

## CURSO ACADÉMICO: 2009-2010

### LICENCIATURA: Comunicación Audiovisual

### CURSO: 1º

<b>Código:</b>	20689
<b>Asignatura:</b>	Teorías de la comunicación I
<b>Tipo de asignatura:</b>	Tr
<b>Nº de créditos:</b>	5 (4 teóricos + 1 práctico)
<b>Profesorado:</b>	Jordi del Río (Grupo 4) (Docencia en català )
<b>Cuatrimestre:</b>	2º

### 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 alrededor del 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 Características actuales del campo de la investigación en comunicación.
2. Los paradigmas y tendencias en el estudio de la comunicación.
  - 2.1 El paradigma estructural-funcionalista.
  - 2.2 La perspectiva interpretativa.
  - 2.3 La perspectiva crítica.
3. El estudio de los productores de la comunicación de masas.
  - 3.1 Características de los estudios sobre la producción comunicativa.
  - 3.2 La producción de ficción.
  - 3.3 La producción de la información.
4. El estudio de los productos comunicativos.
  - 4.1 El uso del análisis de contenido.
  - 4.2 Inicios y aportaciones del análisis del discurso.
  - 4.3 El análisis de las representaciones mediáticas.
5. El estudio de los procesos de recepción de la comunicación y de su influencia.
  - 5.1 De las teorías de la audiencia a las teorías de la recepción.
  - 5.2 De las teorías de los efectos a las teorías de la influencia.
  - 5.3 Teorías culturales sobre la globalización de la comunicación.

### BIBLIOGRAFIA

- CASTELLS, M. (1997): *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Vol. I La sociedad red.* Madrid, Alianza Editorial.
- BADIA, L. (1992) *De la persuasió a la tematització.* Barcelona, Ed. Pòrtic.
- DeFLEUR, M. L. i BALL-ROKEACH, S. (1993): *Teorías de la comunicación de masas.* Barcelona. Editorial Paidós Ibérica.

- 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, Editorial Paidós Ibérica.
  - McQUAIL, D. i WINDHAL, S. (1984): *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona, EUNSA.
  - MATTELART, A. (1998): La mundialización de la comunicación. Barcelona, Paidós.
  - MATTELART, A. (2002): Historia de la sociedad de la información. Barcelona, Paidós.
  - MONTERO, M.D. (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/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. (1999): *La comunicación intercultural*. Barcelona, Ed. Anthropos.
  - RODRIGO, M. (2001): *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Bellaterra, Barcelona. Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.
  - SAPERAS, E. (1987): *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona, Editorial Ariel.
  - SAPERAS, E. (1992): *Introducció a les teories de la comunicació*. Barcelona, Editorial Pòrtic.
  - SCHRAMM, W. (1982): *La ciencia de la comunicación humana*. Barcelona, Editorial Grijalbo.
  - THOMPSON, J.B. (1998): *Los Media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós.
  - VELÁZQUEZ, Teresa (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.
  - WOLF, M. (1992): *Els efectes socials de comunicació de masses*. Barcelona, Editorial Pòrtic.

#### **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, 15 de juliol de 2008

Firma del Director de Departamento