

CURS ACADÈMIC: 2005-2006

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:	Miquel Rodrigo (Grups 1 i 2) (Docència en castellà) Maria Corominas (Grups 51 i 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 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, 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.
- RODRIGO, M. (1999): La comunicación intercultural. Barcelona, Ed. Anthropos.
- RODRIGO, M. (2000): Identitats i comunicació intercultural. Valencia, Edicions 3i4.
- 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) Classes teòriques.
- b) Classes pràctiques integrades a la teoria: lectures, discussions, ressenyes de textos.
- c) Tutories

SISTEMA D'AVUACIÓ:

Examen final.

OBSERVACIONS:

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

Bellaterra, 1 de juny de 2005

Signatura del Cap del Departament