



15.CLAVES DE LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA

DIEGO ÁLVAREZ SANCHEZ

Objetivo del Curso

El curso se enfoca en el análisis del proceso desarrollado por los medios de comunicación y su impacto en la sociedad. Esto se logrará a través de la revisión de diferentes perspectivas y técnicas en el campo de la comunicación, y cómo estas se aplican en el contexto mediático actual.

Las y los estudiantes explorarán las principales teorías de la comunicación y su relación con los medios, así como las diferentes aportaciones en el estudio de los efectos de los mensajes mediáticos en las audiencias. De esta manera, podrán analizar de manera crítica los efectos cognitivos y actitudinales que los mensajes mediáticos pueden tener en las audiencias. También se abordarán temas como la libertad de expresión, la ética en el periodismo y la responsabilidad social de los medios de comunicación.

Los objetivos académicos son:

- Comprender el papel de los medios de comunicación en la construcción de la realidad social y cultural.
- Analizar el impacto de los mensajes mediáticos en la formación de opiniones, valores y creencias en las audiencias.
- Identificar los diferentes mecanismos de procesamiento de los mensajes mediáticos por parte de las audiencias, incluyendo la atención selectiva, la retención de información y la formación de esquemas cognitivos.
- Identificar las técnicas de persuasión utilizadas por los medios de comunicación en el ámbito de la publicidad.
- Fomentar el pensamiento crítico sobre los mensajes mediáticos relacionados con la mujer y su impacto en la percepción de la sociedad sobre este género.

Resumen del Curso

El curso se centra en el análisis del impacto de los medios de comunicación en la sociedad a través de diferentes teorías y su aplicación en el contexto actual. A través de estudios de casos y análisis críticos de mensajes mediáticos, los estudiantes desarrollarán una comprensión más profunda de los efectos de los medios en la sociedad y su papel en la formación de la opinión pública.

Temario y Desarrollo del Curso

1. Comunicación humana y niveles de comunicación.
 - Comunicación intrapersonal.
 - Comunicación interpersonal.
 - Comunicación institucional.
 - Comunicación mediática.



ÀREA DE LA UNIVERSITAT SÈNIOR

2. Medios de comunicación y proceso de comunicación mediática.
 - Creación y mantenimiento de identidades.
 - Creación y difusión de conocimiento social.
3. Tipos de efectos de la comunicación mediática en las audiencias.
 - Cognitivos.
 - Actitudinales.
 - Conductuales.
4. Procesamiento de los mensajes mediáticos.
 - Atención.
 - Comprensión.
 - Respuesta afectivo-cognitiva.
5. Aportaciones teóricas.
 - Establecimiento de la agenda.
 - Enmarcado.
 - Usos y gratificaciones