

LLICENCIATURA: Periodisme

CURS: 2n

Codi:	20683
Assignatura:	Teories de la comunicació II
Tipus d'assignatura:	Ob
Nº de crèdits:	5 (4 teòrics + 1 pràctic)
Quadrimestre:	2n

OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA:

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

TEMARI:

1. L'estudi dels productors de la comunicació de masses: institucions, organitzacions, rutines professionals.
 - 1.1. Aportacions de la teoria crítica: la indústria cultural.
 - 1.2. Aportacions del funcionalisme: estudis sobre el seleccionador ('gatekeeper')
 - 1.3. Aportacions de la perspectiva interpretativa: 'newsmaking'.
2. L'estudi dels productes comunicatius.
 - 2.1. L'ús de l'anàlisi de contingut.
 - 2.2. Inicis i aportacions de l'anàlisi del discurs.
 - 2.3. L'anàlisi de les representacions mediàtiques.
3. De l'anàlisi de l'audiència a l'estudi del procés de recepció.
 - 3.1. L'anàlisi d'audiència com a anàlisi de efectes.
 - 3.2. L'aproximació dels estudis culturals.
 - 3.3. Els usos i gratificacions de la comunicació.
 - 3.4. Del procés de recepció a la construcció de sentit.
4. De l'anàlisi dels efectes a l'estudi de la influència.
 - 4.1. Evolució de la teoria dels efectes.
 - 4.2. Crisi del paradigma funcionalista i canvi d'orientació.
 - 4.3. 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 comunicaci3n. Barcelona, Paid3s Ib3rica, S.A.
- BRYANT, J. i ZILLMANN, D. (comps.) (1996): Los efectos de los medios de comunicaci3n. Investigaciones y teorías. Barcelona, Editorial Paid3s Ib3rica.
- DAYAN, D. (1997): En busca del p3blico: recepci3n, televisi3n, medios. Barcelona, Gedisa.
- FERGUSON, M. i GOLDING, P. (eds.) (1998) Economía polítca y estudios culturales. Barcelona, Bosch Casa Editorial.
- GRANDI, R. (1995): Textos y contextos de los medios de comunicaci3n. Barcelona, Bosch Casa Editorial.
- JENSEN, K.B. (1997): Semi3tica social de la comunicaci3n de masas. Barcelona, Bosh Casa Editorial.
- McQUAIL, D. (2000): Introducci3n a la teoría de la comunicaci3n de masas. Barcelona, Paid3s Ib3rica.
- MONTERO, M. Dolores (1994): La informaci3n periodística i la seva influència social. Bellaterra, Barcelona, Publicacions de la Universitat Aut3noma de Barcelona. (En castellà: La informaci3n periodística y su influencia social, Ed. Labor/UAB).
- MORAGAS, M. (1985): Sociología de la comunicaci3n de masas. I, II, III i IV. Ed. Gustavo Gili. Barcelona.
- RODA, R. (1989): Medios de comunicaci3n de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporánea. CIS-Siglo XXI. Madrid.
- RODRIGO, M. (1999): La construcci3n de la noticia. Barcelona, Ed. Paid3s.
- RODRIGO, M. (1999): La comunicaci3n intercultural. Barcelona, Ed. Anthropos.
- RODRIGO, M. (2000): Identitats i comunicaci3n intercultural. Valencia, Edicions 3i4.
- VELAZQUEZ, T. (1992): Los polítcos y la televisi3n. Aportaciones de la teoría del discurso al diálogo televisivo. Barcelona, Ed. Ariel
- WOLF, M. (1987): La investigaci3n de la comunicaci3n de masas. Barcelona, Ed. Paid3s.
- WOLF, M. (1992): Els efectes socials de la comunicaci3n de masses. Barcelona. Ed. Pòrtic.

METODOLOGIA DOCENT:

- a) Clases te3riques.
- b) Clases pràctiques integrades a la teoria: lectures, discussions, ressenyes de textos.
- c) Tutories

SISTEMA D'AVAUACI3:

Examen final.

OBSERVACIONS:

Can3, ordinador, aules adequades al nombre d'alumnes.

Bellaterra, 23 de juny de 2006

Signatura del Cap del Departament