



15.CLAUS DE LA COMUNICACIÓ MEDIÀTICA

DIEGO ÁLVAREZ SÁNCHEZ

Objectiu del curs

El curs s'enfoca en l'anàlisi del procés desenvolupat pels mitjans de comunicació i el seu impacte en la societat. Això s'aconseguirà a través de la revisió de diferents perspectives i tècniques en el camp de la comunicació, i com s'apliquen en el context mediàtic actual.

Les i els estudiants exploraran les principals teories de la comunicació i la seua relació amb els mitjans, així com les diferents aportacions en l'estudi dels efectes dels missatges mediàtics en les audiències. D'aquesta manera, podran analitzar de manera crítica els efectes cognitius i actitudinals que els missatges mediàtics poden tenir en les audiències.

També s'abordaran temes com ara la llibertat d'expressió, l'ètica en el periodisme i la responsabilitat social dels mitjans de comunicació.

Els objectius acadèmics són:

- Comprendre el paper dels mitjans de comunicació en la construcció de la realitat social i cultural.
- Analitzar l'impacte dels missatges mediàtics en la formació d'opinions, valors i creences en les audiències.
- Identificar els diferents mecanismes de processament dels missatges mediàtics per part de les audiències, incloent l'atenció selectiva, la retenció d'informació i la formació d'esquemes cognitius.
- Identificar les tècniques de persuasió usades pels mitjans de comunicació en l'àmbit de la publicitat.
- Fomentar el pensament crític sobre els missatges mediàtics relacionats amb la dona i el seu impacte en la percepció de la societat sobre aquest gènere.

Resum del curs

El curs se centra en l'anàlisi de l'impacte dels mitjans de comunicació en la societat a través de diferents teories i la seua aplicació en el context actual. A través d'estudis de casos i anàlisis crítiques de missatges mediàtics, els estudiants desenvoluparan una comprensió més profunda dels efectes dels mitjans en la societat i el seu paper en la formació de l'opinió pública.



ÀREA DE LA UNIVERSITAT SÈNIOR

Temari i desenvolupament del curs

1. Comunicació humana i nivells de comunicació
 - Comunicació intrapersonal
 - Comunicació interpersonal
 - Comunicació institucional
 - Comunicació mediàtica
2. Mitjans de comunicació i procés de comunicació mediàtica
 - Creació i manteniment d'identitats
 - Creació i difusió de coneixement social
3. Tipus d'efectes de la comunicació mediàtica en les audiències
 - Cognitius
 - Actitudinals
 - Conductuals
4. Processament dels missatges mediàtics
 - Atenció
 - Comprensió
 - Resposta afectivocognitiva
5. Aportacions teòriques
 - Establiment de l'agenda
 - Emmarcament
 - Usos i gratificacions