

CURS ACADÈMIC: 2009-2010

LLICENCIATURA: Periodisme

CURS: 2n

Codi:	20683
Assignatura:	Teories de la comunicació II
Tipus d'assignatura:	Ob
Nº de crèdits:	5 (4 teòrics + 1 pràctic)
Professorat:	Teresa Velázquez (Grup 1) (Docència en castellà) Montserrat Cabré (Grup 2) (Docència en català) Fabio Tropea (Grup 51) (Docència en castellà) Montserrat Cabré (Grup 52) (Docència en català)
Quadrimestre:	2n

OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA:

- Explicar les tendències actuals de la investigació en comunicació.
- Crear conjuntament, dins l'aula, els instruments apropiats de reflexió crítica sobre la realitat dels mitjans, la realitat social i les tasques dels professionals de la comunicació en l'actualitat.

TEMARI:

- L'estudi dels productors de la comunicació de masses: institucions, organitzacions, rutines professionals.
 - Aportacions de la teoria crítica: la indústria cultural.
 - Aportacions del funcionalisme: estudis sobre el seleccionador ('gatekeeper')
 - Aportacions de la perspectiva interpretativa: 'newsmaking'.
- L'estudi dels productes comunicatius.
 - L'ús de l'anàlisi de contingut.
 - Inicis i aportacions de l'anàlisi del discurs.
 - L'anàlisi de les representacions mediàtiques.
- De l'anàlisi de l'audiència a l'estudi del procés de recepció.
 - L'anàlisi d'audiència com a anàlisi de efectes.
 - L'aproximació dels estudis culturals.
 - Els usos i gratificacions de la comunicació.
 - Del procés de recepció a la construcció de sentit.
- De l'anàlisi dels efectes a l'estudi de la influència.
 - Evolució de la teoria dels efectes.
 - Crisi del paradigma funcionalista i canvi d'orientació.
 - L'estudi de la influència: construcció de l'agenda temàtica, distanciament dels coneixements, la construcció de la realitat, tematització i l'espiral del silenci.

BIBLIOGRAFIA

BADIA, L. (1992): *De la persuasió a la tematització*. Ed. Pòrtic. Barcelona.

- CURRAN, J. MORLEY, D. i WALKERDINE, V. (comps.) (1998): *Estudios culturales y comunicación*. Barcelona, Paidós Ibérica, S.A.
- BRYANT, J. i ZILLMANN, D. (comps.) (1996): *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona, Editorial Paidós Ibérica.
- DAYAN, D. (1997): *En busca del público: recepción, televisión, medios*. Barcelona, Gedisa.
- FERGUSON, M. i GOLDING, P. (eds.) (1998) *Economía política y estudios culturales*. Barcelona, Bosch Casa Editorial.
- GRANDI, R. (1995): *Textos y contextos de los medios de comunicación*. Barcelona, Bosch Casa Editorial.
- JENSEN, K.B. (1997): *Semiótica social de la comunicación de masas*. Barcelona, Bosh Casa Editorial.
- McQUAIL, D. (2000): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós Ibérica.
- MONTERO, M. Dolores (1994): *La informació periodística i la seva influència social*. Bellaterra, Barcelona, Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona. (En castellà: *La información periodística y su influencia social*. Barcelona-Bellaterra, Ed. Labor/UAB).
- MORAGAS, M. (1985): *Sociología de la comunicación de masas*. I, II, III i IV. Ed. Gustavo Gili. Barcelona.
- RODA, R. (1989): *Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporánea*. CIS-Siglo XXI. Madrid.
- RODRIGO, M. (1999): *La construcción de la noticia*. Barcelona, Ed. Paidós.
- VELAZQUEZ, T. (1992): *Los políticos y la televisión. Aportaciones de la teoría del discurso al diálogo televisivo*. Barcelona, Ed. Ariel.
- WOLF, M. (1987): *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona, Ed. Paidós.
- WOLF, M. (1992): *Els efectes socials de la comunicació de masses*. Barcelona. Ed. Pòrtic.

METODOLOGIA DOCENT:

- a) Clases teòriques.
- b) Clases pràctiques integrades a la teoria: lectures, discussions, ressenyes de textos.
- c) Tutories

SISTEMA D'AVALUACIÓ:

Examen final.

OBSERVACIONS:

Canó, ordinador, aules adequades al nombre d'alumnes.

Bellaterra, 15 de juliol de 2008

Signatura del Cap del Departament