

Teoría y modelos de la comunicación

******* Sin docencia a partir del curso 2011/12 *******

Identificación y características de la asignatura

Denominación	Teoría y modelos de la comunicación	Código	114873
Créditos (T+P)	4 teóricos + 2 prácticos: 6		
Titulación	Licenciatura en Documentación		
Centro	Facultad de Biblioteconomía y Documentación		
Curso		Temporalidad	1er. cuatr.
Carácter	Optativa		
Descriptor(es) (BOE)			
Profesor/es	Manuel Baelo Álvarez <ul style="list-style-type: none"> • Despacho: • Correo-e: mbaelo@unex.es • Página web: • Tutorías: Lunes de 17 a 19 h. en despacho 112 y Martes de 17 a 19 h. en despacho 1-11 de la Facultad de Educación. 		
Área de conocimiento	Sociología		
Departamento	Dirección de empresas y Sociología		

Objetivos y/o competencias

La asignatura tiene como objetivo fundamental acercar al alumno al conocimiento de toda una serie de modelos aplicados al análisis de la comunicación, aproximándose a ésta desde una perspectiva marcadamente centrada en su componente social, enfatizando los aspectos en torno a los efectos de los medios de comunicación de masas, así como aportando una reflexión sobre la evolución de dichos medios comunicativos hasta nuestros días.

Se pretende que, al finalizar el curso, el alumno sea capaz de identificar situaciones sociales susceptibles de ser analizadas a través de los modelos y las teorías tratadas a lo largo del cuatrimestre, dotándole así de una serie de herramientas y enfoques teóricos útiles para la comprensión y análisis de los fenómenos comunicativos en la sociedad de la información.

Temas y contenidos

TEMARIO:

Bloque 1: La comunicación y la sociología de la comunicación.

- La comunicación desde una perspectiva social.
- Lenguaje y sociedad. Historia de la comunicación social.
- Signo, Señal, Símbolo. Aproximaciones semióticas.
- Formas de comunicación. Comunicación intrapersonal e interpersonal, comunicación no verbal, comunicación mediada, comunicación organizacional, etc.
- Cultura de masas y medios de comunicación de masas.

Bloque 2: Modelos de la comunicación.

- Definición, estructura, funciones, tipologías, ventajas y limitaciones de los modelos.
- El modelo de Lasswell.
- El modelo de Shannon.
- El modelo de Schramm.
- El modelo de Jakobson.
- El modelo de Maletzke.
- El modelo de la sociosemiótica.
- Otros modelos: Dance, Newcomb, Gerbner, Westley y MacLean, Katz y Lazarsfeld, Rogers y Shoemaker.

Bloque 3: La comunicación en la era de Internet.

- La sociedad informacional. Recorrido histórico.
- Efectos de los medios de comunicación (de masas).
- Agenda-setting.
- La comunicación publicitaria.
- "Nuevas" formas de comunicación: ¿nuevos modelos?

Bloque 4: Investigando la comunicación.

- Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. Las audiencias.
- Métodos cualitativos de investigación en comunicación. Efectos psicosociológicos.

METODOLOGÍA Y ACTIVIDADES:

El curso se concibe como una especie de seminario, por lo que se valora especialmente la asistencia y participación activa de los alumnos en las sesiones. Durante las clases, que alternarán exposición por parte del profesor e intervenciones de los alumnos, se cubrirá el temario mediante la lectura, exposición y discusión de textos extraídos de la bibliografía básica (ver apartado correspondiente), acompañados tanto por textos complementarios como por ejemplos prácticos. Asimismo, se dedicará un tiempo suficiente al seguimiento de los trabajos de investigación propuestos, trabajos que habrán de ser defendidos públicamente en clase, amén de discutidos, individualmente, con el profesor en el horario establecido de tutorías.

RECOMENDACIONES PARA EL ESTUDIO:

Se recomienda la asistencia a las clases, tanto teóricas como prácticas. También es aconsejable mantener el contacto con el Profesor, en horario de tutorías o por medio del correo electrónico, en caso de que el alumno no pueda asistir a las aulas, para la búsqueda de alternativas a la docencia presencial y a la entrega de los materiales y del trabajo de curso.

Criterios de evaluación

La evaluación global de la asignatura es una combinación de:

- Evaluación de la asistencia y de la participación activa del alumno en las clases (optativo). (20% de la calificación final).
- Realización de una recensión crítica en cada una de las lecturas o de los diferentes materiales audiovisuales que serán facilitados por el Profesor a través del correo electrónico (obligatorio). (20%)
- Elaboración individual y exposición oral de un trabajo de curso (obligatorio). (60 % de la calificación final).

Bibliografía

Bibliografía básica:

- De Fleur, M.L. Y Ball-Rokeach, S.J. (1982) Teorías de la comunicación de masas, Barcelona, Buenos Aires, Paidós.
- Lucas Marín, A.; García Galera, C.; y J.A. Ruiz San Román (1999) Sociología de la comunicación, Valladolid, Trotta.
- McQuail, D. y Windahl, S. (1989) Modelos para el estudio de la comunicación colectiva, Pamplona, EUNSA.
- Moragas, M. (1986) Sociología de la comunicación de masas (4 vols.), Barcelona, Gustavo Gili.
- Rodrigo Alsina, M. (1989) Los modelos de la comunicación, Madrid, Tecnos.

Bibliografía complementaria:

- Altheide, D.L. (1996) Qualitative Media Analysis, Thousand Oaks [etc], Sage.
- Anderson, J.A. y Meyer, T.P. (1988) Mediated communication: a social action perspective, London, Sage.
- Aranguren, J.L. (1986) La comunicación humana, Madrid, Tecnos.
- Arias, M.A.; García, J. Y Martín Serrano, M. (1981) "Los modelos de la comunicación" en VV.AA. Epistemología de la comunicación y análisis de la referencia, Cuadernos de comunicación, Universidad Complutense de Madrid, pp. 101-137.
- Beneyto, J. (1970) Información y sociedad, Madrid, Revista de Occidente.
- Berganza, M.R.; Ruiz San Román, J.A.; y C. García Galera (coords.) (2005) Investigar en comunicación: guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación, Madrid, McGraw-Hill.
- Berlo, D. (1969) El proceso de comunicación, Buenos Aires, Ateneo.
- Callejo, J. (1995) La audiencia activa: el consumo televisivo: discursos y estrategias, Madrid, CIS.
- Casetti, F. (1980) Introducción a la semiótica, Fontanella, Barcelona.
- Davis, F. (1998) La comunicación no verbal, Madrid, Alianza.
- Debray, R. (2001) Introducción a la mediología, Barcelona, Paidós.
- Dominick, J.R. (2006) La dinámica de la comunicación masiva: los medios en la era digital, México D.F., McGraw-Hill.
- Fernández Collado, C. y Galguero García, L. (2008) La comunicación humana en el mundo contemporáneo, México, McGraw-Hill.
- Gaitán Moya, J.A. y Piñuel Raigada, J.L. (1998) Técnicas de investigación en comunicación social: elaboración y registro de datos, Madrid, Síntesis.
- Goffman, E. (2006) La presentación de la persona en la vida cotidiana, Buenos Aires, Amorrortu.
- Goffman, E. (1979) Relaciones en público: microestudios de orden público, Madrid, Alianza.
- González Seara, L. (1968) Opinión pública y comunicación de masas, Barcelona, Ariel.
- Gordo López, A.J. (coord.) (2006) Jóvenes y cultura messenger: tecnología de la información y la comunicación en la sociedad interactiva, Madrid, FAD.
- Gubern, R. (1977) Comunicación y cultura de masas, Barcelona, Península.
- Habermas, J. (1994) Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos, Madrid, Cátedra.
- Hall, E.T. (1973) La dimensión oculta: enfoque antropológico del uso del espacio, Madrid, Instituto de Estudios de Administración Local.
- Igartua Perosanz, J.J. (2006) Métodos cuantitativos de investigación en comunicación, Barcelona, Bosch.
- Jensen, K.B. (1997) La semiótica social de la comunicación de masas, Barcelona, Bosch.
- Jensen, K.B. y Jankowski, N.W. (1993) Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas, Barcelona, Bosch.
- Katz, E. y Lazarsfeld, P.F. (1979) La influencia personal: el individuo en el proceso de comunicación de masas, Barcelona, Editorial Hispano Europea.
- Klapper, J.T. (1974) Efectos de las comunicaciones de masas: poder y limitaciones de los medios modernos de difusión, Madrid, Aguilar.
- Lozano Rendón, J.C. (2007) Teoría e investigación de la comunicación de masas, México, Pearson Educación.
- Luhmann, N. (2000) La realidad de los medios de masas, Barcelona: Anthropos; México: Universidad Iberoamericana.

- MacLuhan, M. (1996) Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano, Barcelona, Paidós Ibérica.
- Maigret, E. (2005) Sociología de la comunicación y de los medios, Bogotá, FCE.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1999) Historia de las teorías de la comunicación, Barcelona, Paidós.
- McQuail, D. (2000) Introducción a la teoría de la comunicación de masas, Barcelona, Paidós.
- McQuail, D. (1972) Sociología de los medios masivos de comunicación, Buenos Aires, Paidós.
- Merton, R.K. (1964) Mass persuasion, New York, Harper.
- Moragas, M. (1985) Teorías de la comunicación, Barcelona, Gustavo Gili.
- Nabi, R.L. Y Oliver, M.B. (eds.) (2009) The SAGE handbook of media processes and effects, Thousand Oaks, Sage.
- Sampere, P. (2007) McLuhan en la era de google: memorias y profecías de la Aldea Global, Madrid, Editorial Popular.
- Saperas, E. (1987) Los efectos cognitivos de la comunicación de masas: las recientes investigaciones en torno a los efectos de la comunicación de masas, 1970-1986, Barcelona, Ariel.
- Sartori, G. (1998) Homo videns: la sociedad teledirigida, Madrid, Taurus.
- Sauvy, A. (1970) La opinión pública, Barcelona, Oikos Tau.
- Silverstone, R. (2004) ¿Por qué estudiar los medios?, Buenos Aires, Amorrortu.
- Stevenson, N. (1995) Culturas mediáticas: teoría social y comunicación masiva, Buenos Aires, Amorrortu.
- Uña, O. (2000) "Teorías y modelos de la comunicación", en Praxis Sociológica, nº5, pp. 33-79.
- Vidal Beneyto, J. (dir.) (2002) La ventana global: ciberespacio, esfera pública mundial y universo mediático, Madrid, Taurus.
- Watzlawick, P.; Beavin Bavelas, J. Y Jackson, D. (1989) Teoría de la comunicación humana, Barcelona, Herder.
- Webster, F. (1995) Theories of the Information Society, London and New York, Routledge.
- Wimmer, R.D. Y Dominick, J.R. (2001) Introducción a la investigación en medios masivos de comunicación, Madrid, Thomson Editorial.
- Wimmer, R.D. Y Dominick, J.R. (1996) La investigación científica de los medios de comunicación: una introducción a sus métodos, Barcelona, Bosch.
- Wolf, M. (1994) Los efectos sociales de los media, Barcelona, Paidós.
- Wolf, M. (1987) La investigación de la comunicación de masas: crítica y perspectivas, Barcelona, Paidós.
- Wolf, M. (1982) Sociologías de la vida cotidiana, Madrid, Cátedra.
- Wright, C.R. (1978) Comunicación de masas, Buenos Aires, Paidós.

[\[Anterior\]](#)

[\[Índice\]](#)

[\[Siguiente\]](#)

Sistemas hipertexto e hipermedia

[\[Documentación\]](#)

Tratamiento del documento
impreso antiguo en España