

Teories de la Comunicació

Codi: 103840
Crèdits: 6

Titulació	Típus	Curs	Semestre
2501928 Comunicació Audiovisual	FB	2	1

Professor de contacte

Nom: Lluís Albert Chillón Asensio

Correu electrònic: Albert.Chillon@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: No

Grup íntegre en espanyol: Sí

Equip docent

Nuria Torras Orfila

Prerequisits

No es requereixen coneixements específics diferents dels que s'assoleixen després de cursar el batxillerat.

Objectius

Els objectius formatius generals de l'assignatura consisteixen en què els alumnes comprenguin els fonaments filosòfics i antropològics de les principals teories del camp de la comunicació, així com les elaboracions conceptuals i els enfocaments crítics que se'n deriven, amb especial èmfasi en la funció cultural que duen a terme. L'assignatura es proposa, així mateix, afavorir la reflexió crítica sobre el paper dels mitjans de comunicació en la societat.

Competències

- Aplicar el pensament científic amb rigor.
- Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de productes comunicatius.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar esperit crític i autocrític.
- Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
- Diferenciar les principals teories de la disciplina, els seus camps i les elaboracions conceptuals, així com el seu valor per a la pràctica professional.
- Gestionar el temps de manera adequada.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar el pensament científic amb rigor.

2. Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de productes comunicatius.
3. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
4. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
5. Desenvolupar l'esperit crític i autocrític.
6. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
7. Gestionar el temps de manera adequada.
8. Identificar els fonaments de les teories i de la història de la comunicació.

Continguts

Els continguts de l'assignatura es desenvoluparan a partir dels següents eixos temàtics:

1. Fonaments filosòfics i antropològics per l'estudi de la comunicació
2. Comunicació mediàtica.
3. Estudis crítics sobre comunicació i cultura.
4. Nous mitjans i noves formes de comunicació.

Metodologia

L'aprenentatge estarà basat en classes magistrals, discussió a classe, lectures, tutories i realització de treballs, ressenyes i proves. Es fomentarà la capacitat d'anàlisi crítica i de reflexió.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals	72	2,88	1, 5, 8
Estudi personal i lectures orientades	14	0,56	1, 2, 3, 4, 5, 7
Seminaris	37	1,48	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Tipus: Supervisades			
Treballs individuals i/o en equip	7,5	0,3	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
Tutories	12	0,48	3, 4, 5, 6

Avaluació

Cada alumne realitzarà un mínim de tres proves avaluables (treballs, ressenyes i/o exàmens). Cada professor ponderarà el valor relatiu de cada prova en la qualificació final. Aquestes proves suposaran el 80% de la nota final (30% la primera prova + 25% la segona + 25% la tercera). El 20% restant es decidirà a partir de la participació a classes i seminaris. Els estudiants disposaran d'un període de reavaluació a final de curs, al qual només podran acollir-se els estudiants que hagin obtingut, com a mínim, un suspès amb nota alta (4 punts) durant l'avaluació continuada.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Participació a classes i seminaris	20%	1,5	0,06	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8
Tres proves avaluables	80%	6	0,24	1, 2, 3, 5, 6, 7, 8

Bibliografia

Adorno, Theodor W. i Horkheimer, Max

1974 Industria cultural y sociedad de masas, Caracas, Monte Ávila.

Cassirer, Ernst

1984 Antropología filosófica: introducción a una filosofía de la cultura, México, Fondo de Cultura Económica

Castells, Manuel

2009 Comunicación y poder, Madrid, Alianza Editorial

Chillón, Albert, i Duch, Lluís

2012 Un ser de mediaciones. Antropología de la comunicación, vol. I, Barcelona, Editorial Herder

Chillón, Albert, i Duch, Lluís

2016 Sociedad mediática y totalismo. Antropología de la comunicación, vol. 2, Barcelona, Editorial Herder

Moragas, Miquel de

2011 Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa, Barcelona, Gedisa

Stevenson, Nick

1998 Culturas mediáticas: teoría social y comunicación masiva, Buenos Aires, Amorrortu.

Thompson, John B.

1998 Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación, Barcelona, Paidós

Watzlawick, Paul

1985 Teoría de la comunicación humana: interacciones, patologías y paradojas, Barcelona, Herder

Teories de la Comunicació 2013 - 2014

Wolf, Mauro

1996 La investigación de la comunicación, Barcelona, Paidós.