

Programación semanal

En la programación semanal te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

	Temas	Trabajos (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 1	Tema 1. Introducción a la teoría de la comunicación 1.1. ¿Cómo estudiar este tema? 1.2. La Importancia de los medios de comunicación 1.3. Tipos de enfoques y teorías 1.4. La ciencia de la comunicación y el estudio de la comunicación de masas 1.5. Tradiciones alternativas de análisis 1.6. Definición de la comunicación de masas		Asistencia a 4 sesiones presenciales virtuales, a elegir a lo largo del curso (0,1 cada una) Foro: Definiciones de comunicación (0,26 puntos) Test tema 1 (0,02 puntos)	Lectura: Teoría de la comunicación. Una propuesta (1 puntos)
Semana 2	Tema 2. Evolución de los medios y la sociedad 2.1. ¿Cómo estudiar este tema? 2.2. Desarrollo de los medios de comunicación de masas 2.3. Diferencias entre medios de comunicación de masas 2.4. Cambios en la sociedad 2.5. Cambios en los medios de comunicación de masas 2.6. Implicaciones para el interés público en los medios de comunicación		Test tema 2 (0,02 puntos)	
Semana 3	Tema 3. Conceptos y modelos 3.1. ¿Cómo estudiar este tema? 3.2. Opiniones iniciales sobre medios de comunicación y sociedad 3.3. El proceso de comunicación de masas 3.4. La masa como audiencia 3.5. Auge de un paradigma dominante para la teoría y la investigación 3.6. Un paradigma alternativo		Test tema 3 (0,02 puntos)	Lectura: Un ejemplo de teoría crítica (0,25 puntos)
Semana 4	Tema 4. Conceptos y modelos (II) 4.1. ¿Cómo estudiar este tema? 4.2. El modelo de transmisión 4.3. El modelo ritual o expresivo 4.4. El modelo publicitario 4.5. El modelo de recepción 4.6. Comparación de los cuatro modelos de comunicación 4.7. Nuevas pautas de tráfico de la información 4.8. El registro		Test tema 4 (0,02 puntos)	

	Temas	Trabajos (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 5	<p>Tema 5. Teoría de los media y teoría de la sociedad</p> <p>5.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>5.2. Media, sociedad y cultura: conexiones y conflictos</p> <p>5.3. La comunicación de masas como proceso a escala de toda la sociedad: mediación de las relaciones sociales</p> <p>5.4. Marco de referencia de las relaciones entre los media y la sociedad</p> <p>5.5. Cuestiones teóricas clave: poder y desigualdad</p> <p>5.6. Cuestiones teóricas clave: integración e identidad</p>		Test tema 5 (0,02 puntos)	
Semana 6	<p>Tema 6. Teoría de los media y teoría de la sociedad (II)</p> <p>6.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>6.2. Teoría de la sociedad de masas</p> <p>6.3. Marxismo y medios de comunicación de masas</p> <p>6.4. Teorías funcionalistas de los media y de la sociedad</p> <p>6.5. Teoría político-económica crítica</p> <p>6.6. Teoría de los medios de comunicación y desarrollo</p> <p>6.7. Determinismo de las tecnologías de la comunicación</p> <p>6.8. La sociedad de la información</p> <p>6.9. Conclusiones</p>		Test tema 6 (0,02 puntos)	
Semana 7	<p>Tema 7. Comunicación de masas y cultura</p> <p>7.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>7.2. Comunicación y cultura</p> <p>7.3. Los inicios: la Escuela de Francfort y la teoría crítica</p> <p>7.4. Desarrollos tardíos de la teoría cultural crítica: la Escuela de Birmingham</p> <p>7.5. Los medios de comunicación y los sexos</p> <p>7.6. La “redención” de lo popular</p> <p>7.7. Mercantilización</p>	Trabajo: Textos mediáticos y género (0,4 puntos)	Foro: Reflexión sobre los medios y la sociedad (0,26 puntos) Test tema 7 (0,02 puntos)	
Semana 8	<p>Tema 8. Comunicación de masas y cultura (II)</p> <p>8.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>8.2. Tecnología de la comunicación y la cultura</p> <p>8.3. Lógica mediática y tendenciosidad de la comunicación</p> <p>8.4. Cultura (aculturación) y mediación de la identidad</p> <p>8.5. Globalización de la cultura</p> <p>8.6. ¿Hacia una cultura mediática global?</p> <p>8.7. Conclusión: tiempo, espacio y media</p>		Test tema 8 (0,02 puntos)	

	Temas	Trabajos (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 9	<p>Tema 9. Teorías normativas de la actuación de los medios de comunicación</p> <p>9.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>9.2. Vínculos entre medios de comunicación y sociedad</p> <p>9.3. Posición de la teoría normativa</p> <p>9.4. Diversas teorías para la prensa y otros media: la responsabilidad social</p> <p>9.5. Teoría libertaria y libertad de prensa</p> <p>9.6. Más allá de las teorías de la prensa</p> <p>9.7. Cambios en los media: ¿hace falta una nueva teoría para los nuevos medios?</p> <p>9.8. El concepto de “interés público”</p>		<p>Foro: El papel de los medios (0,25 puntos)</p> <p>Test tema 9 (0,02 puntos)</p>	
Semana 10	<p>Tema 10. Teorías normativas de la actuación de los medios de comunicación (II)</p> <p>10.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>10.2. Cuestiones de la teoría social de los media</p> <p>10.3. Libertad de los medios de comunicación</p> <p>10.4. Igualdad y diversidad mediática</p> <p>10.5. Calidad informativa</p> <p>10.6. Orden social y solidaridad</p> <p>10.7. Orden cultural</p> <p>10.8. El ámbito de aplicación de la teoría normativa</p>	<p>Trabajo: Las teorías normativas y el mundo real (0,4 puntos)</p>	<p>Test tema 10 (0,02 puntos)</p>	
Semana 11	<p>Tema 11. Estructuras e instituciones mediáticas</p> <p>11.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>11.2. Los medios de comunicación no son simplemente “un negocio más”</p> <p>11.3. Estructura mediática y niveles de análisis: fundamentos</p> <p>11.4. Algunos principios económicos de la estructura mediática</p> <p>11.5. Propiedad y control</p> <p>11.6. Competencia y concentración</p>		<p>Test tema 11 (0,02 puntos)</p>	
Semana 12	<p>Tema 12. Estructuras e instituciones mediáticas (II)</p> <p>12.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>12.2. Características de la economía mediática</p> <p>12.3. Dinámica de las estructuras mediáticas</p> <p>12.4. Regulación de los medios de comunicación de masas: modelos alternativos</p> <p>12.5. Diferencias entre países: especificidad social y cultural de los sistemas mediáticos</p> <p>12.6. Comunicación internacional: aspectos estructurales</p> <p>12.7. Dependencia mediática internacional</p> <p>12.8. Regulación internacional de los medios de comunicación</p>		<p>Test tema 12 (0,02 puntos)</p>	<p>Lectura: El planeta Americano (0,25 puntos)</p>
Semana 13	<p>Tema 13. La organización mediática en su contexto</p> <p>13.1. ¿Cómo estudiar este tema?</p> <p>13.2. Temas y perspectivas</p> <p>13.3. Niveles de análisis</p> <p>13.4. La organización mediática en un campo de fuerzas sociales</p> <p>13.5. Relaciones con la sociedad</p>		<p>Test tema 13 (0,02 puntos)</p>	

	Temas	Trabajos (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 14	Tema 14. La organización mediática en su contexto (II) 14.1. ¿Cómo estudiar este tema? 14.2. Diversidad interna de los objetivos de comunicación 14.3. Presiones y grupos de presión 14.4. Relaciones con propietarios, clientes y proveedores 14.5. Relaciones con la audiencia	Trabajo: La caja de Pandora, provocación y audiencias (0,4 puntos)	Test tema 14 (0,02 puntos)	
Semana 15	Tema 15. Producción de la cultura mediática 15.1. ¿Cómo estudiar este tema? 15.2. Actividades de las organizaciones mediáticas: vigilancia y selección 15.3. Enfoques alternativos del estudio de la selección de noticias 15.4. Acceso de la sociedad a los medios de comunicación		Test tema 15 (0,02 puntos)	
Semana 16	Semana de exámenes			
Semana 17	Tema 16. Producción de la cultura mediática (II) 16.1. ¿Cómo estudiar este tema? 16.2. Relaciones con las fuentes 16.3. Actividades de las organizaciones mediáticas: procesamiento y presentación 16.4. Modos alternativos de la toma de decisiones 16.5. Conclusión: el imperativo de llamar la atención		Test tema 16 (0,02 puntos)	
Semana 18	Tema 17. Cuestiones, conceptos y variedades de discurso 17.1. ¿Cómo estudiar este tema? 17.2. ¿Por qué debemos estudiar los contenidos mediáticos? 17.3. Cuestiones críticas y discursos alternativos 17.4. El texto cultural y sus significados 17.5. Estructuralismo y semiología		Test tema 17 (0,02 puntos)	Lectura: Tambores de guerra en viñetas (0,25 puntos)
Semana 19	Tema 18. Cuestiones, conceptos y variedades de discurso (II) 18.1. ¿Cómo estudiar este tema? 18.2. Los contenidos mediáticos como información 18.3. Discurso de la actuación mediática 18.4. Puntos de vista críticos referidos a los contenidos		Test tema 18 (0,02 puntos)	Lectura: ¿Acaso los medios reflejan la realidad del mundo? (0,25 puntos)
Semana 20	Tema 19. Géneros y métodos de análisis 19.1. ¿Cómo estudiar este tema? 19.2. Formatos y géneros mediáticos 19.3. El género de las noticias 19.4. Valores informativos y estructura de las noticias		Test tema 19 (0,02 puntos)	

	Temas	Trabajos (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 21	Tema 20. Géneros y métodos de análisis (II) 20.1. ¿Cómo estudiar este tema? 20.2. Dos versiones de la secuencia informativa 20.3. De los métodos de investigación 20.4. Análisis de contenido tradicional 20.5. Comparación de los análisis cualitativo y cuantitativo 20.6. Conclusión		Test tema 20 (0,02 puntos)	
Semana 22	Tema 21. Tradiciones de la teoría y de la investigación 21.1. ¿Cómo estudiar este tema? 21.2. Orígenes y diversidad de las audiencias 21.3. Pasado, presente y futuro de las audiencias mediáticas 21.4. Conceptuación inicial de la audiencia como masa 21.5. De la masa al mercado 21.6. La dualidad de la audiencia 21.7. Implicaciones de los nuevos medios para las audiencias	Trabajo: El poder del fan (0,4 puntos)	Test tema 21 (0,02 puntos)	
Semana 23	Tema 22. Tradiciones de la teoría y de la investigación (II) 22.1. ¿Cómo estudiar este tema? 22.2. Tres tradiciones de investigación de audiencias 22.3. De la estructura de las audiencias 22.4. Explicaciones de la estructura y la composición de las audiencias 22.5. Formación y flujo de las audiencias		Test tema 22 (0,02 puntos)	
Semana 24	Tema 23. Carácter social de la experiencia de la audiencia 23.1. ¿Cómo estudiar este tema? 23.2. La audiencia como grupo social activo y la sociabilidad en el uso de los medios 23.3. Usos sociales de los media 23.4. Marco normativo del uso de los medios 23.5. Apego y dependencia 23.6. Uso de los medios según el sexo 23.7. Relaciones entre audiencias y emisores		Test tema 23 (0,02 puntos)	
Semana 25	Tema 24. Carácter social de la experiencia de la audiencia (II) 24.1. ¿Cómo estudiar este tema? 24.2. El concepto de actividad de la audiencia 24.3. Usos y satisfacciones de las audiencias 24.4. Implicación y entretenimiento de las audiencias 24.5. ¿Distintos modelos para distintos tipos de contenidos? 24.6. Respuesta y feedback de las audiencias 24.7. Conclusión		Test tema 24 (0,02 puntos)	

	Temas	Trabajos (2 puntos)	Eventos (2 puntos)	Lecturas (2 puntos)
Semana 26	Tema 25. Introducción a los efectos mediáticos 25.1. ¿Cómo estudiar este tema? 25.2. La premisa de los efectos mediáticos 25.3. Historia natural de la investigación y teoría de los efectos mediáticos: cuatro etapas 25.4. Niveles y tipos de efectos 25.5. Procesos de los efectos mediáticos: tipología		Foro: Reflexión sobre los efectos mediáticos (0,25 puntos) Test tema 25 (0,02 puntos)	
Semana 27	Tema 26. Cambios a corto plazo 26.1. ¿Cómo estudiar este tema? 26.2. Respuesta y reacción individuales 26.3. Modelo de efectos conductuales 26.4. Efectos de reacción colectiva 26.5. La campaña 26.6. Conclusiones	Trabajo: Frenando el pánico mediático (0,4 puntos)	Test tema 26 (0,02 puntos)	
Semana 28	Tema 27. Cambios indirectos a largo plazo 27.1. ¿Cómo estudiar este tema? 27.2. La difusión en un contexto de desarrollo 27.3. La difusión de noticias y su conocimiento 27.4. Confección de la agenda 27.5. Desigualdades cognitivas 27.6. Cambios a largo plazo no planificados: un modelo 27.7. Socialización		Test tema 27 (0,02 puntos)	
Semana 29	Tema 28. Cambios indirectos a largo plazo (II) 28.1. ¿Cómo estudiar este tema? 28.2. La espiral del silencio: formación de climas de opinión 28.3. Estructuración de la realidad y de la tendenciosidad involuntaria 28.4. Cultivación 28.5. Control social y formación de conciencia 28.6. Efectos sobre otras instituciones sociales 28.7. Media y cambio cultural		Test tema 28 (0,02 puntos)	
Semana 30	Tema 29. Nuevos soportes, nuevos lectores: características del público en la Red 29.1. ¿Cómo estudiar este tema? 29.2. Un nuevo entorno: la web 2.0 29.3. El usuario activo en la Red 29.4. La audiencia de la prensa online 29.5. Las redes sociales como aliadas de los lectores		Test tema 29 (0,02 puntos)	
Semana 31	Semana de repaso			
Semana 32	Semana de exámenes			