

**PROGRAMA DE TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN, 2009/10**

**Asignatura troncal, primer cuatrimestre, 6 créditos.**

**Profesora Doctora Mar Chicharro Merayo**

**Tema 1. SOCIEDAD DE MASAS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN: LA VISIÓN CRÍTICA DEL PÚBLICO Y EL MIEDO A LOS MEDIOS.**

Introducción a la tradición estudios sobre la sociedad de masas. El concepto de masa. La cultura de masas. La emergencia de los públicos. El concepto de audiencia. El referente contemporáneo de los estudios sobre la sociedad de masas: Teóricos críticos, apocalípticos e integrados. Los integrados: Shils y Bell. Teóricos apocalípticos aristocráticos.

**LECTURAS OBLIGATORIAS**

Ortega y Gasset, José, *La rebelión de las masas*, Alianza Editorial, 1983, pp 101-132, apartados 9-12 ambos incluidos.

Le Bon, Gustave, *Psicología de las masas*, Morata, 1983.

Capítulo I 1º parte "Características generales de las masas. Ley psicológica de su unidad mental"

Capítulo III, 2º parte "Los conductores de masas y sus medios de persuasión", día 14 de octubre.

**Tema 2. LOS PRIMERAS INVESTIGACIONES CIENTÍFICAS SOBRE LA COMUNICACIÓN. UNA INICIAL APROXIMACIÓN A LOS ESTUDIOS SOBRE LOS EFECTOS.**

Hovland y la escuela de Yale: la psicología de los efectos. Robert K. Merton y la perspectiva funcionalista. La utilización de la técnica del análisis de contenido (*content analysis*).

**LECTURAS OBLIGATORIAS**

Berganza, María Rosa, del Hoyo, Mercedes, "La mujer y el hombre en la publicidad televisiva: imágenes y estereotipos", *Zer*, nº 21, noviembre 2006.

**Tema 3. LAS TEORÍAS DE LOS EFECTOS LIMITADOS: EL VALOR DE LOS FACTORES INTERMEDIARIOS.**

El trabajo de Lazarsfeld y sus colaboradores: la teoría de la comunicación en dos pasos. Los *gatekeepers*. Klapper y su perspectiva de síntesis.

**LECTURA OBLIGATORIA**

Lazarsfeld, Paul F., Berelson, Bernard, Gaudet Hazle. *El pueblo elige. Estudio del proceso de formación del voto durante una campaña presidencial*, Ediciones 3, Buenos Aires, 1962

#### **Tema 4. COMUNICACIÓN MEDIADA, REALIDAD MEDIADA: SU INFLUENCIA.**

La función de la prensa en la construcción de significado. Las funciones de habla y lenguaje de los medios. Teoría de la *agenda setting*.

##### **LECTURA OBLIGATORIA**

Rodríguez Díaz, Raquel, (2004) "Teoría de la agenda setting", y "Terminología" en la misma autora, *Teoría de la agenda-setting. Aplicación a la enseñanza universitaria, observatorio europeo de tendencias*, pp 15-42

#### **Tema 5. EL PODER DE LOS PÚBLICOS.**

Los usos y las gratificaciones. La teoría de la dependencia.

##### **LECTURAS OBLIGATORIAS**

Varela, José Ignacio, (2002), "La dura realidad. Usos y gratificaciones aplicados al reality show", *Razón y palabra*, 24.

Flores, Antonio (2005), "Usos y gratificaciones de la televisión según los receptores infantiles", *Comunicar*, 25

#### **Tema 6. EL ESTUDIO CONTEMPORÁNEO DE LA OPINIÓN PÚBLICA.**

Sobre el concepto de opinión pública. Habermas y la esfera pública burguesa. Noelle Neumann y la espiral del silencio.

##### **LECTURAS OBLIGATORIAS**

Boladeras, Margarita, (2001) "La opinión pública en Habermas" *Revista Anàlisi*, 26, pp 51-70.

Neumann, Noelle, (1971), "El doble clima de opinión. La influencia de la televisión en una campaña electoral", *Revista española de investigaciones sociológicas*, nº 4, pp 67-101.

#### **Tema 7. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMO AGENTES DE SOCIALIZACIÓN.**

Teoría del aprendizaje social u observacional. El proceso del modelaje. La teoría de las expectativas sociales. Teoría de los efectos cultivados: victimización, sobreinclusión y resonancia.

##### **LECTURAS OBLIGATORIAS**

Igartua, Juan José, Del Rio, Pablo, y otros, (1998), "Indicadores culturales y construcción de estereotipos en films", *Comunicación y cultura*, nº 5-6, pp 43-56.

Gerbner, George, Gross, Larry, Morgan, Michael y Signorelli, Nancy, (1996), "Crecer con la televisión. Perspectiva de la aculturación" en J Bryant y D. Zillmann (comps), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, Barcelona, Paidós.

#### Tema 8. LOS ESTUDIOS CULTURALES.

Presupuestos de los estudios culturales. El grupo de medios de la Universidad de Glasgow y la parcialidad televisiva.

##### LECTURAS OBLIGATORIAS

Stuart Hall: la prensa, el pánico moral y el surgimiento de la Nueva Derecha. El estudio de la ideología o de la dominación de un grupo sobre otro.

David Morley: la audiencia televisiva. Texto sociedad y público televisivo. Clase, poder e ideología en el ocio doméstico.

##### LECTURAS OBLIGATORIAS

Hall, Stuart (1980), "Codificar y decodificar", *Culture, Media and Language*, London, Hutchinson, pp 129-139

Morley, David (1996), "Interpretar television: la audiencia de Nationwide" en el mismo autor, *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Amorrortu, Buenos Aires.

#### Tema 9. FEMINISMO Y CULTURA DE MASAS.

Dallas: el consumo del melodrama. Psicoanálisis y feminismo

##### BIBLIOGRAFÍA.

ALLPORT, Gordon, y POSTMAN, Leo, *Psicología del rumor*, Buenos Aires, Psique, 1967.

DE FLEUR, M. L., y BALL-ROKEACH, S., *Teorías de la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós, 1996.

ECO, Umberto, *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*, Barcelona, Lumen, 1968.

FREUD, D., *Psicología de las masas*, Alianza Editorial, Madrid, 1972.

IMBERT, G., *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*, Barcelona, Gedisa, 2003.

- KATZ, E., LAZARFELD, D. F., *Personal Influence; The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*, Glencoe, The Free Press, (*La influencia personal: el individuo en el proceso de comunicación de masas*, Barcelona, Hispano Europea, 1979), 1955.
- KLAPPER, J.T., *The Effects of Mass Communication*, New York, The Free Press of Glencoe, 1960 (*Efectos de las comunicaciones de masas*, Madrid, Aguilar, 1974).
- LE BON, G., *Psicología de las masas*, Madrid, Morata, 1983.
- MARTÍN ALGARRA, M., *Teoría de la comunicación: una propuesta*, Madrid, Tecnos, 2003.
- MARTÍN LLAGUNO, M. *La función de recuerdo de los medios de difusión (¿Qué pasa cuando en los medios "parece no pasar nada sobre un tema"?)*, Alicante, Publicaciones de la Universidad de Alicante, 2002.
- McCOMBS, M., y SHAW, D. L., "The Agenda-Setting Function of Mass Media", *Public Opinion Quarterly*, 36, 1972, pp 176-187.
- McQUAIL, D., *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Barcelona, Paidós, 1985.
- MERRIL, J.C., LEE, J., FRIEDLANDER, E.J., *Medios de comunicación social. Teoría y práctica en los Estados Unidos y en el mundo*, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 1992.
- MUÑOZ TORES, J. R., *¿Por qué interesan las noticias? Estudio de los fundamentos del interés informativo*, Barcelona, Herder, 2002.
- MUÑOZ, B., *Cultura y comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*, Barcelona, Barcanova, 1989.
- NOELLE NEUMANN, E., "El doble clima de opinión: la influencia de la televisión en una campaña electoral", *REIS*, 4, 1978, pp. 67-101.
- PALMGREEN, P., "Uses and Gratifications: A Theoretical Perspective" en R. N. Bostrom (Ed.), *Communication Yearbook*, Newbury Park, CA, Sage, 8, 1984, pp. 20-55.
- RODA FERNÁNDEZ, Rafael, *Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporánea*, Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, 1989.
- RODRIGO ALSINA, M., *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*, Universitat Autònoma, 2001.
- SAPERAS, E., *Manual básico de teoría de la comunicación*, CIMS, 1998.
- STAIGER, J. *Media Reception Studies*, New York University Press, 2005
- STEVENSON, N., *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*, Buenos Aires, Amorrortu, 1998.

TARDE, G., *La opinión y la multitud*, Madrid, Taurus, 1986, (e. o. 1901).  
VILCHES, L., *La manipulación de la información televisiva*, Barcelona, Paidós, 1989.  
VILCHES, L., *La televisión. Los efectos del bien y del mal*, Barcelona, Paidós, 1993.  
VVAA, *La nueva era de la televisión*, Madrid, Ediciones Academia de las ciencias y las artes, 2001.

#### Método de evaluación.

La asignatura está concebida como presencial. De ahí que la metodología haga mucho hincapié en el trabajo del alumno, que se comprobará, no sólo a través del examen, sino también a través de su participación en las actividades en el aula.

A partir de ahí, la asignatura se evaluará de la siguiente manera:

1. Trabajo del alumno en casa y en el aula: incluye, especialmente, el trabajo asociado a las lecturas obligatorias. Deberán ser preparadas personalmente por el alumno, que debe ser capaz de exponerlas y discutir las en clase. También se incluyen en este apartado las prácticas o ejercicios que pueda proponer la profesora. La evaluación de este trabajo se realizará a partir de las intervenciones en clase y de los ejercicios propuestos, y se valorará el esfuerzo, la implicación, el conocimiento y la actitud del alumno, así como otros criterios que pueda contemplar la profesora : 20%
2. Examen de la asignatura en la fecha establecida por el Centro 80%. Se evaluará al alumno de sus conocimientos de la materia impartida, así como de su dominio de los textos obligatorios. El aprobado en el examen exige que el alumno haya obtenido, al menos el 50 % de la nota en la pregunta/s referidas a las lecturas obligatorias. Para aprobar la asignatura es necesario aprobar el examen.

Tres faltas de ortografía en el examen significa un suspenso en la asignatura.