

## CURSO ACADÉMICO: 2005-2006

**LICENCIATURA: Periodismo**

**CURSO: 2º**

<b>Código:</b>	20683
<b>Asignatura:</b>	Teorías de la comunicación II
<b>Tipo de asignatura:</b>	Ob
<b>Nº de créditos:</b>	5 (4 teóricos + 1 práctico)
<b>Profesorado:</b>	Miquel Rodrigo (Grupos 1 y 2) (Docencia en castellano) Maria Corominas (Grupos 51 y 52) (Docencia en catalán)
<b>Cuatrimestre:</b>	2º

### **OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA:**

- Explicar las tendencias actuales de la investigación en comunicación.
- Crear conjuntamente, en el aula, los instrumentos apropiados de reflexión crítica sobre la realidad de los medios, la realidad social y las tareas de los profesionales de la comunicación en la actualidad.

### **TEMARI:**

- El estudio de los productores de la comunicación de masas: instituciones, organizaciones, rutinas profesionales.
  - Aportaciones de la teoría crítica: la industria cultural.
  - Aportaciones del funcionalismo: estudios sobre el seleccionador ('gatekeeper')
  - Aportaciones de la perspectiva interpretativa: 'newsmaking'.
- El estudio de los productos comunicativos.
  - El uso del análisis de contenido.
  - Inicios y aportaciones del análisis del discurso.
  - El análisis de las representaciones mediáticas.
- Del análisis de la audiencia al estudio del proceso de recepción.
  - El análisis de audiencia como análisis de efectos.
  - La aproximación de los estudios culturales.
  - Los usos y gratificaciones de la comunicación.
  - Del proceso de recepción a la construcción de sentido.
- Del análisis de los efectos al estudio de la influencia.
  - Evolución de la teoría de los efectos.
  - Crisis del paradigma funcionalista y cambio de orientación.
  - El estudio de la influencia: construcción de la agenda temática, distanciamiento de los conocimientos, la construcción de la realidad y la espiral del silencio.

### **BIBLIOGRAFÍA**

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

- CURRAN, J. MORLEY, D. y WALKERDINE, V. (comps.) (1998): Estudios culturales y comunicación. Barcelona, Paidós Ibérica, S.A.
- BRYANT, J. y 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. y 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 castellano: 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 masas. Barcelona. Ed. Pòrtic.

## **METODOLOGÍA DOCENTE:**

- a) Clases teóricas.
- b) Clases prácticas integradas a la teoría: lecturas, discusiones, reseñas de textos.
- c) Tutorías

## **SISTEMA DE EVALUACIÓN:**

Examen final.

## **OBSERVACIONES:**

Cañón y ordenador, aulas adecuadas al número de alumnos.

Bellaterra, 1 de junio de 2005

Firma del Director de Departamento