

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Básica

Créditos ECTS

6

Competencias que contribuye a desarrollar

Competencias transversales

- Ayudar a que los alumnos controlen su educación.
- Fomentar su desarrollo intelectual y personal.
- Desarrollar las capacidades de comprensión, razonamiento, interpretación, síntesis y resolución de problemas.
- Potenciar su desarrollo como personas críticas, creativas y con confianza en sí mismas.

Objetivos/Resultados de aprendizaje

Objetivo general

Dotar a los alumnos de una mayor capacidad de reflexión, crítica y autonomía profesional, como valor añadido al conocimiento de la comunicación y de la información en sus aspectos sociales.

Objetivos específicos

- Distinguir los conceptos clave de la comunicación y la información.
- Ofrecer un panorama amplio de las implicaciones e influencia de los medios de masas sobre la opinión pública y la sociedad.
- Conocer el origen de la Mass Communication Research y su evolución hasta nuestros días.
- Analizar los efectos de los medios masivos en la sociedad a través de las principales investigaciones del sector.
- Reflexionar sobre el impacto de las nuevas tecnologías en la sociedad

Contenidos

Primera parte: La Comunicación y la Información

1. Introducción y objeto de estudio
2. Qué es comunicación; qué es información
3. Elementos del proceso comunicativo
4. La retórica de Aristóteles: primer modelo de comunicación
5. Medios de comunicación
6. Modelos para el estudio de la comunicación colectiva
 - a. La escuela de Palo Alto: los axiomas metacomunicacionales de Paul Watzlawick.
 - b. La Teoría Matemática de la Comunicación: Shannon y Weaver (1948)
 - c. El modelo de Wilbur Schramm (1954)
 - d. Westley y McLean
7. Sociedad de la Información
8. Paradojas del espacio informativo
9. El método científico aplicado a la Comunicación Social
10. La comunicación mediática

Segunda parte: Teorías clásicas de comunicación social

1. Tª de la Sociedad de Masas
2. El paradigma dominante: Mass Communication Research
3. Harold Lasswell, Propaganda Technique in the World War (1927)

4. La corriente de los efectos cortos, limitados y poderosos
 5. La teoría de la aguja hipodérmica o the bullet theory
 6. Efectos limitados, teoría de los líderes de opinión: Karl Lazarsfeld
 7. Robert Merton, funciones y disfunciones
 8. La escuela de Frankfurt y las industrias culturales
 9. Apocalípticos e integrados
 10. Los estudios culturales: fundamentos teóricos. Edgar Morin
 11. Eufemismos y marcos de contenido
- Tercera parte: Construcción de la realidad y efectos mediáticos
1. ¿Qué es un efecto mediático?
 2. La espiral de silencio de Noelle-Neumann
 3. Indicadores culturales y análisis de cultivo, Gebrner
 4. Agenda Setting y framing
 5. El estudio de la violencia en los medios de comunicación
 6. El sexo y la pornografía en los medios y posibles efectos
 7. Entretenimiento mediático y efectos: la sociedad del espectáculo

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

Campus Virtual de la docente

Criterios y sistemas de evaluación

Los alumnos para superar la asignatura deberán:

- Conocer los conceptos centrales de las Teorías clásicas de Comunicación Social y sus autores correspondientes.
- Identificar el origen y nacimiento de la Mass Communication Research
- Distinguir entre lo que es la comunicación y lo que es la información

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Bibliografía

Bibliografía Básica:

IGARTUA, Juan José, HUMANES, María Luisa, Teoría e investigación en comunicación social, Madrid: Síntesis, 2004.

MATTELART, Armand, Historia de las teorías de la comunicación, Paidós, Barcelona, 1997.

MORAGAS, Miguel de, Teorías de la comunicación, Gustavo Gili, Barcelona, 1981.

WOLF, Mauro, La investigación de la comunicación de masas, Paidós, Barcelona 1987.

--.Los efectos sociales de los media, Paidós, Barcelona, 1994.

Complementaria:

ÁLVAREZ, J. T., Historia y Modelos de comunicación en el siglo XX: El nuevo orden informativo, Ariel Comunicación. Barcelona, 1987

BRYANT, Jennings, ZILLMANN, Dolf, Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías, Barcelona, Paidós, D.L. 1996.

MONZÓN, C., Opinión pública, comunicación y política: la formación del espacio público, Tecnos, Madrid, 2006.

MCQUAIL, Denis y Steven Windahl, Modelos para el estudio de la comunicación colectiva, Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona, 1989.

MORAGAS, M. de (ed.), Sociología de la comunicación de masas. Vol. 2, Estructura, funciones y efectos, Gustavo Gili, Barcelona, 1994.

MORAGAS, M. de (ed.), Sociología de la comunicación de masas. Vol. 3, Propaganda política y opinión pública, Gustavo Gili, México, 1993.

NOELLE-NEUMANN, Elisabeth, La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social, Paidós, Barcelona, 1995.

THOMPSON, John. B. Los media y la modernidad, Paidós, Barcelona, 2003.

SAPERAS, Enric, Los efectos cognitivos de la comunicación de masas, Ariel, Barcelona, 1987.

VALBUENA, Felicísimo, Teoría General de la Información, Noesis, Madrid, 1997.

WATZLAWICK, Paul, ¿Es real la realidad?: confusión, desinformación, comunicación, Herder, Barcelona, 2003.

Lecturas recomendadas

BÖLL, Heinrich, El honor perdido de Katharina Blum, Seix Barral.

FISHMAN, Mark, La fabricación de la noticia. Tres Tiempos, Buenos Aires, 1987.

GITLIN, Todd, Enfermos de información. De cómo el torrente mediático está saturando nuestras vidas, Paidós, Barcelona, 2005.

GRIJELMO, A. La seducción de las palabras, Punto de lectura, Madrid, 2007.

POSTMAN, Neil, Divertirse hasta morir, Ediciones de la Tempestad, Barcelona, 1991.

TUCHMAN, Gaye, La producción de la noticia, Gustavo Gili, Barcelona, 1986.

Calendario y horario

Grupo 1: (Aula G-214)

Miércoles de 11.00 a 13.00 - Jueves 09.00 a 11.00 - 13.00 a 15.00

Grupo 3: (Aula G-114)

Miércoles de 15.00 a 17.00 - 19 a 21.00 - Jueves 16.40 a 18.40

Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

Cfr. Campus virtual

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

Profª Dra. Coral Morera Hernández

Coordinadora de la asignatura: Profª Dra. Coral Morera Hernández

cmorera@hmca.uva.es

Grupos 1 y 3

Profesora de la Universidad de Valladolid (2004) "Campus María Zambrano" en "Teorías de la Comunicación y de la Información" y "Fundamentos de las RR.PP.", miembro del "Grupo de Investigación en Comunicación Audiovisual e Hipermedia", en la misma universidad.

Doctora en Periodismo por la Universidad de Valladolid (2009), Máster en Comunicación Corporativa y Publicitaria por la Universidad Complutense de Madrid, (1999) y Diplomada en Comunicación y Relaciones Públicas por la Cámara de Comercio e Industria de Madrid, (1997). Es investigadora del Instituto Franklin de Investigación en Estudios norteamericanos de la Universidad de Alcalá, y sus líneas de investigación versan sobre el periodismo de investigación de base histórica, (Estados Unidos y la Guerra Fría), la historia de la comunicación social y los efectos de los medios. Sus publicaciones analizan la imagen mediática de los Estados Unidos y algunas de las crisis e intervenciones bélicas más importantes de finales del siglo XX.

- "Periodistas españoles caídos en "combate": "víctimas" de distintas coberturas", Estudios sobre el mensaje periodístico, Vol. 20 nº 1 (2014): 505-522.

Prof. Dr. José Ignacio García Lomas, responsable docencia Grupo 2

Idioma en que se imparte

Español, pero no se descarta la lectura de artículos o documentos en inglés.