |
| <b>ISSN:</b> 1386-6710                                                                                |                                        |                                         |

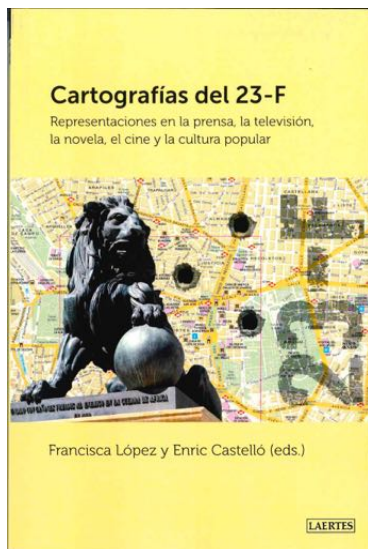
|                                                                                                                                                                                            |                                         |  |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|--|
| <b>Autors/res (per ordre de signatura):</b> López, B.                                                                                                                                      |                                         |  |
| <b>Títol:</b> Creating fear: the social construction of human Growth Hormone as a dangerous doping drug                                                                                    |                                         |  |
| <b>Revista (títol, volum, pàgina inicial- final):</b> International review for the sociology of sport, 48 (2), 220-237                                                                     |                                         |  |
| <b>Any:</b> 2013                                                                                                                                                                           | <b>Clau (A: article, R: review):</b> A  |  |
| <b>Índex d'impacte (SCI/SSCI):</b> JCR 2012                                                                                                                                                | <b>Quartil i àrea (SCI/SSCI):</b> 1,125 |  |
| <b>Altres índexs de qualitat (consignar base de dades i índex d'impacte):</b> SCOPUS                                                                                                       |                                         |  |
| <b>ISSN:</b> 1012-6902                                                                                                                                                                     |                                         |  |
| <b>Autors/res (per ordre de signatura):</b> Castelló, E.                                                                                                                                   |                                         |  |
| <b>Títol:</b> Disrupting 'Wills to Truth'. How Catalan Documentary Contributed to the Democratization of Spanish Civil War Narratives                                                      |                                         |  |
| <b>Revista (títol, volum, pàgina inicial- final):</b> Memory Studies, on-line first, November 7th. Doi. 10.1177/1750698013508195                                                           |                                         |  |
| <b>Any:</b> 2013                                                                                                                                                                           | <b>Clau (A: article, R: review):</b> A  |  |
| <b>Índex d'impacte (SCI/SSCI):</b> JCR 2012                                                                                                                                                | <b>Quartil i àrea (SCI/SSCI):</b> 0,648 |  |
| <b>Altres índexs de qualitat (consignar base de dades i índex d'impacte):</b> SCOPUS                                                                                                       |                                         |  |
| <b>ISSN:</b> 1750-6980                                                                                                                                                                     |                                         |  |
| <b>Autors/res (per ordre de signatura):</b> Willem, C., Araüna, N., Crescenzi, L. and Tortajada, I.                                                                                        |                                         |  |
| <b>Títol:</b> Girls on Fotolog: Reproduction of gender stereotypes or identity play?                                                                                                       |                                         |  |
| <b>Revista (títol, volum, pàgina inicial- final):</b> <i>Interactions: Studies in Communication and Culture</i> , 2: 3. Págs. 225-242.                                                     |                                         |  |
| <b>Any:</b> 2012                                                                                                                                                                           | <b>Clau (A: article, R: review):</b> A  |  |
| <b>Autors/res (per ordre de signatura):</b> Capriotti, P.                                                                                                                                  |                                         |  |
| <b>Títol:</b> Las Vegas en Los Monegros: evaluación de la cobertura mediática del impacto económico y social de un proyecto de negocio desde la perspectiva de la comunicación corporativa |                                         |  |
| <b>Revista (títol, volum, pàgina inicial- final):</b> <i>Estudios sobre el mensaje periodístico</i> , 18(1). Págs. 305-320                                                                 |                                         |  |
| <b>Any:</b> 2012                                                                                                                                                                           | <b>Clau (A: article, R: review):</b> A  |  |
| <b>Autors/res (per ordre de signatura):</b> Martínez, I.J; Aguado, J.M.; Tortajada, I.                                                                                                     |                                         |  |
| <b>Títol:</b> Managing the unbalanced: gendered mobile appropriation, identity boundaries and social role coordination                                                                     |                                         |  |
| <b>Revista (títol, volum, pàgina inicial- final):</b> <i>Feminist Media Studies</i>                                                                                                        |                                         |  |
| <b>Any:</b> 2012                                                                                                                                                                           | <b>Clau (A: article, R: review):</b> A  |  |
| <b>Autors/res (per ordre de signatura):</b> Tortajada, I.; Willem, C.; Crescenzi, L.; Araüna.; Tellado, Il.                                                                                |                                         |  |
| <b>Títol:</b> Fotologs and love Socialisation processes. A conventional or a transformative model of sexuality and relationships?                                                          |                                         |  |
| <b>Revista (títol, volum, pàgina inicial- final):</b> <i>eYouth: Balancing between opportunities and risks</i> . Págs. 215-232.                                                            |                                         |  |
| <b>Any:</b> 2012                                                                                                                                                                           | <b>Clau (A: article, R: review):</b> A  |  |
| <b>Autors/res (per ordre de signatura):</b> Capriotti, P; Pardo Kuklinski, H.                                                                                                              |                                         |  |
| <b>Títol:</b> Assessing dialogic communication through the Internet in Spainsh Museums                                                                                                     |                                         |  |
| <b>Revista (títol, volum, pàgina inicial- final):</b> <i>Public Relations Review</i>                                                                                                       |                                         |  |
| <b>Any:</b> 2012                                                                                                                                                                           | <b>Clau (A: article, R: review):</b> A  |  |

|                                                                                                                                            |                                        |                                         |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|-----------------------------------------|
| <b>Títol:</b> Advertising stereotypes and gender representation in social networking sites                                                 |                                        |                                         |
| <b>Revista (títol, volum, pàgina inicial- final):</b> Comunicar, 41, 177-186                                                               |                                        |                                         |
| <b>Any:</b> 2013                                                                                                                           | <b>Clau (A: article, R: review):</b> A |                                         |
| <b>Índex d'impacte (SCI/SSCI):</b> JCR 2012                                                                                                |                                        | <b>Quartil i àrea (SCI/SSCI):</b> 0,350 |
| <b>Altres índexs de qualitat (consignar base de dades i índex d'impacte):</b> SCOPUS, CARHUS +, ERIH                                       |                                        |                                         |
| <b>ISSN:</b> 1134-3478                                                                                                                     |                                        |                                         |
| <b>Autors/res (per ordre de signatura):</b> Oliveira, A.; Capriotti, P.                                                                    |                                        |                                         |
| <b>Títol:</b> Strategic management of museum publics. From identification to communication                                                 |                                        |                                         |
| <b>Revista (títol, volum, pàgina inicial- final):</b> <i>Profesional de la información</i> , 22 (3), 210-214. DOI: 10.3145/epi.2013.may.03 |                                        |                                         |
| <b>Any:</b> 2013                                                                                                                           | <b>Clau (A: article, R: review):</b> A |                                         |
| <b>Autors/res (per ordre de signatura):</b> Castelló, E.; Dhoest, A.; Bastiaenssens, S.                                                    |                                        |                                         |
| <b>Títol:</b> The Mirror Effect: Spanish and Belgian Press Coverage of Political Conflicts in Flanders and Catalonia                       |                                        |                                         |
| <b>Revista (títol, volum, pàgina inicial- final):</b> <i>International Journal of Communication</i> , 7, 1622-1640.                        |                                        |                                         |
| <b>Any:</b> 2013                                                                                                                           | <b>Clau (A: article, R: review):</b> A |                                         |
| <b>Autors/res (per ordre de signatura):</b> Crescenzi, L.; Araña, N.; Tortajada, I.                                                        |                                        |                                         |
| <b>Títol:</b> Privacy, self-disclosure and self-image of Spanish teenagers on social networking sites. The case of Fotolog                 |                                        |                                         |
| <b>Revista (títol, volum, pàgina inicial- final):</b> <i>Comunicación y Sociedad</i> , vol. XXVI, 2, 65-78.                                |                                        |                                         |
| <b>Any:</b> 2013                                                                                                                           | <b>Clau (A: article, R: review):</b> A |                                         |

## 2.3 - Llibres i capítols de llibres

### 2.3.1 - Llibres

#### 2.3.1.1- Cartografías del 23-F



Autors: López, F.; Castelló, E.

Títol: Cartografías del 23-F. Representaciones en la prensa, la televisión, la novela, el cine y la cultura popular.

Pàgines: 272

Editorial: Laertes.

Referència: Isbn: 978-84-7584-953-9

País: Espanya

Any: 2014

Encara que al 2014 el fallit cop d'Estat de febrer de 1981 és per quasi la meitat dels espanyols un esdeveniment històric més aviat borrós a la memòria, el "23-F" no ha deixat de funcionar com a icona cultural de la Transició i del nou Estat democràtic. El relat del 23-F amb els seus herois i malvats continua avui explicant i justificant alhora èxits i fracassos, encerts i errors. Sempre allà, sempre a punt per un nou reciclatge.

Els capítols que formen aquest llibre tenen l'objectiu comú de tractar l'anàlisi de la producció cultural al voltant del 23-F, indagant en el que aquesta producció pot ensenyar-nos sobre l'Espanya on es realitza i es consumeix. En aquest sentit, omple un buit important. Tot i la gran quantitat de coses que s'han escrit sobre el 23-F des de perspectives periodístiques, històriques i polítiques, faltava un estudi del 23-F com a icona i mite cultural. Aquest volum supleix aquesta mancança amb un compendi d'assajos que s'acosten a la vegada a l'impacte de l'esdeveniment històric a la cultura i a la manera com aquesta cultura digereix els fets, creant relats quotidians que són fonamentals per entendre l'Espanya dels darrers 30 anys.

#### 2.3.1.2- Teoría de la comunicación de riesgo



Autors: Farré, J.; Gonzalo, J. L.

Títol: Teoría de la comunicación de riesgo

Pàgines: 194

Editorial: UOC

Referència: Isbn: 978-84-9788-445-7

País: Espanya

Any: 2011

El llibre estudia el risc com a forma de comunicació i tracta de la seva institucionalització i professionalització, de les expectatives dels beneficis i de la proliferació de les pors. La proposta prioritza l'estudi del risc com a forma de comunicació, tractant la institucionalització i professionalització de la comunicació de risc, les expectatives dels beneficis i la proliferació dels mitjans com a mediadors de canvis sociopolítics de gran abast que mereixen ser desenterrats. Es proposa un full de ruta orientat a construir una teoria de la comunicació de risc substantiva,

capaç d'inspirar projectes d'investigació d'acord amb les societats mediades i mediatitzades pròpies del nostre entorn tecnològic i científic global. La reconsideració dels efectes dels mitjans obre horitzons inexplorats cap a la comunicació social, científica i institucional. Ens dirigim a investigadors que aposten, en els nostres temps incerts, per la centralitat comunicativa. Les diferències culturals en la gestió del risc i la por com a forma de comunicació a les nostres societats mediades globals marcaran els temes estratègics de l'agenda mundial a les pròximes dècades.

### 2.3.1.3- La mediatización del conflicto político



Autors: Castelló, E.

Títol: La mediatización del conflicto político. Discursos y narrativas en el contexto español

Pàgines: 248

Editorial: Laertes

Referència: Isbn: 978-84-7584-879-2

País: Espanya

Any: 2012

Aquest llibre és fruit del projecte “La construcción mediática de los conflictos políticos y territoriales en España. Estudios de los discursos y narrativas.”, i presenta una sèrie d'articles sobre la cobertura de conflictes polítics i territorials a Espanya. Les investigacions apliquen l'anàlisi de marcs interpretatius, discursos i narratives a diferents mostres de contingut, sobretot de premsa. S'analitza la cobertura mediàtica de les declaracions de polítics sobre el model d'Estat; la sentència del Tribunal Constitucional sobre l'Estatut de Catalunya i la manifestació del 10J; la informació sobre (i)legalització dels partits abertzales; les

temptatives de reforma de l'Estatut gallec; la pugna pel trasllat dels “papers de Salamanca” a Catalunya i els béns sacres de Lleida a Barbastre; la prohibició de les corrides de toros a Catalunya i les controvèrsies per l'activitat de les seleccions autonòmiques. El treball col·lectiu va precedir d'un marc teòric sobre la mediatització del conflicte polític i l'estudi del discurs dels mitjans. En conjunt, el llibre és una referència ineludible tant pels estudiosos de la comunicació i del discurs, com pels interessats en la política, en les relacions públiques i en el periodisme, així com per tot tipus de lectors inquiets davant el context polític actual a l'Estat de les autonomies.

### 2.3.2 - Capítols de llibres

Autors: Cerdán, J.

Títol: Shorts, Documentary, Experimental Film, and Animation in Transhistorical Perspective

Editorial: Blackwell books

Referència: Jo Labanyi & Tatiana Pavlovic (eds.) Companion to Spanish Cinema

Pàgina inicial: 531 Pàgina final: 542

País: Estats Units d'Amèrica

Autors: Cerdán, J.

Títol: Suevia Films. Cesáreo González

Editorial: Blackwell books

Referència: Jo Labanyi & Tatiana Pavlovic (eds.) Companion to Spanish Cinema

País: Estats Units d'Amèrica

Autors: Cerdán, J. ; Fernández Labayen, M.

Títol: Almodovar and Spanish Patterns of Film Reception

Editorial: Wiley-Blackwell

Referència: Kathy Vernon & Marvin D'Lugo, A Companion to the Cinema of Pedro Almodóvar Pàgina inicial: 129

Pàgina final: 152

País: Estats Units d'Amèrica



Autors: Binimelis, M.; Cerdán, J.; Fernández Labayen, M.

Títol: From Puppets to Puppeteers. Or How Franco's Regime Became Modern Through An Austrian Vaudeville Show, An Argentinean's Horror Series and a Rumanian's Avant-garde Parodies

Editorial: Manchester University Press

Referència: Peter Goddard (ed.), *Uncertain Entertainment*:

Popular Television in Totalitarian Europe

País: Regne Unit

Autors: Araüna, N.; Tortajada, I.; Capdevila, A.

Títol: Interacciones adolescentes en las redes sociales: el frágil manejo de la popularidad

Editorial: Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona.

Referència: Huertas, A.; Figueras, M. (Eds.) *Audiencias juveniles y cultura digital*. 161-174

País: Espanya

Autors: Moragas, C.

Títol: Discurs, metàfores i valors emprats pels actors polítics pro-sobiranistes en la construcció de la Catalunya independent a Twitter

Referència: *Actes del II Congrés de Comunicació Política de Catalunya*.

País: Espanya

## 2.4. Catalan Journal of Communication & Cultural Studies

Aquesta revista, publicada per l'editorial britànica Intellect Books, és la primera publicació d'abast internacional sobre estudis culturals i comunicació centrada en la cultura i el sistema mediàtic català. L'objectiu de la CJCS és la difusió de la recerca que es realitza a Catalunya i a la resta del món sobre els sistemes culturals i de mitjans, amb un accent específic en la recerca comparada entre Catalunya i altres societats que comparteixen amb la catalana alguns problemes i reptes comuns.

L'enfocament de la CJCS és multidisciplinari, publicant articles que tracten directament o a través d'un marc comparatiu la història dels mitjans de comunicació, els mitjans i les polítiques culturals, l'audiència i els estudis de recepció, identitats culturals i nacionals, els discursos dels mitjans, la comunicació intercultural, l'esport i els mitjans, el llenguatge i els usos que en fan els mitjans, els nous mitjans i internet, estudis de gènere, cinema, cultura popular, els mitjans i les indústries culturals, les relacions públiques, la publicitat, el turisme i el patrimoni cultural.



La CJCS té una periodicitat semestral i conté articles *peer-reviewed*, notes de recerca i comentaris, esdeveniments contemporanis, tendències i debats, entrevistes, documents clau i ressenyes de llibres. El seu objectiu general és difondre i estimular l'interès acadèmic en els camps abans esmentats. Comptant que el primer número es va publicar l'octubre de 2009, ja se n'han publicat onze corresponents a sis volums, atès que cada volum presenta un número miscel·lani i un número monogràfic. Destaquen els monogràfics dedicats a diferents línies de recerca i als projectes d'ASTERISC:

- Comunicació de risc (*special issue 2.2, The communicative turn in risk communication. Theory and practice*).
- Turisme (*special issue 3.2, Tourism & Communication: place brands, identities and new trends*).
- Gènere (*special issue 4.2, Gender relations in the media. Conflicting pictures and new representational practices*).
- Comunicació alimentària (*special issue 5.2, Communication and food for health benefits. Negotiating meanings in networked times*).
- Esports (*vol. 6.2*)

Els articles acadèmics que publica la CJCS són sotmesos a un procés de doble revisió anònima. A més d'articles, en altres seccions de la revista (*viewpoints, professional experience*) s'han publicat entrevistes a reconeguts professionals de la comunicació, notes d'actualitat cultural i referències sobre recerca en comunicació. La CJCS està referenciada a CARHUS+ i a Scopus.

Scopus ha acceptat la inclusió de la CJCS en la seva base de dades. L'equip d'avaluació ha informat els editors que la revista s'inclourà en el llistat de publicacions presents en la plataforma. L'equip d'avaluació d'Scopus va considerar "convincent" la política editorial de la revista i va destacar la "rellevant" tasca duta a terme. També va observar que la CJCS és citada per altres revistes acadèmiques i coneguda fora del seu àmbit geogràfic, la qualitat dels autors i la del consell editorial de la publicació. Scopus conté informació sobre aproximadament 20.500 títols i és la major base de dades mundial de ressenyes i citacions. La plataforma no és només una eina molt útil per al seguiment de la producció d'autoria, sinó també per l'accés a la investigació temàtica i a abstracts de tot el món. Ben aviat la CJCS tindrà una classificació en el rànquing de publicacions científiques i els autors que hi publiquen podran veure qui està citant els seus articles en altres investigacions

La Càtedra dona suport a la CJCS amb la subvenció de les despeses de correcció dels originals anglesos i de traducció d'articles a aquest idioma. També compra alguns exemplars que la direcció de la revista distribueix en accions promocionals i de cortesia entre els investigadors i professionals de la comunicació. El logotip de la Càtedra apareix a la contraportada de tots els números de la revista i al blog de la CJCS. També s'utilitza per fer visible la participació de la càtedra en diferents activitats.



Invitació a l'acte i el bloguer Txaber Allué (El Cocinero Fiel) durant la presentació a l'aula magna del Campus Catalunya

Per donar una major visibilitat al darrer número monogràfic de la CJCS, la càtedra va organitzar el 3 de desembre de 2013 la [presentació](#) de l'*special issue* 5.2, "Communication and Food for Health Benefits: Negotiating Meanings in Networked Times". Aquesta activitat va incloure la presentació del [vídeo](#) "FoodRisC: estratègies de comunicació 2.0", amb la participació del bloguer gastronòmic El Cocinero Fiel. **El vídeo es va enregistrar al restaurant AQ de Tarragona, reconegut amb un sol a la Guia Repsol.** (Crònica de l'acte al [blog](#) de la CJCS)

## 2.5 - Congressos

### 2.5.1 - Organització de congressos

#### 2.5.1.1- Congrés AE-IC - C+R! 2012

El congrés de l'Associació Espanyola d'Investigació de Comunicació (AE-IC) es va gestar durant tot l'any 2011 i va reunir a la URV, del 18 al 20 de gener de 2012, prop de 400 investigadors i acadèmics experts en l'àmbit "Comunicació i risc". Va ser objecte d'interès preferent del congrés la discussió sobre conceptes com ara la societat del risc, les relacions entre la por col·lectiva i els discursos polítics, la percepció del risc i les propostes d'intervenció comunicativa i d'harmonització de bones pràctiques per a l'enfortiment del diàleg i les tecnologies en xarxa, la comunicació de proximitat i els mitjans.



L'impacte d'un congrés d'aquestes característiques és clarament justificable pel fet que ha esdevingut un aparador gairebé exhaustiu de la millor recerca en l'àmbit de la comunicació a nivell d'Espanya, Portugal i Amèrica Llatina, atès que tots els investigadors i investigadores actius en aquest camp hi van ser presents i van presentar els resultats dels projectes en què estan treballant.

El Congrés va situar la URV i Tarragona en l'epicentre internacional del binomi comunicació i risc. El reconeixement científic de la recerca exposada i l'indiscutible nivell d'internacionalització queda reforçat pel fet que els tres ponents convidats a les sessions plenàries van ser personalitats de reconegut prestigi a nivell internacional: el professor Romàn Gubern, catedràtic emèrit de la Universitat Autònoma de Barcelona, el professor emèrit de la Universitat Paris VIII, Armand Mattelart, i el professor de la University of Arizona, David L. Altheide.

L'ingent nombre de comunicacions rebudes, la pluralitat de sessions organitzades i els fòrums oberts de debat van mostrar la consolidació i riquesa de la comunicació en la promoció de l'intercanvi científic.



David Altheide, durant la seva intervenció.

FOTO: Xavi Jurio

En aquest sentit, es va veure plenament acomplert l'objectiu inicial amb què es plantejava el congrés: esdevenir una trobada d'investigadors de la comunicació amb l'objectiu de millorar la comprensió dels processos que intervenen en la construcció social del risc.



Una de les taules rodones amb la participació de Mònica Terribas.

En la mateixa línia, el congrés va comptar amb la participació activa de la Confederación Iberoamericana de Asociaciones Científicas y Académicas de la Comunicación (CONFIBERCOM), que agrupa associacions nacionals i regionals de recerca de la comunicació de la Península Ibèrica i Amèrica Llatina, com la pròpia AE-IC, l'Asociación Latinoamericana de Investigación de la Comunicación (ALAIC) i la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación (FELAFACS).



A la dreta, Román Gubern i, a l'esquerra, Armand Mattelart, tots dos homenatjats en el congrés

A més de la publicació del llibre d'actes, per a la difusió del congrés es van utilitzar diferents enllaços a internet. En la difusió del congrés es va destacar el logotip de la càtedra, com a patrocinadora, per sobre de la resta dels col·laboradors. Per a més informació sobre la difusió del congrés als mitjans de comunicació es poden consultar els següents enllaços.

Web del congrés: <http://www.aeic2012tarragona.org/esp/home.asp>

Enllaç als vídeos: <http://vimeo.com/36004560>

Web de l'AE-IC: <http://www.ae-ic.org/esp/home.asp>

Web de la càtedra: [http://www.urv.cat/catedres/catedra\\_comunicacio/index.html](http://www.urv.cat/catedres/catedra_comunicacio/index.html)

### 2.5.1.2- Workshop Food for Health

El Grup de Recerca ASTERISC va participar en el projecte europeu FoodRisC (*Food Risk Communication. Perceptions and communication of food risks/benefits across Europe: development of effective communication strategies*), que va començar el 01/06/2010 i va finalitzar el 31/05/2013 (*Call: FP7-KBBE-2009-3; Scientific area: Food, Agriculture and Fisheries, and Biotechnology*).



Per donar visibilitat al projecte, reivindicar la importància que té la comunicació en les polítiques de seguretat alimentària i avançar en la investigació, el Departament d'Estudis de Comunicació va organitzar els dies 8 i 9 de novembre l'International Workshop Communicating Food for Health Benefits, celebrat a l'aula magna del Campus Catalunya de la URV. La Càtedra va destacar per sobre la resta d'institucions i entitats que van col·laborat en l'organització d'aquest esdeveniment.



El *workshop* va comptar amb més d'un centenar de participants inscrits, 15 dels quals van sol·licitar el reconeixement d'1,5 crèdits lliures i la resta es van inscriure en altres modalitats (estudiants, investigadors i professionals del sector agroalimentari).

Entre els assistents va destacar la participació d'investigadors del projecte FoodRisC procedents de la Gran Bretanya, Irlanda, Bèlgica i Portugal. El *workshop* es va desenvolupar segons estava previst tant pel que fa als horaris com a les presentacions dels ponents previstes en el programa:

El dijous, 8 de novembre, en la jornada sobre *Social media and journalism culture*, van intervenir:

- En la secció *Innovative blogging experiences and best communicative practices*: Txaber Allué (El cocinero fiel) i Sonia Riesco (Food Trend Trotters).
- En la secció *Communicating Science for Health*: Pere Estupinyà (El ladrón de cerebros, Massachussets Institute of Technology) i Javier Sampedro (El País).
- En la secció *Food, science and society*: Mabel Gràcia (DAFITS) i Cinta Bellmunt (IPHES)
- En la secció *Food for health communication in our networked time*: Sonia Riesco (AZTI-Tecnalia), Jordi Prades (DEC-URV) i Mònica Lores (DEC-URV)

L'endemà, divendres 9 de novembre, els ponents van ser:

- En la secció *EU food for health research: What about communication?* : Jordi Cartanyà (Campus d'Excel·lència Internacional Catalunya Sud), Laura Smillie (European Food Safety Authority), Lucía Tarro (EDAL-URV) i Francesc Puiggròs (Centre Tecnològic de Nutrició i Salut).
- En la secció *Research on food benefits and risks communication*: Aine McConnon (UCD, Dublin), Pieter Rutsaert (Ghent University) i Julie Barnett (Brunel University, London).

Els assistents van completar la seva participació en el *workshop* amb la visita a l'exposició *FoodPhoto Festival*, que va mostrar 20 fotografies originals d'autors de Suècia, Itàlia, Alemanya, França i altres països, a més d'un video amb reproduccions de més fotografies participants en aquesta mostra artística. El *FoodPhoto Festival* és una mostra biennal que reuneix fotògrafs professionals de tot el món especialitzats en el menjar per presentar els seus treballs, compartir experiències, conèixer les darreres tendències, trobar socis per nous projectes i participar en conferències i tallers.



**Roland Persson** (Sweden)

Award winner FOODPHOTO 2011



**Francesca Moscheni** (Italy)

Award winner FOODFEATURE 2011



### 2.5.2 - Participació en congressos

La Càtedra dóna suport a la difusió internacional de la recerca del personal docent i investigador adscrit a ASTERISC mitjançant el finançament de participacions en congressos internacionals. De fet, una de les tasques associades a la Càtedra es correspon a la internacionalització de la producció científica generada des del Departament d'Estudis de Comunicació. Aquestes són algunes de les contribucions a congressos en el període 2011-2014.

Autors: Huertas, A.; Ariste, S.; Pritchard, A.; Morgan, N.

Títol: *Analysing congruence and dissonance in place brand communication: the case of Barcelona* Tipus de participació: Ponència

Congrés: 2nd Place Branding Conference, 20-22 gener

Ciutat: Bogotá                      Paï: Colòmbia                      Any: 2011

Autors: Huertas, A.

Títol: *Análisis de la comunicación en el ámbito rural*

Tipus de participació: Presentació de comunicació

Congrés: VI Congreso internacional de investigadores en relaciones públicas: oportunidades en tiempos de crisis

Ciutat: Vigo                      Paï: Espanya                      Any: 2011

Autors: Huertas, A.

Tipus de participació: Membre del comitè científic

Congrés: VI Congreso internacional de investigadores en relaciones públicas: oportunidades en tiempos de crisis

Ciutat: Vigo                      Paï: Espanya                      Any: 2011

Autors: Capriotti, P.

Títol: *Evaluating Media Reputation of a Business Project*

Tipus de participació: Ponència

Congrés: 6º Congreso internacional de Investigación y Relaciones Públicas. AIRP (Asociación de Investigadores en Relaciones Públicas), 5-6 maig

Ciutat: Pontevedra                      Paï: Espanya                      Any: 2011

Autors: Tortajada, I.; Farré, J.

Títol: *Documentos para el debate: convocatorias de proyectos.*

Tipus de participació: Sense especificar

Congrés: Simposio AE-IC (Asociación Española de Comunicación)

Ciutat: Madrid                      Paï: Espanya                      Any: 2011

Autors: Huertas, A.; Lozano, N.; Ordeix, E.

Títol: *Análisis y verificación del Índice de Excelencia de James Grunig. ¿Sigue vigente su teoría?*

Tipus de participació: Presentació de comunicació

Congrés: III Congreso Internacional de la AE-IC 'Comunicación y riesgo'

Ciutat: Tarragona                      Paï: Espanya                      Any: 2012

Autors: Huertas, A.

Títol: *Comunicación digital, redes sociales y comunicación organizacional*

Tipus de participació: Moderador

Congrés: III Congreso Internacional de la AE-IC 'Comunicación y riesgo'

Ciutat: Tarragona                      Paï: Espanya                      Any: 2012

Autors: Capriotti, P.; Pardo, H.

Títol: *La comunicación dialógica de los museos de Cataluña en Internet*

Tipus de participació: Presentació de comunicació

Congrés: III Congreso Internacional de la AE-IC 'Comunicación y riesgo'

Ciutat: Tarragona                      Paï: Espanya                      Any: 2012



Autors: Castelló, E.; Dhoest, A.; Bastiaenssens, S.

Títol: *Mirrored nationalism. Spanish and Belgium newspapers depicting the others' conflict*

Congrés: Representations International Conference, The University of Manchester, 23-25 maig

Ciutat: Manchester

Any: 2013

Autors: Castelló, E.

Títol: *Marcos en conflicto. El tratamiento periodístico de dos controversias sobre patrimonio y memoria histórica*

Congrés: Congreso IBERCOM 2013, 29-31 maig

Ciutat: Santiago de Compostela

Any: 2013

Autors: Castelló, E.

Títol: *Mediatization, Crisis and Self-Determination: Pragmatic Framing in the Context of the Political Conflict Between Spain and Catalonia*

Congrés: XX Council for European Studies Conference, 25-27 juny

Ciutat: Amsterdam

Any: 2013

Autors: Castelló, E.

Títol: *Cinema, television and identity* (conferencia invitada)

Congrés: 59th Annual Anglo-Catalan Society Conference

Ciutat: Manchester

Any: 2013

Autors: Cerdán, J.

Títol: *El viaje del cine: transnacionalidad y postcine, ejes para transitar un mapa*

Congrés: XIX Congreso de la Asociación Alemana de Hispanistas

Ciutat: Universität Münster

Any: 2013

Autors: Capdevila, A.; Castelló, E.

Títol: *Metaphorical construction of the 11-S Catalan Independence Crisis in the Press*

Congrés: IPSA Congress 'Political Communication in Times of Crisis'

Ciutat: Granada

Any: 2013

Autors: Capdevila, A.

Títol: *Les claus retòriques de la persuasió*

Congrés: XXI Setmana Psicològica de la URV

Ciutat: Tarragona

País: Espanya

Any: 2013

Autors: Tortajada, I.; Willem, C.; Araña, N.

Títol: *Double Standards and Gendered Criticism in Social Networking Sites*

Congrés: Gender in focus: (new) trends in media. University of Minho

Ciutat: Braga Any: 2014

Autors: Araña, N.; Willem, C.; Tortajada, I.

Títol: *Femininities in Popular Music: Women in Spanish Music Videos*

Congrés: Gender in focus: (new) trends in Media. University of Minho

Ciutat: Braga Any: 2014

Autors: Farré, J.

Títol: *Food for thought at EU: eating meanings in tackling health's risks*

Congrés: 82e Congrès ACFAS (Association francophone pour le savoir)

Ciutat: Montreal Any: 2014

Autors: Castelló, E.

Títol: *Televisión y conflicto. La cobertura de la manifestación independentista de Barcelona en 2012*

Congrés: Congreso Internacional de la AE-IC "Espacios de Comunicación

Ciutat: Bilbao Any: 2014



Autors: Prades, J.

Títol: *The mediatization of the environmental conflict: communication and meaning-making processes of risks and benefits*

Congrés: 12th International Union for Conservation of Nature-Academy of Environmental Law Colloquium

Ciutat: Tarragona Any: 2014

Autors: Prades, J.

Títol: *FoodRisC (Food Risk Communication-Percepción y comunicación de riesgos y beneficios alimentarios en Europa: desarrollo de estrategias de comunicación eficaces*

Congrés: Primera Jornada de Antropología y Comunicación, URV

Ciutat: Tarragona Any: 2014

Autors: Prades, J.

Títol: *La comunicación institucional de la seguridad alimentaria en la UE: organizaciones y consumidores en el entorno 2.0*

Congrés: IV Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación

Ciutat: Bilbao Any: 2014

Autors: Prades, J.

Títol: *La comunicación de beneficios y riesgos alimentarios en el entorno 2.0*

Congrés: XI Congreso de AECOC de Seguridad Alimentaria y Nutrición

Ciutat: Madrid Any: 2014

Autors: Quílez, L.

Títol: *Memorias en segundo grado: Posmemoria de la guerra civil y el franquismo en la España del siglo XXI*

Congrés: Proyecto Banco de Santander - URV). I Jornada de Antropología y Comunicación

Ciutat: Tarragona Any: 2014

Autors: Moragas, C.

Títol: *Recortes e identidad. Comparación de las estrategias persuasivas en la campaña electoral de las elecciones al Parlament de Catalunya de 2010 y de 2012.*

Congrés: Encuentro Internacional de Comunicación Política organitzat per l'Asociación de Comunicación Política (ACOP). Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea Bilbao

Ciutat: Bilbao Any: 2014

Autors: Moragas, C.

Títol: *Comunicació en ciències de la salut: alumne mentor. Reforç de competències de comunicació i ètica en l'àmbit de la salut a través de la producció i visualització de simulacions en format de vídeo.*

Congrés: VIII Congrés Internacional de Docència Universitària i Innovació (CIDUI) organitzat per l'Associació Catalana d'Universitats Públiques. Universitat Rovira i Virgili.

Ciutat: Tarragona Any: 2014

### 3 . Divulgació

La càtedra entén la comunicació social de la ciència en un sentit ampli, el que suposa que divulga el coneixement que genera tan entre públic especialitzat com entre públic generalista i que, a més, no només comunica els resultats de la recerca en comunicació, sinó que també divulga les investigacions que es realitzen en altres àrees de recerca de la URV. La càtedra promou la socialització de la ciència inspirant-se en la *Responsible Research and Innovation* i en el principi *from science for society to science with society, by society*.

La Càtedra permet a ASTERISC participar de ComCiència, el nucli d'agents que lidera la comunicació científica a la URV en els cinc àmbits estratègics de coneixement del Campus d'Excel·lència Internacional Catalunya Sud (CEICS). Aquest campus articula els centres de recerca, tecnològics, de serveis i productius que ofereixen formació i recerca avançada i transfereixen el coneixement per millorar la competitivitat empresarial i crear un entorn especialitzat en cinc àmbits clau: Nutrició i Salut, Química i Energia, Turisme, Patrimoni i Cultura i Enologia.

#### 3.1 - CEICS: Nobel Campus

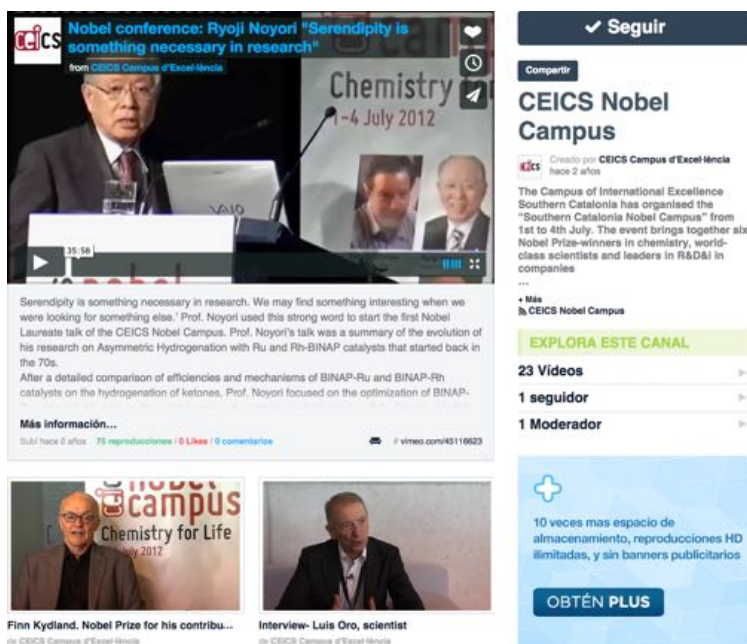
El Campus d'Excel·lència Internacional Catalunya Sud va organitzar, de l'1 al 4 de juliol del 2012 al Centre de Convencions de PortAventura, el «Southern Catalonia Nobel Campus», una trobada que va reunir sis premis Nobel de química, científics d'alt nivell i líders d'R+D+I d'empreses de l'àmbit de la química.

Sota el lema «Chemistry for life», el Nobel Campus té l'objectiu de generar una interacció intensiva entre els premis Nobel i els joves investigadors que hi participen, en un entorn que permet el diàleg i l'intercanvi formal i informal d'experiències i coneixements.



Es van seleccionar 100 joves investigadors (estudiants de màster, doctorat i postdoctorat) del CEICS, d'universitats, d'instituts i de centres de recerca de Catalunya, d'Espanya i de la resta d'Europa. Aquests joves van tindre l'oportunitat de conèixer amb sis premis Nobel de química.

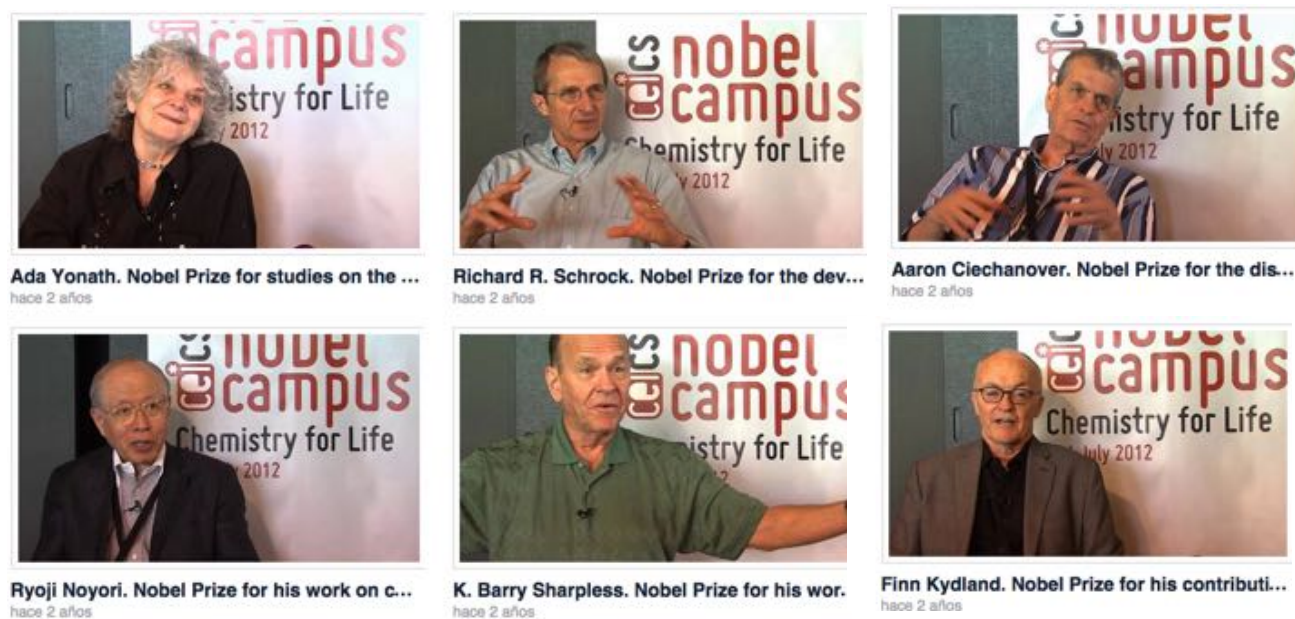
La Càtedra URV/Repsol va participar en el Nobel Campus amb la realització d'entrevistes als Nobel participants i a altres científics rellevants. A més, també va produir un videoblog sobre aquesta trobada científica internacional.



Alguns d'aquests joves van poder defensar el seu treball de recerca davant dels Nobel i rebre el feedback sobre el projecte en què estan treballant. Els sis premiats amb el màxim reconeixement científic mundial són Sidney Altman, Ryoji Noyori, Karl Barry Sharpless, Aaron Ciechanover, Richard R. Schrock i Ada E. Yonath.

La inauguració del Nobel Campus la va fer un altre premi Nobel, en aquest cas d'Economia. Es tracta de Finn E. Kydland, economista i professor universitari noruec guardonat amb el premi Nobel l'any 2004. Kydland és expert en la teoria econòmica i l'economia política i ha desenvolupat les seves àrees principals de recerca al voltant dels cicles econòmics, la política monetària i fiscal i l'economia laboral.

Tots els vídeos disponibles al canal de [Vimeo del CEICS Nobel Campus](#)



És en aquest context d'impuls a la difusió social de la ciència, en especial a través dels *social media*, que cal inscriure el gir organitzatiu i comunicatiu que la càtedra va impulsar el 2013. Al llarg dels darrers anys la càtedra ha guanyat impacte i notorietat al web 2.0 gràcies a la col·laboració amb els perfils de ComCiència URV-CEICS a Facebook i Twitter. També s'han posat les bases de la nova línia d'actuació de la càtedra pel que fa a la recerca i a la comunicació científica amb què es proposa ampliar el conveni entre la URV i Repsol per als pròxims anys (2014-2016).

## 3.2 - Setmana de la Ciència

La Càtedra URV/Repsol col·labora des de 2013 amb ComCiència en l'organització de la Setmana de la Ciència. Les activitats dutes a terme han estat el seminari Maitre de comunicació científica i Ciència al Teatre (2013) i l'exposició Som la pera (2014).

### 3.2.1 Seminari Maitre

La Càtedra URV/Repsol va col·laborar en aquest [seminari](#) impartit per periodistes del projecte Maitre (FP7) al Centre Tecnològic de Nutrició i Salut (CTNS-TECNIO) els dies 25 i 26 de novembre de 2013. Amb aquesta activitat la Càtedra va dur fins als laboratoris un curs de comunicació pràctica per millorar les habilitats comunicatives i l'impacte dels resultats de les investigacions, tan en els mitjans de comunicació tradicional com en els social media, dels 15 científics inscrits.



Maitre reconeix la importància de donar als investigadors les eines que els professionals dels mitjans de comunicació especialitzats fan servir per adreçar-se al seu públic. Els seminaris de Maitre es basen en una formació multimèdia feta a mida, a través dels punts més importants que els investigadors han de tenir en compte a l'hora d'interactuar amb els mitjans de comunicació. D'aquesta manera, la seva recerca en comunicació serà molt més fàcil.

Amb el recolzament de periodistes professionals, els tallers de Maitre es caracteritzen per ser seminaris pràctics pels seus participants. A més de les pròpies sessions de formació, Maitre té l'objectiu de fomentar el debat, la discussió i el diàleg entre els investigadors participants i els periodistes que formen part dels tallers. Tots els cursos estan dissenyats exclusivament per als científics nutricionistes, que reben tutoria per part de periodistes experimentats en el sector.



### 3.2.2 Ciència al teatre

En col·laboració amb ComCiència, la Unitat de Comunicació Científica de la URV-CEICS, la càtedra ha participat en l'organització de diverses activitats de la Setmana de la Ciència. En la Setmana de la Ciència de 2013 (15-24 de novembre), el teatre Bartrina de Reus es va omplir d'assistents a l'espectacle del divulgador científic Dani Jiménez (Dinàmik TV3). La càtedra també va col·laborar en la mostra d'experiments (materials superconductors i levitació) i en el concurs Vols saber què investigo?, en el qual sis doctorands de diferents especialitats van explicar les recerques respectives en un llenguatge planer i de forma entenedora al públic assistent.



L'espectacle científic i els doctorands que van participar en el concurs *Vols saber què investigo?*

Pel que fa a la Setmana de la Ciència 2014, la Càtedra va participar un cop més a la jornada de Ciència al Teatre amb l'Exposició Som la Pera. [Vídeo](#)



### 3.2.3 Exposició Som la pera

*Del 18 al 20 de novembre de 2014. Vestíbul del Teatre Bartrina (Pl. del Teatre, 1, Reus)*

#### Exposició: "Som la pera"

L'exposició "Som la pera" mostra les activitats realitzades per cinc alumnes dels instituts Gabriel Ferrater i Gaudí de Reus en el marc del projecte European Youth Tackling Obesity, que té l'objectiu de millorar els hàbits saludables entre els adolescents europeus a través de campanyes de màrqueting social que es desenvolupen simultàniament a Catalunya, la Gran Bretanya, la República Txeca i Portugal.



**Organitza:** Centre Tecnològic de Nutrició i Salut (CTNS), Facultat de Medicina i Ciències de la Salut de la URV, Hospital Universitari Sant Joan de Reus i Càtedra URV / Repsol d'Excel·lència en Comunicació.

## La campanya Som la pera, i tu?

"Som la pera" és una campanya de màrqueting social per a millorar els hàbits saludables entre els adolescents europeus. El seu objectiu és promoure l'alimentació saludable i la pràctica de l'esport a través de les xarxes socials i activitats participatives.

Cinc alumnes dels instituts Gabriel Ferrater i Gaudí de Reus estan desenvolupant aquesta iniciativa en el marc del projecte europeu EYTO. És el primer cop a Catalunya que un grup de joves posa en marxa un projecte de conscienciació sobre vida saludable adreçat a altres joves.

Després de rebre formació sobre hàbits de vida saludable i comunicació 2.0, els cinc joves van començar "Som la pera". Fins la primavera de 2015, proposaran diferents reptes relacionats amb l'alimentació i l'esport.

"Som la pera" és una campanya co-ideada pel CTNS, la Facultat de Medicina i Ciències de la Salut de la URV, l'Hospital Sant Joan de Reus i la Càtedra URV/Repsol. El projecte també s'està desenvolupant simultàniament a la Gran Bretanya, la República Txeca i Portugal i està finançat per la Comissió Europea.



### 3.2.4 - Concurs Famelab

La Càtedra URV/Repsol va donar suport als investigadors de la URV que es van animar a participar en aquest concurs. **FameLab** és un concurs internacional de monòlegs científics que va néixer el 2005 i que compta amb una fase espanyola des de 2013. El seu principal objectiu és fomentar la divulgació de la ciència identificant, formant i donant a conèixer nous talents, nous portaveus entre els qui treballen en ciència, a través d'un format innovador: el monòleg científic. Els aspirants han d'enregistrar en vídeo un monòleg en castellà que tingui com a base un tema científic o tecnològic, amb una durada màxima de 3 minuts.

#### FameLab 2014: Toni Vallès

31/03/2014 - Durada: 3m 35s



#### T'AJUDEM A PARTICIPAR AL

#### II Certamen de monòlegs científics



FECYT i el British Council convoquen la segona edició del certamen internacional de monòlegs científics FameLab. Els participants han d gravar en vídeo un monòleg en castellà que tingui com a base un tem científic u/o tecnològic. Ha de durar un màxim de 3 minuts i cal prepa lo a la pàgina [www.famelab.es](http://www.famelab.es)

#### LA URV US AJUDA

Si esteu interessats a participar-hi, envieu un correu al [Gabinet de Comunicació i Relacions Externes \(gc@urv.cat\)](mailto:Gabinet.de.Comunicaci.i.Relacions.Externes@urv.cat) i rebreu assessorament i, si ho requereix, us podem ajudar a enregistrar el vídeo.

La data límit per presentar-ho és el proper 31 de gener.



### 3.3 - Promoció de la càtedra URV/REPSOL

L'equip de suport a la Càtedra Repsol ha realitzat vídeos promocionals de la Càtedra, d'ASTERISC, del MASTERDEC i del DEC, entre altres treballs audiovisuals.

Actualització del web amb la secció “MASTERDEC Experience” i vídeos promocionals





Canal de Vimeo del Departament d'Estudis de Comunicació de la URV.

# Estudis de Comunicació URV

Unido hace 8 meses Tarragona

19 Videos
0 Likes
0 Siguiendo

✓ Seguir
Mensaje

Universitat Rovira i Virgili  
Estudis de Comunicació  
Càtedra  
Asterisc  
Catalan Journal  
MasterDEC

## Cargados recientemente

★ Dra. Laia Quilez

Dra. Laia Quilez  
hace 3 meses

 *lestudiscomunicaciourv*

**Càtedra Internacional URV/Repsol d'Excel·lència en Comunicació**

La Càtedra Internacional URV/Repsol d'Excel·lència en Comunicació és el resultat d'un conveni de col·laboració entre la URV, a través del Departament d'Estudis de Comunicació, i Repsol.

Aquesta Càtedra realitza activitats de recerca, de formació universitària i de divulgació en l'àmbit de la comunicació social, amb una vocació de foment de la qualitat i de l'excel·lència ètica i estètica.

**Estudis de Comunicació URV**

La Universitat Rovira i Virgili compta amb un Programa Formatiu de Grau en Comunicació adaptat a l'Espai Europeu d'Educació Superior. Aquest programa inclou els títols de grau en Comunicació Audiovisual, en Periodisme i en Publicitat i Relacions Públiques.

Més informació a [urv.cat/comunicacio](http://urv.cat/comunicacio)

**MASTERDEC, Màster Oficial en Comunicació Estratègica**

El MASTERDEC és un màster universitari oficial impulsat per el Departament d'Estudis de Comunicació de la Universitat Rovira i Virgili (Tarragona, Espanya). Compta amb el suport de la Càtedra Repsol-URV de "Excel·lència en Comunicació" i de "Asterisc", grup consolidat de investigació en comunicació.

La particularitat del Màster està sustentada sobre "la Experiència Masterdec", que ho identifica i el distingeix sobre la base de 3 conceptes: estratègia, internacionalització i personalització.

**ASTERISC, Grup de Recerca en Comunicació**

El Grup de Recerca en Comunicació Asterisc forma part del Departament d'Estudis de Comunicació de la URV. Com a grup de recerca ha abandonat una visió mediocrítica i les seves investigacions abarquen el periodisme, la comunicació audiovisual, les relacions públiques i la publicitat. Asterisc treballa en línes preferents com la comunicació de risc, la comunicació política, la comunicació institucional o la comunicació corporativa.

[urv.cat/asterisc/](http://urv.cat/asterisc/)

## 4 . Transferència de coneixement

La càtedra URV/Repsol ha fet els darrers anys un esforç per transferir a l'empresa el coneixement que genera, de manera que aquest no es limiti al món acadèmic. En aquest sentit destaquen dues activitats: d'una banda, l'assessorament en comunicació al projecte europeu EYTO; de l'altra, la presentació dels resultats del projecte FoodRisC a les principals empreses del sector agroalimentari.

### 4.1 - Projecte EYTO

El projecte European Youth Tackling Obesity (EYTO) té com a objectiu promoure l'alimentació saludable i l'activitat física entre els joves de 13 a 16 anys per reduir l'obesitat. La Càtedra Internacional URV/Repsol d'Excel·lència en Comunicació, en col·laboració amb el Centre Tecnològic de Nutrició i Salut (CTNS-Tecnio) i la Facultat de Medicina de la URV són els participants en aquest projecte de dos anys de durada.

**Màrqueting 2.0 contra l'obesitat**

**El CTNS participa en un projecte en què joves de secundària dissenyen campanyes per a una alimentació saludable**

El Centre Tecnològic de Nutrició i Salut (CTNS), en col·laboració amb la Facultat de Medicina de la URV i la Càtedra Internacional URV/Repsol d'Excel·lència en Comunicació, participa en un projecte europeu per promoure l'alimentació saludable i l'activitat física entre els joves de 13 a 16 anys.

Motivar els joves per reduir l'obesitat i promoure estils de vida saludables. Aquest és l'objectiu del projecte Europa Tackling Obesity (EYTO), que té una peculiaritat: que els diferents de la resta de campanyes que es fan per combatre l'obesitat, els mateixos joves (en col·laboració amb els experts de nutrició i comunicació) elaboraran les campanyes de màrqueting social, que es faran extensives a través de les xarxes socials que utilitzen habitualment.

El projecte tindrà lloc d'aquí a dos anys. Hi participen institucions del Regne Unit (The National Children's Bureau i NCBS coordina el projecte), Portugal i la República Txeca, a més de la URV. Tots els països comparteixen una mateixa preocupació: l'increment dels nivells d'obesitat i la manca d'iniciatives innovadores per combatre aquesta patologia entre els adolescents. A Europa gairebé el 70% dels joves entre 10 i 16 anys tenen sobrepès, i un 2,5% són obesos. Primer, s'organitzaran de manera sistemàtica les campanyes de nutrició i de conscienciació dirigides als joves en els quatre estats participants, per obtenir informació sobre quines accions han donat millors resultats. Aleshores es podran dissenyar noves campanyes de màrqueting social adaptades a les necessitats i hàbits de consum de cada país.

Cada país europeu dissenyarà la seva acció, en tots els grups hi participen experts en comunicació, en el cas del node català, la Càtedra Internacional URV/Repsol d'Excel·lència en Comunicació. Cada país seleccionarà en instituts de secundària grups de cinc joves que seran els creadors de les accions de màrqueting social, evidenciaran les seves necessitats i traslladaran les inspiracions i formes socials dels seus companys. Les campanyes s'adaptaran als requeriments nacionals i a les recomanacions dels experts.

Les accions de comunicació es testaran a través dels canals que més utilitzen els joves —Facebook, Twitter, etc.— i posteriorment es parlarà en comitè dels resultats de cadascun dels equips participants per redissenyar les campanyes aprofitant les experiències que hagin tingut més èxit. Les eines, recursos i recomanacions que es deriven es difondran per ser utilitzades en campanyes institucionals per combatre l'obesitat juvenil a la Unió Europea.

**Les eines i els recursos que s'obtinguin donaran suport a futures campanyes institucionals**

Revista URV, nº 20, pàg. 11, novembre 2013

El projecte EYTO té una peculiaritat que el diferencia de la resta de campanyes que es fan per combatre l'obesitat: els mateixos joves (en col·laboració amb els experts de nutrició i comunicació) elaboraran les campanyes de màrqueting social, que es faran extensives a través de les xarxes socials que utilitzen habitualment. A Catalunya, han estat cinc joves reusencs els seleccionats en el projecte. Ells mateixos han triat el nom de la campanya: Som la pera



D'esquerra a dreta: Adrià, Èlia, Andrea, Nerea i Cassandra

En una jornada de formació prèvia a l'inici de la campanya, els adolescents han adquirit coneixements sobre alimentació, màrqueting social i comunicació 2.0 i s'han mostrat entusiasmats pel fet de ser ells mateixos els qui puguin idear una campanya dirigida als seus companys. Tots els alumnes tenen altes expectatives pel que fa a la col·laboració dels seus companys i esperen que la resposta sigui bona.

A més de tractar-se del primer projecte internacional de conscienciació sobre nutrició i salut fet per i per a joves a Catalunya, una altra particularitat de la iniciativa és que està basada en el màrqueting social, el que significa que compleix els vuit criteris bàsics d'aquest tipus d'accions: Orientació a la població (adolescents), Comportament (estils de vida saludables), Teoria del comportament (marc teòric), Motivació (crida a l'acció), Intercanvi (cost-benefici del canvi de comportament), Competició (barreres per canviar el comportament), Segmentació (alumnes de primer a quart d'ESO de Reus) i participació (implicació de l'entorn).

Per motivar de forma activa l'adquisició d'hàbits de vida saludable, els cinc joves proposaran reptes setmanals als seus companys d'institut i a tots aquells altres que s'hi vulguin sumar mitjançant la pàgina de Facebook de la campanya <https://www.facebook.com/somlapera>. També involucran les seves famílies i institucions públiques, associacions i entitats ciutadanes.



Els cinc líders de la campanya a Londres a la primera trobada amb la resta de participants europeus

## 4.2 - Congrés AECOC

La Càtedra URV/Repsol va participar en el XI Congrés de Seguretat Alimentària i Nutrició d'AECOC (Asociación Española de Codificación Comercial), que va comptar amb l'assistència de prop de 200 professionals de les principals firmes del sector a nivell estatal: Applus, Bimbo, Campofrío, Carrefour, Chupa Chups, Coca Cola, Danone, DIA, El Corte Inglés, Eroski, Gallina Blanca, Mercadona, Nutrexpia i Proquimia, entre altres.



FOTOS: Moments de la presentació "Barreras y oportunidades para la comunicación de los beneficios y los riesgos alimentarios en la era 2.0" i del debat posterior a la conferència.

Més informació: Web [AECOC](http://www.aecoc.es)  
[Programa](#)

## 5 . Altres activitats

### 5.1 - Experiència de periodista

Després de l'èxit de les primeres jornades (febrer-març de 2009), la Càtedra va renovar el suport a la celebració del cicle de conferències "Experiència de Periodista", organitzades pel Col·legi de Periodistes de Catalunya, el Departament d'Estudis de Comunicació de la URV i la Fundació Caixa Tarragona. Les conferències van ser impartides pels següents professionals:

- \* Josep Cuní, "De la ràdio a la TV".
- \* Xevi Xirgo, "Del Punt a l'Avui".
- \* Rosa Maria Calaf, "Un món més petit".
- \* Xavier Grasset i Llúcia Oliva, "El periodisme del futur".

A més, Llibert Teixió va inaugurar l'exposició "Imatges 2010. El fotoperiodisme de les comarques de Tarragona".



El cicle de conferències va comptar amb 74 alumnes inscrits, 69 dels quals en la modalitat de reconeixement d'1,5 crèdits lliures.

**L'any 2014 les conferències es van celebrar del 8 al 15 de maig del 2014 al Campus Catalunya de la URV. L'objectiu del cicle és reflexionar sobre el món de la comunicació i el periodisme**

Els periodistes **Fàtima Llambrich**, **Antoni Bassas** i **Josep Martí Gómez** van participar en aquesta edició del *cicle de conferències Experiència de periodista* organitzat per la [Demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes de Catalunya](#), amb el patrocini de Repsol i la col·laboració dels estudis de Comunicació de la Universitat Rovira i Virgili (URV).

La periodista d'informatius de Televisió de Catalunya **Fàtima Llambrich** va inaugurar el cicle dijous 8 de maig; El 9 de maig va ser el torn del popular comunicador **Antoni Bassas** ; i el dia 15 hi va participar **Josep Martí Gómez** , veterà periodista amb quasi mig segle de professió a les espatlles.

L'objectiu del cicle de conferències és que reconeguts professionals dels mitjans de comunicació posin a l'abast dels estudiants de Comunicació, i del públic en general, la seva visió del món de la comunicació i la vivència personal del procés d'informació pública.

Aquest cicle es du a terme ininterrompudament des de l'any 2009, i ha comptat amb la participació de Xavier Graset, Josep Capella, Ferran Espada, Josep M. Martí, Pilar Aymerich, Joan Salvat, Milagros Pérez Oliva, Jordi Basté, Pepe Baeza, Josep Cuní, Rosa M. Calaf, Xevi Xirgu, Llibert Teixidó, Màrius Serra, Carles Capdevila, Rafael López-Monné, Raquel Sans, Antoni Coll i Ramon Besa.



**Dijous, 8 de maig de 2014. Aula 501 Campus Catalunya URV. 19 hores.**

**Fàtima Llambrich (L'Ametlla de Mar, Tarragona, 1980)**

Llicenciada en Periodisme (2002) i en Criminologia (2009) per la Universitat Autònoma de Barcelona. Màster en Seguretat i Prevenció (2011). La seva carrera professional s'ha desenvolupat a Televisió de Catalunya. Treballa des de l'any 2003 com a ENG als serveis informatius de TV3, on

està especialitzada en temes d'àmbit policial i judicial.

**Divendres, 9 de maig de 2014. Aula 501 Campus Catalunya URV. 10 hores.**

**Antoni Bassas (Barcelona, 1961)**

Forma part de l'equip directiu del diari Ara. Va debutar en el periodisme davant dels micròfons de Ràdio Joventut, als 16 anys. Quan en tenia 20, el va fitxar Joaquim Maria Puyal perquè s'integrés a l'equip de les transmissions de Futbol en català, de Ràdio Barcelona. Tots dos radiofonistes van fer el salt a Catalunya Ràdio. L'etapa com a comentarista esportiu la va tancar el 1995, després de més de 800 partits narrats en català, per dirigir El matí de Catalunya Ràdio durant 14 temporades consecutives.



Bassas ha treballat també intensament a la televisió. Va ser, per exemple, guionista i presentador de concursos com Tres pics i repicó i El joc del segle. A la temporada 1998-1999 va codirigir i presentar Aquest any, cent!, una sèrie que repassava la història del FC Barcelona. L'humor ha estat present en bona part de la seva activitat professional: ell va ser, per exemple, un dels creadors de la versió radiofònica de l'Alguna Pregunta Més? Entre 2009 i 2013 va ser corresponsal de Televisió de Catalunya a Washington.



**Dijous, 15 de maig de 2014. Aula Magna Campus Catalunya URV. 19 hores.**

**Josep Martí Gómez (Morella, Castelló, 1937)**

Exerceix el periodisme des de 1966. Al llarg de la seva trajectòria ha tractat tots els gèneres: l'entrevista i el reportatge, la crònica política i la cultural, la corresponsalia –durant cinc anys va ser corresponsal a Londres de la Cadena SER– i l'actualitat a través de pinzellades en les quals es combinava la informació amb l'opinió a través de les seccions diàries Diari d'un reporter a les pàgines

d'opinió de La Vanguardia i, al costat de Josep Ramoneda, en El Bestiari, d'Hora 25, conduït per Carlos Llamas. Ha col·laborat també a La Ventana de Gemma Nierga i és autor d'una desena de llibres.

Ha estat guionista de la realitzadora Mercè Vilaret en la sèrie televisiva Mujeres para una época. En l'actualitat col·labora amb Javier del Pino a A vivir que son dos días (Cadena SER), i forma part de la Lamentable Peña, un grup heterogeni de persones que, entre altres coses, publica el blog col·lectiu [lamentable.org](http://lamentable.org).

## 5.2 - Taller de periodisme digital Guia Repsol



Josep Bertran (Comunicació i Relacions Públiques de Repsol) i Sara Sans (presidenta del Col·legi de Periodistes de Catalunya Demarcació de Tarragona).



L'equip de *social media* de la Guia Repsol va oferir dissabte, 22 de juny, un taller de periodisme digital que va incloure una presentació a Tarragona i una sessió pràctica sobre gastronomia al restaurant Can Bosch de Cambrils, distingit amb dos sols Repsol. L'activitat la van organitzar Repsol, la demarcació de Tarragona del Col·legi de Periodistes de Catalunya i la Càtedra d'Excel·lència en Comunicació URV/Repsol. Amb aquesta activitat, els assistents van poder explorar les possibilitats de la comunicació alimentària i gastronòmica en l'entorn del web 2.0.

### 5.3 - Factoria 2.0 + El microones

La falca promocional del programa de ràdio “Factoria 2.0” esmenta el suport que dóna la Càtedra URV/REPSOL a aquesta iniciativa conjunta amb el Departament d’Estudis de Comunicació, el Gabinet de Comunicació de la URV i l’Empresa Municipal de Mitjans de Comunicació de Tarragona.

En l’edició 2010–2011 el taller va comptar amb la participació de 10 alumnes per a la realització del magazine radiofònic informatiu i d’entreteniment. A banda de continguts convencionals com cinema, esports o música, es va decidir dedicar un espai setmanal més ampli a la comunicació científica a través de diversos formats: reportatges, entrevistes o informes entre altres. Com a temes tractats figuren la comunicació política, l’economia, l’antropologia, la paleontologia, la nutrició i l’enginyeria química.



D’altra banda, el 2012, Tarragona Ràdio (96.7 FM) va emetre setmanalment de 18 h. a 19 h. el magazine cultural *El Microones*, un taller de ràdio, dissenyat, produït i realitzat per alumnes dels Estudis de Comunicació de la URV.

Aquesta iniciativa permet als alumnes de Comunicació crear un programa radiofònic que ofereix continguts culturals i d’oci adreçats a un públic jove. El Microones també pot escoltar-se *online* a través de les webs de Tarragona Ràdio i del Departament d’Estudis de Comunicació i, a més, se’n pot fer un seguiment mitjançant les xarxes socials Facebook i Twitter i al blog.

Amb la coordinació de la professora Marta Montagut, d’àmplia experiència professional en el disseny i direcció de programes de ràdio, els alumnes tenen l’oportunitat de copsar les rutines de producció reals del mitjà radiofònic, tenir una difusió pública de la seva feina i gaudir del control creatiu del programa. L’equip el van formar Adrià Recasens i Yasmina Armesto, com a conductors, juntament amb Guillem Andrés, Adriana Blanco, Arnau Curto, Meritxell Bayarri, Adrián Batiste, Laura Baixauli, Adrià Morte, Laura Márquez, Fabio Marchi i Arnau Pla.



<http://elmicroones.blogspot.com>

<https://twitter.com/ElMicroones>

<https://www.facebook.com/pages/El-Microones/111643405626653>

## 5.4 - Graduació d'estudiants

### Promoció 2006-2011

Com ha fet amb les promocions 2003-2008, 2004-2009 i 2005-2010, la Càtedra ha patrocinat els actes de graduació dels alumnes de Publicitat i Relacions Públiques i de Periodisme de la promoció 2006-2011. L'acte va tenir lloc el 10 de juny de 2011 a l'Aula Magna del Campus Catalunya de Tarragona. Els padrins van ser: per a Periodisme, Rosa Maria Calaf, presidenta del Centre Internacional de Premsa de Barcelona; per a Publicitat i Relacions Públiques, Montserrat Grau, degana del Col·legi de Publicitaris i Relacions Públiques de Catalunya.



### Promoció 2007-2012

El director del diari Ara, Carles Capdevila, va ser el padrí dels estudiants de 5è curs dels Estudis de Comunicació de la URV que es van graduar com a llicenciats en Periodisme i en Publicitat i Relacions Públiques. L'acte de graduació va tenir lloc divendres, 15 de juny de 2012 a les 19h a l'Aula Magna de la Facultat de Lletres del Campus Catalunya i va ser patrocinat per la Càtedra Internacional URV/Repsol d'Excel·lència en Comunicació.

### Promoció 2008-2013 / 2009-2013

Els alumnes dels Estudis de Comunicació de la URV van celebrar el 14 de juny de 2013 l'acte de llicenciatura (estudiants de Periodisme i de Publicitat i Relacions Públiques de la promoció 2008-2013) i de graduació (estudiants de Periodisme, Publicitat i Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual de la promoció 2009-2013). L'acte va tenir lloc al Palau Firal i de Congressos de Tarragona i va comptar amb l'assistència de mig miler de persones entre titulats, familiars i altres convidats, atès que el 2013 es van titular cinc grups que sumaven 67 llicenciats i 66 graduats.



El padrí dels titulats va ser el president d'Endemol, Jordi Bosch, que els va animar a fer valer la formació apresada per vèncer les dificultats de trobar feina. Bosch es va referir a la qualitat dels ensenyaments que han rebut els estudiants de la URV, tan a nivell teòric com pràctic, gràcies a la col·laboració entre l'empresa privada i la universitat. En aquest sentit, el president d'Endemol es va referir al nou Màster en Continguts Televisius d'Entreteniment de Gestmusic i la URV, que s'imparteix amb el suport de la Càtedra d'Excel·lència en Comunicació URV/Repsol. L'acte també va comptar amb la participació de la vicerectora d'Estudiants i Comunitat Universitària, Maria Bargalló; la vicedegana de la Facultat de Lletres, Arantxa Capdevila, i el director de la Càtedra d'Excel·lència en Comunicació URV/Repsol, Jordi Farré. A més, els alumnes van fer uns parlaments abans de rebre els títols universitaris.

## Promoció 2010-2014

Els alumnes dels Estudis de Comunicació de la URV van celebrar el 5 de juny de 2014 l'acte de graduació (estudiants de Periodisme, Publicitat i Relacions Públiques i Comunicació Audiovisual de la promoció 2010-2014).

L'acte va tenir lloc a l'Aula Magna del Campus Catalunya de la URV. El padrí dels titulats va ser el Cap del Departament de Direcció i Estratègia Política de l'Ajuntament de Barcelona, Dani Gámez, que els va animar a fer valer la formació apresca per vèncer les dificultats de trobar feina. Gámez va explicar als nous graduats la seva experiència, animant-los a explotar el seu talent per tal de fer-se un lloc al món periodístic.



