
INVESTIGACION:

Área/s a la que se incorporará:

“Procesos de Comunicación, políticas de comunicación y medios masivos”

Línea/s de investigación:

- Procesos de comunicación y relaciones de poder

DOCENCIA:

Asignatura/s

- Comunicación Mediática / Concepciones de la Comunicación
-

-Contenidos Mínimos-

Asignatura/s: Comunicación Mediática

El sentido entre vínculo social y las mediaciones tecnológicas del lenguaje. Relaciones sociales y prácticas comunicativas. Comunicación interpersonal y comunicación mediática. La comunicación en el nuevo escenario mediático. Los cibermedios y otras formas de comunicación. Los precursores: M. McLuhan y el Determinismo Tecnológico. Las teorías de la comunicación frente al reto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Audiencias. Interacción y participación en el contexto de la comunicación en la red. Cambio de paradigma: interactividad comunicativa y participación sobre los medios y la opinión pública. El fin de las audiencias masivas. Las redes interactivas. Los efectos de la tecnología en la producción del comunicador: el comunicador polivalente. De la secuencia lineal al "encuentro del palimpsesto y el hipertexto".

Asignatura/s: Concepciones de la Comunicación

El paradigma crítico en los estudios de la cultura y la comunicación. El fetichismo de la mercancía y las nociones de *alienación* e *ideología* en el pensamiento marxista. La escuela crítica de Frankfurt: orígenes, principales exponentes, la reflexión sobre los principales problemas vinculados con los medios de comunicación. Alcance y vigencia de la perspectiva de la industria cultural frente a la cultura globalizada, las industrias creativas y la comunicación interactiva.

El paradigma estructural funcionalista en los estudios de la cultura y la comunicación. Las nociones parsonianas de sistema social y función social. La Mass Communication Research: orígenes, evolución (perspectiva hipodérmica, Teoría de la persuasión, Funcionalismo, Difusionismo; Teoría de los usos y gratificaciones; Agenda Setting). La investigación sobre opinión pública. Alcance y vigencia de la perspectiva frente a la comunicación interactiva y la modificación de las audiencias.