

MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN LA SOCIEDAD ESPAÑOLA ACTUAL

El universo de la prensa, la radio, la televisión e internet

Objetivos

- El curso se propone ofrecer una visión comparada de las características y tipología de los medios de comunicación social.
- Reconocer las diferencias esenciales entre el periodismo escrito y el audiovisual.
- Familiarizarse con los grupos empresariales de la comunicación en España.
- Analizar los nuevos retos de la comunicación social tras la irrupción de internet.

Programa

1. *Marco teórico/práctico de la materia*

El proceso cognitivo de la comunicación. Singularidad y elementos de la información. Características y funciones de los *mass-media*. Clases y tipos de periodismo: prensa, radio, televisión. De la “galaxia Gutenberg” a la “galaxia Internet”. Auge de los Medios de Comunicación en la sociedad globalizada. La actitud de los ciudadanos ante el poder económico, político y social de los Medios.

2. *Grandes grupos mediáticos españoles*

Relevancia de las empresas de comunicación en España: “La trama oculta”. Definición, características, propiedad y entramados societarios, personalidades, repercusión y consecuencias económicas y políticas. Las connotaciones ideológicas del mapa mediático español.

3. *Cambios en el escenario español de los Medios*

La reciente presencia de los diarios gratuitos en España. Nuevo panorama de la radio y la televisión en España: canales de pago y emisoras locales. La Televisión Digital Terrestre (TDT).

4. *La aldea global*

Internet acoge a todos los medios. Los periódicos digitales. Las Webs de las emisoras de radio y cadenas de televisión. La blogosfera.

Metodología

- El planteamiento de esta materia es eminentemente crítico.
- A partir de la exposición por parte del profesor del tema, se alternarán las clases magistrales con exposiciones apoyadas en ejemplos de prensa escrita y audiovisual. Se fomentará el debate y la participación de los alumnos.
- Presencia de profesionales que expliquen su experiencia personal y visitas a algún periódico, radio o televisión.

Bibliografía

- ALCOVER, Norberto - SIMÓN, María Teresa, *La trama oculta de la gran prensa española*, Barcelona, Cristianismo y Justicia, 1998.
- FERNÁNDEZ SEBASTIÁN, Javiery FUENTES, Juan Francisco, *Historia del periodismo español*, Madrid, Síntesis, 1997.
- SÁNCHEZ ARANDA - BARRERA DEL BARRIO, *Historia del periodismo español*, Pamplona, EUNSA, 1992.
- TAUFIC, Camilo, *Periodismo y lucha de clases*, Madrid, Akal, 1976.
- SÁNCHEZ NORIEGA, José Luis, *Crítica de la seducción mediática*, Barcelona, Tecnos, 1997.
- TERCEIRO, JOSÉ B. *Sociedad digital: del homo sapiens al homo digitalis*; Madrid, Alianza, 1996.

PISTICELLI, Alejandro, *Internet, la imprenta del siglo XXI*, Gedisa, 2005.

BOMBIN, Marcos Andrés, *Medios de comunicación*, Octaedro, 2005.
Manual del Español Urgente. (Libro de estilo de la Agencia EFE).
Madrid, Cátedra, 2008.

Libro de estilo de EL PAÍS, Madrid, El País/Aguilar, 2004.

Directrices editoriales: valores y criterios de la BBC, Madrid,
Asociación de la Prensa de Madrid, 2007.