

1. Record Nr.	UNINA9910814392603321
Autore	Garcia Aviles Jose Alberto <1965->
Titolo	Comunicar en la sociedad red : teorias, modelos y practicas // Jose Alberto Garcia Aviles
Pubbl/distr/stampa	Barcelona : , : Editorial UOC , , [2015] ©2015
ISBN	84-9064-607-4 84-9064-606-6
Descrizione fisica	1 online resource (299 p.)
Collana	Comunicacion (Editorial UOC)
Disciplina	302.231
Soggetti	Internet - Social aspects Online journalism Information theory
Lingua di pubblicazione	Spagnolo
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Contiene indice.
Nota di contenuto	Comunicar en la Sociedad Red; Pagina legal; Indice; Introduccion: de la Galaxia Gutenberg a la Sociedad Red; Premisas para el estudio de la comunicacion; Claves; Estudiar teoria de la comunicacion; El conocimiento como problema; Diez premisas para el estudio de la comunicacion; Marshall McLuhan y la ecologia de los medios; Recursos; Fundamentacion de la teoria de la comunicacion; Claves; Investigar la comunicacion; Concepto y elementos de la comunicacion; Comunicacion verbal y no verbal; Signos y senales; Comunicacion relacional y simbolica; Rasgos de la comunicacion simbolica Niveles de la comunicacionAutonomia de la ciencia de la comunicacion; Diferencias entre comunicacion e informacion; Informar no es comunicar; Comunicacion de masas y comunicacion publica; Informacion, conocimiento y sabiduria; Recursos; El ecosistema mediatico de la Sociedad Red; Claves; Un nuevo ecosistema en la Sociedad Red; La Galaxia Internet; Los paradigmas de la comunicacion; La pujanza del periodismo en la red; Tendencias del periodismo en la Sociedad Red; La participacion ciudadana y la socializacion de la informacion; Redes sociales: funcionamiento y tipologia Comunicacion alternativa en la Sociedad RedSeleccion de cybermedios

alternativos; Recursos; Principales modelos de la comunicacion; Claves; Consideraciones acerca de la construccion de modelos; La teoria de la «aguja hipodermica»; El paradigma de Harold Lasswell; El modelo de George Gerbner; El modelo matematico de Shannon y Weaver; El modelo de Wilbur Schramm; El modelo de Gerhard Maletzke; Propuesta: un modelo integrador de la comunicacion en red; El medio es la red; El comunicador es el usuario (y al reves); El mensaje son los usuarios; Recursos; Comunicacion y audiencias; Claves

El cambiante concepto de audiencia Usuarios activos; Estudios sobre los efectos de la comunicacion; Teoria de las «diferencias individuales» o «efectos limitados»; Teoria de la comunicacion en dos pasos; La agenda setting o construccion de la agenda; La espiral del silencio; Teoria de los usos y gratificaciones; Consumo de medios; Informacion y Control de Publicaciones y el Estudio General de Medios; Audiencias en television; Medicion de trafico en internet; Opinion publica y democracia; Recursos; Produccion de contenidos informativos; Claves; La profesionalizacion del periodismo

Modelos de organizacion y convergencia de redacciones El papel de los gatekeepers profesionales; Un modelo de periodismo abierto y transparente; La noticia, construccion de la realidad; Criterios de noticiabilidad; Fuentes de informacion; Uso de Twitter en la practica periodistica; Verificacion de la informacion en las redes; La crisis de la objetividad; Un metodo «objetivo»; Recursos; Usos y abusos de la informacion; Claves; El control de la informacion; Conceptos de manipulacion, mentira y desinformacion; Desinformacion en la sociedad contemporanea; Las mentiras del periodismo: el caso Cooke El caso Jayson Blair

Sommario/riassunto

Internet está modificando el modo en que trabajamos y aprendemos, cómo nos comunicamos y nos relacionamos, adquiriendo una centralidad cada vez mayor en nuestras vidas. La Sociedad Red, como apunta Manuel Castells, no solo se basa en el desarrollo de la tecnología, sino en cómo surgen nuevas formas de interacción en la política, la cultura, la economía, la educación y las relaciones humanas. Este manual pretende actualizar las teorías de la comunicación en el nuevo ecosistema mediático de la Sociedad Red: medios que han perdido el monopolio informativo; contenidos adaptados a los intereses de usuarios activos; redes donde compartir, investigar y conspirar; periodistas con nuevos perfiles y exigencias. Al hilo de los modelos básicos de la comunicación, la convergencia mediática y las técnicas de desinformación, se exploran los retos que afronta el periodismo en un entorno marcado por el cambio permanente.
