

CURSO ACADÉMICO: 2009-2010

LICENCIATURA: Comunicación Audiovisual

CURSO: 1º

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

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA:

- Explicar los elementos fundamentales del estudio de la comunicación social y contextualizarlos en el marco político, social, económico y cultural.
- Favorecer la reflexión crítica alrededor del papel de los medios de comunicación en la sociedad.
- 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:

- La pluridisciplinariedad en el estudio de la comunicación.
 - La comunicación como objeto de estudio.
 - La aportación de las ciencias sociales y humanas.
 - Características actuales del campo de la investigación en comunicación.
- Los paradigmas y tendencias en el estudio de la comunicación.
 - El paradigma estructural-funcionalista.
 - La perspectiva interpretativa.
 - La perspectiva crítica.
- El estudio de los productores de la comunicación de masas.
 - Características de los estudios sobre la producción comunicativa.
 - La producción de ficción.
 - La producción de la información.
- 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.
- El estudio de los procesos de recepción de la comunicación y de su influencia.
 - De las teorías de la audiencia a las teorías de la recepción.
 - De las teorías de los efectos a las teorías de la influencia.
 - 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