

CURSO ACADÉMICO: 2006-2007

LICENCIATURA: Periodismo

CURSO: 2º

Código:	20689
Asignatura:	Teorías de la comunicación I
Tipo de asignatura:	Tr
Nº de créditos:	5 (4 teóricos + 1 práctico)
Cuatrimestre:	1º

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA:

- a) Explicar los elementos fundamentales del estudio de la comunicación social y contextualizarlos en el marco político, social, económico y cultural.
- b) Favorecer la reflexión crítica sobre el papel de los medios de comunicación en la sociedad.
- c) Crear conjuntamente, en el aula, los instrumentos apropiados de reflexión sobre la realidad de los medios, la realidad social y las tareas de los profesionales de la comunicación en la actualidad.

TEMARIO:

1. La pluridisciplinariedad en el estudio de la comunicación.
 - 1.1. La comunicación como objeto de estudio.
 - 1.2. La aportación de las ciencias sociales y humanas.
 - 1.3. El surgimiento de los medios de comunicación y los inicios de la investigación en comunicación de masas.
 - 1.4. Características actuales del campo de la investigación en comunicación.
2. El paradigma estructural-funcionalista.
 - 2.1. Definición de la relación sociedad/medios.
 - 2.2. La investigación administrada en Estados Unidos.
 - 2.3. Las teorías sobre los efectos limitados.
 - 2.4. Crisis del paradigma.
3. La perspectiva interpretativa.
 - 3.1. Aportaciones de la Escuela de Chicago, el interaccionismo simbólico y la etnometodología.
 - 3.2. La influencia de los medios de comunicación en la construcción social de la realidad, efectos a largo plazo
 - 3.3. Producción, contenidos y recepción en la construcción social de la realidad.
4. La perspectiva crítica.
 - 4.1. La Escuela de Frankfurt y la teorización sobre la industria cultural
 - 4.2. Teorías culturales sobre los medios de comunicación.
 - 4.3. La industria de los medios y el imperialismo cultural.
 - 4.4. Los *Cultural Studies*: objetos de estudio y perspectiva de análisis.
5. Perspectivas teóricas contemporáneas sobre la comunicación
 - 5.1. Sociedad de la información, sociedad de la comunicación, sociedad del conocimiento.
 - 5.2. Mundialización de la comunicación y de la cultura.
 - 5.3. Comunicación y desarrollo sostenible.

BIBLIOGRAFÍA

- DeFLEUR, M. L. y BALL-ROKEACH, S. (1993): Teorías de la comunicación de masas. Barcelona, Editorial Paidós Ibérica.
- McQUAIL, D. (2000): Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona, Editorial Paidós Ibérica
- McQUAIL, D. y WINDHAL, S. (1984): Modelos para el estudio de la comunicación colectiva. Pamplona, EUNSA.
- MONTERO, M. D. (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/U.A.B.)
- MORAGAS, M. (1981): Teorías de la comunicación. Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- MORAGAS, M. (Ed.) (1985): Sociología de la comunicación de masas. I, II, III i IV. Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- RODRIGO, M. (1995): Los modelos de la comunicación. Madrid, Ed. Tecnos.
- RODRIGO, M. (1999): La comunicación intercultural. Barcelona. Ed. Anthropos.
- RODRIGO, M. (2000): Identitats i comunicació intercultural. Valencia, Edicions 3i4.
- RODRIGO, M. (2001): Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas. Bellaterra, Barcelona. Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
- SAPERAS, E. (1992): Introducció a les teories de la comunicació. Barcelona, Editorial Pòrtic.
- VELÁZQUEZ, T. (1992): Los políticos y la televisión. Aportaciones de la teoría del discurso al diálogo televisivo. Barcelona, Ariel.
- WOLF, M. (1987): La investigación de la comunicación de masas. Barcelona, Editorial Paidós Ibérica.

METODOLOGÍA DOCENTE:

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

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Examen final

OBSERVACIONES:

Cañón y ordenador, aulas adecuadas al número de alumnos.

Bellaterra, 23 de junio de 2006

Firma del Director de Departamento