



## DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN

**TITULACIÓN:** COMUNICACIÓN

**ASIGNATURA:** **LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL AULA**

**CURSO:** 1º y 2º

**DURACIÓN:** SEMESTRAL

**CARÁCTER:** OPTATIVA

**CRÉDITOS:** 8

### OBJETIVOS

- Proporcionar al alumno una perspectiva global de los medios de comunicación en el mundo de hoy.
- Dotar al alumno de las herramientas necesarias para que lleve a cabo el análisis estructural de medios de comunicación tanto radiofónicos, como escritos y audiovisuales.
- Dotar al alumno de los conceptos necesarios para que pueda realizar por sí mismo un análisis crítico y esclarecedor de los medios de comunicación de masas hoy en día, asegurándose así un conocimiento activo del medio en el que se va a desarrollar su labor profesional.
- Conseguir que, al final de la asignatura, el alumno haya producido su propio espacio en un medio de comunicación, ya sea radiofónico o escrito; se aúnan en ese trabajo tanto el recorrido teórico de la asignatura (análisis, estudio de los medios y de su evolución, etc.,) como su vertiente más práctica.
- Reflexionar sobre el papel de los medios de comunicación en la educación y en el desarrollo cultural tanto de las personas como de las sociedades.

### METODOLOGÍA

Se trata de una asignatura eminentemente práctica. Las sesiones son de dos tipos: explicaciones del profesor, introducción y líneas de investigación más relevantes sobre el medio de comunicación de que se trate, y de sesiones prácticas que ocupan el 80% de la asignatura. Estas sesiones prácticas son de dos tipos: comentario de textos y toma de contacto con el medio de comunicación que es objeto de estudio: radio, prensa, televisión y medios en internet. El alumno realiza un proyecto comunicativo como trabajo final de la asignatura en uno de los medios ya señalados.

### CONTENIDOS

1. Introducción a los medios de comunicación.
  - a. ¿Qué es un medio de comunicación?
  - b. El medio de comunicación en nuestro tiempo: principales perspectivas críticas.
2. Análisis del medio radiofónico.
  - a. El estímulo auditivo.
  - b. Descripción de los principales géneros.
  - c. La fórmula del magazine.
  - d. El programa especializado.
3. Análisis del medio escrito.
  - a. Estructura del periódico.
  - b. Principales géneros escritos.
  - c. Los medios gráficos en el medio escrito. Análisis de imágenes.
4. Análisis del medio televisivo.
  - a. Información.
  - b. Entretenimiento.
  - c. Análisis de la imagen televisiva.
5. Medios de comunicación en la red.
  - a. Medios de información en la red asociados a medios de información en otros soportes.
  - b. Medios de información exclusivos de la red.
6. Los grupos de información.
  - a. Estructura y dimensión de las empresas informativas.
  - b. Los medios de comunicación local.
  - c. Medios de información especializada.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Arnheim, R., *Estética radiofónica*, Barcelona, Gustavo Gili 1980.
- Berlo, David K., *El proceso de la comunicación*, Buenos Aires, Ateneo 1976.
- Bourdieu, Pierre., *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama 1997.
- Brecht, Bertold, "Teoría de la radio", en Bassets, Lluís (ed.), *De las ondas rojas a laqs radios libres*, Barcelona, Gustavo Gili 1981.
- Bruneau, Th., "Le silence dans la communication", *Communication et langages*, 4<sup>o</sup> trimestre 1973, pp. 5-14.
- Busquets, Lluís, *Para leer la imagen*, Madrid, ICCE, 1977.
- Carpenter, Edmund y Mc Luhan, Marschall, *El aula sin muros*, Barcelona, Ediciones de Cultura Popular, 1968.
- Eco, Umberto., *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen 1987.
- García Jiménez, J., *Información audiovisual*, Madrid, Paraninfo 1999.
- Gauthier, Guy, *Veinte lecciones sobre la imagen y el sentido*, Madrid, Cátedra, Colección

signo e imagen, 1990.  
González Requena, Jesús, *El discurso televisivo*, Madrid, Cátedra, Colección signo e imagen, 1991.  
Gubern, Romà, *La mirada opulenta*, Barcelona, Gustavo Gili, 1987.  
Handke, Peter, *Los avispones*, Barcelona, Versal 1984.  
Martín Serrano, Manuel., "Un modelo metodológico para investigar los efectos socioculturales de los media", revista *Anàlisi*, (3, 1981), Bellaterra, Universidad Autònoma de Barcelona 1981.  
Moles, A., y Zeltmann, C., *La comunicaci3n y los mass-media*, Bilbao, Mensajero, 1975.  
Navarro Tomás, T., *Manual de la entonaci3n española*, Madrid, Guadarrama, 1974.  
Prado, Emili, *Estructura de la informaci3n radiof3nica*, Barcelona, ATE, 1981.  
Rivero, J., *Les libertés publiques*, Paris, PUF, 1980.  
Saborit, José, **La imagen publicitaria en televisi3n**, Madrid, Cátedra, Colecci3n signo e imagen, 1993.  
Seijas Candelas, L., *Los sistemas informativos en la era digital*, Madrid, Universitas 2001.  
Taddei, Nazareno, *Educaci3n con la imagen. Panorama metodol3gico de educaci3n a la imagen y con la imagen*, Madrid, Marova, 1979.  
Terr3n, José Luis., *El silencio radiof3nico*, Tesis Doctoral, Bellaterra, Universidad Autònoma de Barcelona, 1992.

## **EVALUACI3N**

La nota final de la asignatura se obtiene de la suma de tres calificaciones distintas, a saber:

- a. Realizaci3n de un espacio radiof3nico o de un breve peri3dico segùn un tema y un g3nero pactados con el profesor. Esta parte contar3 un 50% sobre la calificaci3n final, esa calificaci3n surge de la reuni3n de dos calificaciones:
  - a. La calificaci3n obtenida de la evaluaci3n del producto medi3tico final.
  - b. La presentaci3n de un dossier de informaci3n sobre el que se ha fundamentado la pr3ctica.
- b. An3lisis de un medio de comunicaci3n propuesto por el profesor, o pactado con 3l de acuerdo con las herramientas cr3ticas adquiridas en la asignatura. Esta parte contar3 un 40% sobre la calificaci3n final.

c. Por tratarse de una asignatura optativa de perfil eminentemente práctico, será requerida la presencia en clase de los alumnos. Esta parte contará el 10% restante de la calificación final.