

## Teorías de la Comunicación

2015/2016

Código: 103851  
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501933 Periodismo	FB	2	1

### Contacto

Nombre: María Dolores Montero Sánchez

Correo electrónico: MariaDolores.Montero@uab.cat

### Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)

### Equipo docente

Maria Corominas Piulats

### Prerequisitos

No se requieren conocimientos específicos diferentes de los que se adquieren después de cursar el bachillerato.

### Objetivos y contextualización

La asignatura pertenece a la materia Comunicación y está calificada como fundamental en el grado de Periodismo.

Se considera que existe una lógica progresiva entre las asignaturas de formación básica de la materia de Comunicación basada en una larga experiencia docente y estructurada de la siguiente manera:

1. Historia de la Comunicación. Introduce al alumno en la evolución histórica de la comunicación y el periodismo desde los primeros fenómenos comunicativos hasta las experiencias comunicativas actuales.
2. Estructura de la Comunicación. Presenta el ecosistema comunicativo, sus dinámicas y lógicas estructurales.
3. Teorías de la Comunicación. Presenta y concreta las teorías, escuelas, autores y perspectivas de análisis de la comunicación.

Los objetivos formativos generales de la asignatura son que los alumnos identifiquen las principales teorías del campo de la comunicación, las elaboraciones conceptuales y los enfoques teóricos que fundamentan su conocimiento. También es un objetivo deseable de la asignatura favorecer la reflexión crítica sobre el papel de los medios de comunicación en la sociedad.

### Competencias

- Aplicar el pensamiento científico con rigor.
- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
- Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
- Demostrar espíritu crítico y autocrítico.

- Demostrar un conocimiento adecuado de la realidad socio-comunicativa de Cataluña en el contexto español, europeo y mundial.
- Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
- Desarrollar un pensamiento y un razonamiento críticos y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
- Diferenciar las principales teorías de la disciplina, sus campos, las elaboraciones conceptuales, los marcos y enfoques teóricos que fundamentan el conocimiento de la materia y sus diferentes ámbitos y subáreas, y adquirir un conocimiento sistemático de la estructura de los medios de comunicación.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada.
- Identificar las tradiciones periodísticas contemporáneas catalana, española e internacional y sus modalidades de expresión específicas, así como su evolución histórica y las teorías y conceptos que las estudian.
- Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.
- Usar una tercera lengua como forma de trabajo y expresión profesional en los medios de comunicación.

## Resultados de aprendizaje

1. Aplicar el pensamiento científico con rigor.
2. Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
3. Contextualizar las diferentes corrientes periodísticas y la obra de periodistas de referencia.
4. Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
5. Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
6. Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
7. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento críticos y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
8. Describir la estructura de los medios de comunicación y sus dinámicas.
9. Diferenciar las especificidades de los lenguajes comunicativos escritos y audiovisuales.
10. Encontrar lo sustancial y relevante en documentos sobre teoría, estructura e historia de la comunicación en una tercera lengua.
11. Explicar la evolución de las tradiciones periodísticas contemporáneas internacionales.
12. Gestionar el tiempo de forma adecuada.
13. Identificar el sistema de medios de comunicación y los grupos que han ostentado en un determinado momento el poder de informar, asimismo poder detallar el marco legal que crea un determinado gobierno sobre los medios de comunicación.
14. Identificar los fundamentos de las teorías y de la historia de la comunicación.
15. Identificar los fundamentos estructurales del sistema comunicativo.
16. Interpretar y discutir textos de las principales teorías de la comunicación y del periodismo y exponer por escrito y en público la síntesis de sus análisis.
17. Relacionar el análisis social y los impactos de las nuevas tecnologías de la comunicación.
18. Relacionar la evolución histórica de las modalidades y tradiciones periodísticas con los grupos que han ostentado en un determinado momento el poder de informar y la manera de acceder a este poder.
19. Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.

## Contenido

### CLASES MAGISTRALES:

16-09-2015: Introducción y planificación del curso. Presentación del programa.

23-09-2015: Comunicación interpersonal.

30-09-2015: Comunicación interpersonal no verbal.

07-10-2015: Comunicación mediática. Surgimiento de la sociedad de masas.

14-10-2015: Comunicación mediática. Paradigma funcionalista.

21-10-2015: Comunicación mediática. Teoría crítica.

04-11-2015: Comunicación mediática. Teoría de l'*agenda setting*.

11-11-2015: Comunicación mediática. Medios de comunicación y construcción social de la realidad.

18-11-2015: Comunicación mediática. Teoría de la espiral del silencio.

25-11-2015: Comunicación mediática. Escuela de Birmingham.

02-12-2015: Comunicación mediática. Medios de comunicación i sociedad actual.

09-12-2015: Comunicación mediática. Nuevos medios.

16-12-2015: Examen.

13-01-2016: Actividades de reevaluación.

20-01-2016: Actividades de reevaluación.

27-01-2016: Examen de reevaluación.

#### SEMINARIOS:

16-09-2015: Planificación de las actividades del Seminario.

23-09-2015: Elección y diseño del trabajo de curso. Puesta en común de las propuestas de trabajo, discusión sobre viabilidad y adaptación al programa.

30-09-2015: Comentario de lecturas. Goffman, E. (2009). *Presentación dela persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Editorial Amorrortu. Cap. 1. [Ed. original: 1959]

Fecha límite de entrega de la propuesta de Trabajo de curso.

07-10-2015: Puesta en común de las propuestas de trabajo.

14-10:2015:Comentario de lecturas. Lazarsfeld, P. F. y Merton, R. K. (1986). Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada. En Moragas, M. (ed.), *Sociología de la Comunicación de masas. II. Estructura, funciones y efectos*, pp. 22-49. Barcelona: Gustavo Gili, 2a. ed. [Ed. original: 1948]

21-10-2015: Comentario de lecturas. Adorno, T. y Horkheimer, M. (1981). La industria de la cultura: ilustración como engaño de las masas. En Curran, J. i altres (comp.), *Sociedad y comunicación de masas*, p. 393-492. México: Fondo de Cultura Económica. [Ed. original: 1947]

04-11-2015: Comentario de lecturas. McCombs, M. E., y Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Comunicación y Sociedad*, Vol. VIII, Núm. 1, 7-32.

11-11-2015: Comentario de lecturas. Altheide, D. (2003). Mass Media, Crime and the Discourse of Fear. *The Hedgehog Review Critical Reflections on Contemporary Culture*, 5 (3), 9-25.

18-11-2015: Comentario de lecturas. Noelle-Neumann, E. (1993). La espiral del silencio. La opinión pública y los efectos de los medios de comunicación. *Comunicación y Sociedad*, Vol. VI, Núm. 1-2, 9-28.

25-11-1015: Comentario de lecturas. Hall, S. (2004). Codificación y descodificación en el discurso televisivo. *CIC (Cuadernos de Información y Comunicación)*, 9, 210-236.

Fecha límite de entrega del Trabajo de curso

02-12-2015: Comentario de lecturas. Thompson, J. B. (2005). The New Visibility. *Theory, Culture & Society*, 22 (6), 31-51.

09-12-2015: Comentario de lecturas. Andrejevic, M. (2009). Critical Media Studies 2.0: an interactive upgrade. *Interactions: Studies in Communication and Culture*, Vol. 1, núm. 1, 35-51.

13-01-2016: Actividades de reevaluación.

20-01-2016: Actividades de reevaluación.

## Metodología

El aprendizaje se basará en clases magistrales, discusión en clase, lectura, tutorías y realización de trabajos y pruebas. Se fomentará la capacidad de análisis crítico y de reflexión.

## Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
<b>Tipo: Dirigidas</b>			
Clases magistrales	37	1,48	
seminario	17	0,68	
Trabajo de curso individual	12	0,48	
<b>Tipo: Supervisadas</b>			
Pruebas evaluables	6	0,24	
Tutorías	7,5	0,3	
<b>Tipo: Autónomas</b>			
Estudio personal y lecturas orientadas	70,5	2,82	

## Evaluación

### 1. Evaluación continua. Requisitos:

1.1. Realización de un examen (60% de la nota) a final de curso (16 de diciembre de 2015): Todos/as los/as alumnos/as realizarán un examen que se referirá al conjunto de las lecturas del curso, de las explicaciones y de los debates realizados en clase y en los seminarios.

El examen tendrá tres partes:

La primera será una pregunta a escoger entre tres, de carácter amplio i general, sobre un tema cualquiera de las tres partes del programa (Valor: 3 puntos).

La segunda será de cinco preguntas de respuestas breves (extensión aproximada diez líneas) (Valor: 1 punto per a cada pregunta).

La tercera será de diez preguntas tipo test (Valor: 2 puntos - las respuestas erróneas restaran 0,2 puntos).

1.2. Realización de un Trabajo individual (30% de la nota).

El Trabajo individual será un ensayo académico sobre un tema informativo aparecido por primera vez en los medios de comunicación en fecha posterior al inicio de curso y desarrollado desde una de las perspectivas de las teorías analizadas en el marco de la asignatura. El/la profesor/a de Seminario aprobará, o no, la propuesta de ensayo académico presentada por el/la alumno/a y realizará las indicaciones necesarias para la reformulación del proyecto si fuera necesaria. Igualmente, el/la profesor/a de Seminario se responsabilizará de dirigir la realización del Trabajo durante el curso.

Fecha límite de entrega: 25 de noviembre.

### 1.3. Participación en los Seminarios (10% de la nota).

En los Seminarios se realizará la discusión y debate de los artículos de lectura obligatoria. Estas lecturas están planificadas para favorecer el aprendizaje del alumno a partir de los textos originales y serán, juntamente con el contenido de las clases teóricas, uno de los ejes principales de los exámenes de la asignatura.

#### **Calificación final:**

Cada alumno tendrá que realizar, como mínimo, el examen y el trabajo individual (Seminario). La nota final, como anteriormente se ha detallado, será el resultado de:

-Examen: 60%

- Trabajo de curso: 30%

-Participación en el Seminario: 10%

Para aprobar la asignatura hay que haber superado **obligatoriamente** el examen. La nota del examen no hará media con el resto de calificaciones si está suspendido; en este caso, la calificación de la asignatura será la del examen. En caso de que el alumno no se presente al examen la nota final será «No presentado».

Respecto al Trabajo individual, en el caso de que un alumno/a no tenga aprobada la propuesta inicial, o no la presente, se considerará como «No presentado». Dado que la asignatura tiene un modelo de evaluación continua el «No presentado» en el Seminario supondrá también un «No presentado» en la asignatura.

## **2. Evaluación de alumnos/as de segunda o tercera matrícula:**

a) Los alumnos/as de segunda matrícula o más pueden optar a la evaluación a través de una examen final, de acuerdo con el artículo 117.2 de la Normativa académica de la UAB, aplicable a los estudiantes universitarios regulados de conformidad con el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010 de 2 de julio.

El examen se realizará el 16 de diciembre y se referirá al conjunto de las lecturas del curso y a las explicaciones y debates realizados en las sesiones teóricas en los Seminarios. Esta forma de evaluación es incompatible con la evaluación continua. Los alumnos que opten por esta modalidad podrán asistir a las clases de teoría y a los seminarios teniendo en cuenta que su sistema de evaluación es el examen final. Es decir, no podrán ser evaluados en el Seminario, ni tampoco por la realización de trabajos, u otras actividades.

b) Los alumnos/as de segunda o tercera matrícula podrán optar también por la evaluación continua. Los/as alumnos/as que deseen optar por la evaluación continua deberán comunicarlo a la profesora, por correo electrónico, antes del 30 de septiembre. Se considerará que los alumnos que no comuniquen por correo electrónico su opción por la evaluación continua se presentarán al examen final.

#### **Calificación final:**

La calificación final de la asignatura será la calificación del examen final en caso de haber optado por el sistema de evaluación de la modalidad a). La calificación de los alumnos adscritos al sistema de evaluación continua seguirá el mismo procedimiento explicado en el apartado 1, de evaluación continua.

### 3. Actividades de reevaluación:

#### 3.1. Alumnos/as con evaluación continua:

De acuerdo con las instrucciones de la Junta de la Facultad de Ciencias de la Comunicación se programará un examen de reevaluación (27 de enero de 2016) para los/as alumnos/as que hayan suspendido el examen con un 4 hasta 4,99 y los/as alumnos/as que, habiendo aprobado, deseen modificar su nota del examen anterior.

Si algún estudiante quiere presentarse al examen de reevaluación para subir nota tendrá que asumir los resultados, tanto si son positivos como si son negativos. En el supuesto de que no se supere el examen final de reevaluación, la calificación de la asignatura será la que se obtenga en este examen.

#### 3.2. Alumnos/as de segunda o tercera matrícula:

Los estudiantes de segunda o tercera matrícula que opten por la evaluación mediante un examen final tendrán la opción de presentarse a la reevaluación en los supuestos y condiciones siguientes: a) haber obtenido al menos un 4 a 4,99 en el examen final; b) haber superado el examen final y querer subir nota. En los dos casos el estudiante tendrá de asumir los resultados del examen de reevaluación, tanto si son positivos como negativos.

### Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Examen	60%	0	0	1, 3, 8, 5, 7, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18
Participación en los Seminarios	10%	0	0	1, 2, 4, 6, 5, 7, 19, 10
Trabajo de curso	30%	0	0	4, 6, 5, 7, 16, 17, 19, 10

### Bibliografía

Adorno, T. W., y Horkheimer, M. (1981). La industria de la cultura: ilustración como engaño de las masas. En J. Curran, M. Gurevitch i J. Woollacot (comp.), *Sociedad y comunicación de masas* (pp. 393-432). México: Fondo de Cultura Económica. [Ed. original: 1947]

Altheide, D. (2003). Mass Media, Crime, and the Discourse of Fear. *The Hedgehog Review. Critical Reflections on Contemporary Culture*, 5 (3), 9-25.

Andrejevic, M. (2009). Critical Media Studies 2.0: an interactive upgrade. *Interactions: Studies in Communication and Culture*, 1, (1), 35-50.

Austin, J. L. (1971). Palabras y acciones: Cómo hacer cosas con palabras. Barcelona: Paidós. [Ed. original: 1962]

Cáceres, M. D., Ruiz San Román, J. A. y Brändle, G. (2009). Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en Internet. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 14, 213-231.

Curran, J., Morley, D., y Walkerdine, V. (eds.) (1998). *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Barcelona: Paidós. [Ed. original: 1996]

- Flichy, P. (2001). *Lo imaginario de Internet*. Madrid: Tecnos.
- Goffman, E. (2009). *Presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Editorial Amorrortu. [Ed. original: 1959]
- Hall, S. (2004). Codificación y decodificación en el discurso televisivo. *CIC (Cuadernos de Información y Comunicación)*, 9, 210-236. [Ed. original: 1973]
- Jay, M. (1974). *La imaginación dialéctica. Historia de la Escuela de Frankfurt y el Instituto de Investigación Social (1923-1950)*. Madrid: Taurus. [Ed. original: 1973]
- Joas, H. (1990). Interaccionismo simbólico. En A. Giddens i J. Turner (eds.), *La teoría social hoy* (pp. 112-157). Madrid: Alianza. [Edición original: 1987]
- Katz, E., Blumler, J. G. y Gurevitch, M. (1986). Usos y gratificaciones de la comunicación de masas. En M. Moragas (ed.), *Sociología de la comunicación de masas. II. Estructura, funciones y efectos* (pp. 127-171) (2a ed.). Barcelona: Gustavo Gili. [Ed. original: 1974]
- Knapp, M. L. (1985). *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. Barcelona: Paidós Comunicación. [Ed. original: 1980]
- Lasswell, H. D. (1986). Estructura y función de la comunicación en la sociedad". En M. Moragas (ed.), *Sociología de la comunicación de masas. II. Estructura, funciones y efectos* (pp. 5168) (2a ed.). Barcelona: Gustavo Gili. [Ed. original: 1948]
- Lazarsfeld, . F. y Merton, R. K. (1986). Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada. En M. Moragas (ed.), *Sociología de la comunicación de masas. II Estructura, funciones y efectos* (pp. 2249) (2a ed.). Barcelona: Gustavo Gili. [Ed. original: 1948]
- Lippman, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Langre. [Ed. original: 1922]
- McCombs, M. E. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. En J. I. Bryant y D. Zillmann (Eds.), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías* (pp. 13-34). Barcelona: Paidós. [Ed. original: 2002]
- McCombs, M. (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós. [Ed. original: 2004]
- McCombs, M. E. y Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Comunicación y Sociedad*, Vol. VIII, Núm. 1, 7-32.
- McCombs, M. E. y Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, Vol. 36 (2), 176-187.
- Miller, H. (1995). The Presentation of Self in Electronic Life: Goffman on the Internet. Paper presented at Embodied Knowledge and Virtual Space Conference Goldsmiths'College. University of London, June 1995.
- Montero, María Dolores (1994) *La informació periodística i la seva influència social*. Bellaterra, Barcelona: Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona. (En castellano: La información periodística y su influencia social, Ed. Labor/UAB).
- Moragas, M. (2011). *Interpretar la comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- Morley, D. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu. [Ed. original: 1992]
- Noelle-Neumann, E. (1993). La espiral del silencio. La opinión pública y los efectos de los medios de comunicación. *Comunicación y Sociedad*, Vol. VI, 1-2, 9-28. .
- Noëlle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós. [Ed. original: 1984]

Patterson, M. (2011). *Més que paraules: el poder de la comunicació no verbal*. Barcelona: Editorial UOC.  
Versió en castellà: *Más que palabras. El Poder de la Comunicación no verbal*. Editorial UOC.

Park, R. E. (1996). La masa y el público: una investigación metodológica y sociológica. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 74, 345-359. [Ed. original: 1904]

Sunstein, C. R. (2003). *República.com. Internet, democracia y libertad*. Barcelona: Paidós. [Ed. original: 2001]

Thompson, J. B. (2005). The New Visibility. *Theory, Culture & Society*, 22 (6): 31-51.

Tuchman, G. (1978). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción social de la realidad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1983. [Ed. original: 1972]

Watzlawick, P., Beavin, J. H. i Jackson, D. D. (1985). *Teoría de la comunicación humana: interacciones, patologías y paradojas*. Barcelona: Herder. [Ed. original: 1967]