

COMUNICACIÓN

Presentación

Profesor que la imparte: Marta Torregrosa (mtorreg@unav.es)

Curso: 2015

El objetivo de esta materia es promover la reflexión y el conocimiento científico de la comunicación, diferenciándolo del saber cotidiano que de ella tenemos. El programa se estructura en torno a tres áreas de estudio: la idea de comunicación, la comunicación y la sociedad, y por último, las tendencias en el mundo de la comunicación.

Programa

1. Definir la comunicación

- 1.1. La realidad de la comunicación y la teoría de la comunicación.
- 1.2. Características esenciales de los fenómenos comunicativos.
- 1.3. Los elementos de la comunicación.
- 1.4. Las acciones comunicativas.

2. Modelos para el estudio de la comunicación.

- 2.1 Dos paradigmas para la comunicación.
- 2.2. La comunicación en la filosofía clásica, medieval y moderna.
- 2.3. Comunicación, epistemología y medios. Ecología mediática.
- 2.4. Los efectos de los medios de comunicación.

3. Comunicación y sociedad.

- 3.1. Los ámbitos de la comunicación.
- 3.2. La comunicación organizacional: factor de cohesión y reputación.
- 3.3. El papel del Dircom.

4. La comunicación pública.

- 4.1. Definición.
- 4.2. Agenda setting, Framing y Espiral del silencio.

5. Tendencias en la comunicación.

Objetivos

Conocimientos:

1. Conocimiento de las propuestas teóricas básicas sobre la comunicación, sus características esenciales y sus elementos.
2. Conocimiento del impacto social de la comunicación en la sociedad y de los modelos que han explicado esta relación.
3. Conocimiento de las peculiaridades y objetivos de la comunicación en las organizaciones.

Habilidades y actitudes:

4. Desarrollar el pensamiento crítico sobre los tópicos propios del mundo de la comunicación.
5. Ejercitar la reflexión crítica de los conocimientos del programa a partir de otros textos o documentos.

Evaluación

Examen del contenido de la asignatura y participación en clase.

Bibliografía y recursos

Lecturas recomendadas para debatir en clase

– Tema 2. Modelos para el estudio de la comunicación. En especial 2.3. Comunicación, epistemología y medios:

Lecturas:

Platón, *Fedro*, 274b-279c (Alianza editorial, 2004, pp. 265-274).

El evangelio según San Mateo, 13:1-23.

– Individualismo y transmisión:

Lecturas para apartado 2.2. La comunicación en la filosofía clásica, medial, y moderna:

J. Locke, *Ensayo sobre el entendimiento humano*, Libro III, Capítulo 1 y 2.

http://blocs.xtec.cat/filocostaillobera/files/2009/03/Locke_John-Ensayo_sobre_el_entendimiento_humano.pdf

J. Swift, *Los viajes de Gulliver*, Mondadori, Barcelona, 2008, pp. 207-208.

(Adjunto Pdf.)

L. Wittgenstein, Proposición nº 7 del *Tractatus Logico-philosophicus* (1921).

<http://www.philosophia.cl/biblioteca/Wittgenstein/Tractatus%20logico-philosophicus.pdf>

– 2.3. Comunicación, epistemología y medios y 2.4. Los efectos de los medios de comunicación.

Lecturas:

J. Cheever, "La monstruosa radio", *Relatos*, Emecé, Barcelona, 2006, pp. 52-64. (Adjunto Pdf.)

N. Postman, "Los medios como epistemología", *Divertirse hasta morir*, Ed. de la tempestad (1985, 1991), Barcelona, pp. 21-34.

W. Deresiewicz, "El fin de la soledad".

http://www.elmalpensante.com/index.php?doc=display_contenido&id=1553

Bibliografía académica de estudio:

Tema 1:

MARTÍN ALGARRA, M., "Hablar para entenderse", *Nuestro tiempo*, 568, pp. 105-109. (Adjunto Pdf.)

MARTÍN ALGARRA, M., "Crítica al estatuto científico de la comunicación", Documento de trabajo del Departamento de Comunicación Pública, Universidad de Navarra. (Adjunto Pdf.)

MARTÍN ALGARRA, M., *Teoría de la comunicación: una propuesta*, Tecnos, Madrid, 2008 [2003].

CRAIG, R. T., "Communication Theory as a Field", *Communication Theory*, 9, 1999, pp. 119-161. (Disponible en la versión electrónica de la revista).

PETERS, J. D., "Communication: History of the idea", *International Encyclopedia of Communication*, Wolfgang Donsbach, 2, 2008, pp. 689-693. (Adjunto Pdf.)

PETERS, J. D., "Fuentes institucionales de la pobreza intelectual en la investigación sobre la comunicación", Publicado en *Communication Research*, 13, 4, pp. 527-559. (Adjunto Pdf.)

PETERS, J. D., *Speaking into the Air. A History of the Idea of Communication*, Chicago University Press, Chicago, 1999.

Tema 2:

TORREGROSA, M., SERRANO-PUCHE, J. Y MARTÍN ALGARRA, M., "Comunicación como integración. Ideas para una teoría comunicativa de lo social", en *Comunication and social life*, MaxwellMcCombs and Manuel Martín Algarra (eds.), Eunsa, Pamplona, 2012, pp. 321-341. (Adjunto Pdf.)

TORREGROSA, M. Y MARTÍN ALGARRA, M., "Investigaciones sobre los efectos de la comunicación" en Julio César Herrero (ed.), *Manual de Teoría de la Información y de la comunicación*, Editorial Universitas, Madrid, 351-371. (Adjunto Pdf.)

BARICCO, A., *Los bárbaros. Ensayos sobre la mutación*, Anagrama, Barcelona, 2008.

POSTMAN, N., *Divertirse hasta morir*, La tempestad, Barcelona, 1991. (Adjunto Pdf de capítulo)

INNERARITY, D., "Comunicación y simulación. Para una filosofía de la razón informativa", *Comunicación y sociedad*, I, 1, 1988. (Disponible en la versión electrónica de la revista).

Tema 3:

LLANO, A., "Comprensión, veracidad, diálogo", Eunsa, Pamplona, 2001, pp. 135-147. (Adjunto Pdf.)

BEL, J. I., *Comunicar para crear valor*, Eunsa, Pamplona, 2004.

LOSADA, J. C., *Gestión de la comunicación de las organizaciones*, Barcelona, Ariel, 2004.

MARTÍN, F., *Comunicación empresarial e institucional*, Universitas, Madrid, 2006.

MORA, J. M., *10 ensayos de comunicación institucional*, Eunsa, Pamplona, 2009.

DIRCOM, *Manual de la comunicación*, Dircom. Asociación de directivos de la comunicación, Madrid, 2013.

CORPORATE EXCELLENCE <http://www.corporateexcellence.org/index.php>

Tema 4:

TORREGROSA, M. y GUTIÉRREZ DELGADO, R., "Saber y poder en los profesionales de la comunicación. Una aproximación al concepto de autoridad desde la epistemología de la comunicación", *Palabra Clave*, 12, 2, 2009, pp. 287-299. <http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/issue/view/122>

GARCÍA-NOBLEJAS, J. J., "Saber y autoridad en el periodismo: no basta la "ausencia de malicia"", *Comunicación borrosa*, Eunsa, Pamplona, 2000, pp. 25-78. (Adjunto Pdf.)

McCOMBS, M., *El establecimiento de la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*, Barcelona, Paidós, 2006.

NOELLE-NEUMAN, E., "La espiral del silencio. La opinión pública y los efectos de los medios de comunicación", *Comunicación y sociedad*, VI, 1 y 2, 1993, pp. 9-28.

SÁDABA, T. "Origen, aplicación y límites de la "teoría del encuadre" (Framing) en comunicación", *Comunicación y sociedad*, XIV, 2, pp. 143-175. Disponible en la versión electrónica de la revista.

Tema 5

NUÑEZ, A., *¡Será mejor que lo cuentes!*, Empresa activa, Barcelona, 2007.

PARREÑO, J. "Narrativas transmediáticas para la construcción de marca", *MK Marketing+Ventas*, nº 263, diciembre 2010. (Disponible en la versión electrónica de la revista).

SCOLARI, C., <http://www.modernclicks.net/>