

**Teorías de la Comunicación**

Código: 103862  
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501935 Publicidad y Relaciones Públicas	FB	2	1

**Contacto**

Nombre: Jaume Soriano Clemente  
Correo electrónico: Jaume.Soriano@uab.cat

**Uso de idiomas**

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)  
Algún grupo íntegramente en inglés: No  
Algún grupo íntegramente en catalán: Sí  
Algún grupo íntegramente en español: No

**Equipo docente**

Enric Marín Otto  
Joan Manuel Tresserras Gaju

**Prerequisitos**

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

**Objetivos y contextualización**

La asignatura pertenece a la materia Comunicación del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas y está calificada como asignatura fundamental. Se considera que existe una lógica progresiva en tres de las cinco 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/a en la evolución histórica de la comunicación 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, ajutores 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 y su papel en la cultura. También es un objetivo deseable de la asignatura el de favorecer la reflexión crítica sobre el papel de los medios de comunicación en la sociedad.

**Competencias**

- Aplicar el pensamiento científico con rigor.
- 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 crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en las lenguas oficiales (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 disciplina y sus diferentes ámbitos y subáreas, así como su valor para la práctica profesional mediante casos concretos.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada.
- 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. Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
3. Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
4. Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
5. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en las lenguas oficiales (catalán y castellano) como en una tercera lengua.
6. Encontrar lo sustancial y relevante en documentos sobre teoría, estructura e historia de la comunicación en una tercera lengua.
7. Gestionar el tiempo de forma adecuada.
8. Identificar los fundamentos de las teorías y de la historia de la comunicación.
9. Interpretar y discutir textos de las principales teorías de la comunicación y de la Publicidad y las Relaciones Públicas y exponer por escrito y en público la síntesis de sus análisis.
10. Relacionar el análisis social y los impactos de las nuevas tecnologías de la comunicación.
11. Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.

## Contenido

### CLASES TEÓRICAS

18-09-2018: Introducción y planificación del curso. Presentación del programa.

Del 25-09-2018 hasta el 02-10-2018: Teorías de la comunicación interpersonal.

Del 09-10-2018 hasta el 06-11-2018: Teorías de la comunicación mediática.

13-11-2018: Prueba 1 (evaluación continua).

Del 20-11-2018 hasta el 18-12-2018: Teorías de la comunicación mediática.

08-01-2019: Síntesis del programa.

15-01-2019: Prueba 2 (evaluación continua); Prueba final de síntesis (alumnado de segunda o más matrícula).

22-01-2019: Actividades de recuperación.

29-01-2019: Pruebas de recuperación.

### SEMINARIOS

18-09-2018: Planificación de las actividades del Seminario.

25-09-2018: Elección y diseño del trabajo de curso. Puesta en común de las propuestas de trabajo, discusión sobre su viabilidad y adaptación al programa.

02-10-2018: Entrega de las propuestas de trabajo de curso. Discusión sobre los temas y la realización de los trabajos de curso.

Desde el 09-10-2018 hasta el 30-10-2018: Presentación y discusión de lecturas.

06-11-2018: Revisión y discusión de las lecturas para la prueba 1. Entrega de un resumen de seguimiento del trabajo de curso sobre las lecturas realizadas hasta el momento.

13-11-2018: Seguimiento de los trabajos de curso.

Desde el 20-11-2018 hasta el 04-12-2018: Presentación y discusión de lecturas.

11-12-2018: Presentación y discusión de lecturas. Entrega del trabajo de curso.

18-12-2018: Presentación y discusión de lecturas.

08-01-2019: Sin seminario (\*)

15-01-2019: Sin seminario (\*)

22-01-2019: Sin seminario (\*)

29-01-2019: Sin seminario (\*)

(\*) Por acuerdo de la Junta de Facultad del día 24 de mayo del 2018 los seminarios se repartirán en 14 horas lectivas. Por este motivo, los días 8, 15, 22 y 29 de enero del 2019 no habrá seminarios.

Atención: El presente cronograma es una planificación general y una guía sobre los temas que se tratarán durante el curso. En función de la disponibilidad de tiempo y de las necesidades del alumnado se podrán plantear cambios si el profesorado lo considera conveniente. En ese caso se informará lo más pronto posible a través del espacio de la asignatura en el Campus Virtual.

Esta guía docente incorpora la perspectiva de género en los contenidos y en el tratamiento.

## Metodología

El aprendizaje estará basado en clases magistrales, discusión en clase, lecturas, 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	34	1,36	5, 8, 9, 10
Seminarios	17	0,68	5, 8, 9, 10, 11, 6
<b>Tipo: Supervisadas</b>			
Pruebas evaluables	3	0,12	1, 2, 3, 7
Tutorías	3	0,12	4, 11
<b>Tipo: Autónomas</b>			

Estudio personal y lecturas orientadas	75	3	4, 5, 7, 9, 6
Trabajos individuales y/o en equipo	18	0,72	1, 2, 3, 4, 5, 7, 11, 6

## Evaluación

### 1. Evaluación del alumnado de primera matrícula

Todos los alumnos de primera matrícula deberán acogerse al **sistema de evaluación continua: dos pruebas (tipo test) + trabajo individual de curso + participación en los seminarios**

**1.1. Realización de dos pruebas tipo test** (37% cada una de las pruebas en la calificación final) (13 de noviembre de 2018 y 15 de enero de 2019, respectivamente), que se referirán al conjunto de las explicaciones y debates llevados a cabo en las clases y los seminarios, y a las lecturas obligatorias del curso. El objetivo de las pruebas, en el marco de la evaluación continua, es verificar el conocimiento del alumnado de las teorías de la comunicación, la definición conceptual, los enfoques teóricos y el análisis de los procesos de comunicación social.

Cada una de las pruebas comprenderá el período de temas y lecturas siguientes: primera prueba, del 25 de septiembre hasta el 30 de octubre de 2018; segunda prueba, del 06 de noviembre hasta el 18 de diciembre de 2018.

**1.2. Realización de un trabajo individual de curso** (16% de la calificación) en el seminario de la asignatura. El trabajo individual de curso será un ensayo académico sobre un tema de actualidad aparecido por primera vez en los medios de comunicación con fecha posterior al inicio de curso. La finalidad del trabajo será evaluar la comprensión, capacidad de análisis, estructuración y sistematización de los conocimientos adquiridos a lo largo del curso aplicados a un caso o situación concreta.

El trabajo individual de curso se evaluará mediante la rúbrica basada en los siguientes criterios:

Introducción (hasta 1 punto);

Aplicación correcta de la teoría (hasta 2 puntos);

Cuerpo de la argumentación (hasta 1 punto);

Conclusiones (hasta 2 puntos);

Redacción y estilo (hasta 1 punto);

Fuentes (hasta 1 punto);

Referencias (hasta 1 punto);

Originalidad (hasta 1 punto).

Fecha de entrega del trabajo: 11 de diciembre de 2018.

**1.3. Participación en el seminario** (10% de la nota final). En el seminario se realizará la presentación y debate de los artículos de lectura obligatoria. Estas lecturas están planificadas para favorecer el aprendizaje del alumno y la aplicación de las teorías de la comunicación en el análisis de la realidad y la actualidad. Las lecturas obligatorias serán, junto a los contenidos de las clases teóricas, uno de los ejes principales de las pruebas de la asignatura.

### Calificación final

Cada alumno/a deberá realizar, como mínimo, las dos pruebas (tipo test) y el trabajo individual de curso. Para aprobar la asignatura debe haberse superado **obligatoriamente** cada una de las dos pruebas (tipo test). Si una de las pruebas está suspendida no hará media con el resto de las calificaciones, la nota final de la asignatura será la de la prueba suspendida. Si el alumno/a no se presenta a una de las dos pruebas, la nota

final será "No evaluable". Si el alumno/a tiene las dos pruebas suspendidas, la nota final será la media de las dos pruebas suspendidas.

En cuanto al trabajo individual de curso, si un alumno/a no tiene aprobada la propuesta, o no la presenta, se considerará como "No evaluable". Dado que la asignatura tiene un modelo de evaluación continua para los alumnos de primera matrícula, el "No evaluable" en el trabajo individual de curso supondrá también un "No evaluable" en la asignatura.

La nota final, como anteriormente se ha detallado, será el resultado de:

-Prueba 1 (tipo test): 37%

-Prueba 2 (tipo test): 37%

-Trabajo individual de curso: 16%

-Participación en los seminarios: (10%)

## **2. Evaluación del alumnado de segunda o más matrículas**

Los alumnos de segunda o más matrículas podrán optar por **una** (excluyendo la otra) de las siguientes modalidades de evaluación:

**2.1. Evaluación continua -dos pruebas (tipo test) + trabajo individual de curso + participación en los seminarios-**. El alumnado seguirá el mismo procedimiento de evaluación explicado en el apartado 1 y lo tendrán que comunicar por correo electrónico al profesor antes del 02 de octubre de 2018. Los requisitos para aprobar la asignatura son los mismos que los especificados en el apartado 1.

### **Calificación final**

Seguirá el mismo procedimiento explicado en el apartado 1.

**2.2. Prueba final de síntesis (tipo test).** Los alumnos de segunda matrícula o más podrán optar a la evaluación mediante una única prueba de síntesis, 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 del 2 de julio. 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 será la realización de una única prueba de síntesis, tipo test (15 de enero de 2019). Es decir, no podrán ser evaluados dentro del seminario ni por la realización de trabajos individuales de curso ni por otras actividades.

### **Calificación final**

La calificación de los alumnos que opten por el sistema de evaluación de una prueba final de síntesis será la nota de la prueba final.

## **3. Actividades de recuperación:**

De acuerdo con la Normativa Académica de la UAB (Título IV, sobre Evaluación, modificado por acuerdo del Consejo de Gobierno de 12 de julio de 2017) se programará la recuperación de las actividades de evaluación (29 de enero de 2019). Se podrán presentar los siguientes alumnos:

### **3.1. Alumnado de primera matrícula o más que optan por el sistema de evaluación continua -dos pruebas (tipo test) + trabajo individual de curso + participación en los seminarios-**.

El alumnado que se haya presentado a las pruebas tipo test y haya suspendido tendrá derecho a la recuperación de una o de las dos pruebas suspendidas cuando la media ponderada de las actividades de evaluación, una vez realizada la evaluación de un mínimo de dos terceras partes de la calificación total de la asignatura, sea igual o superior a 3.5. Las pruebas de recuperación se harán el día 29 de enero de 2019.

El trabajo individual del seminario está excluido de la recuperación. El objetivo del trabajo, por parte del alumnado, es el de demostrar la comprensión, capacidad de análisis, estructuración y sistematización de los conocimientos adquiridos a lo largo del curso y aplicados a un caso o situación concreta. Se trata del resultado de una actividad continuada desde el inicio del curso que no se puede recuperar en un margen de tiempo reducido.

La participación en los seminarios también queda excluida de la posibilidad de recuperación por motivos obvios.

### **3.2. Alumnado de segunda o más matrículas que opta al sistema de prueba final de síntesis (tipo test).**

El alumnado que se haya presentado y haya suspendido la prueba final de síntesis (tipo test) podrá recuperar la mencionada prueba final si está suspendida con una nota igual o superior a 3.5. La prueba de recuperación se hará el día 29 de enero de 2019.

## **4. Opciones para subir la calificación:**

**4.1. Los alumnos que hayan optado por la evaluación continua y hayan aprobado las pruebas (tipo test)** pueden presentarse a la prueba de recuperación para subir la nota (29 de enero de 2019). Lo pueden hacer presentándose para subir la calificación de una o de las dos pruebas. En todo caso el alumno/a deberá asumir los resultados, tanto si son positivos como si son negativos. En la calificación final se tendrá en cuenta la nota de la prueba de recuperación. Si se han aprobado los exámenes de recuperación, la media ponderada entre las actividades de evaluación se hará teniendo en cuenta la nota de la prueba o pruebas de recuperación realizadas. Si una de las pruebas de recuperación está suspendida, la nota final será la de la prueba suspendida. Si se han suspendido las dos pruebas, la nota final será la media de las dos notas suspendidas.

**4.2. Los alumnos de segunda matrícula o más que hayan optado por el sistema de prueba final de síntesis y hayan aprobado**, también tendrán la opción de presentarse al examen de recuperación para subir la nota (29 de enero de 2019). En todo caso, el alumno/a deberá asumir los resultados, tanto si son positivos como negativos. La calificación final será la nota de la prueba de recuperación.

## **5. Revisión ordinaria de la calificación de las actividades de evaluación:**

En el supuesto de disconformidad con la calificación de las diferentes actividades de evaluación, el alumnado tendrá derecho a la revisión ordinaria de estas actividades. En las pruebas test y de síntesis, la revisión ordinaria se hará con el profesor responsable del grupo. En el trabajo individual de curso y la participación en los seminarios, la revisión ordinaria se hará con el profesorado del seminario correspondiente. Las fechas y horas de la revisión ordinaria se harán públicas a través del espacio de la asignatura del Campus Virtual de la UAB.

## **6. Revisión extraordinaria de la calificación final de la asignatura:**

En el supuesto de disconformidad con la calificación final de la asignatura, el alumnado tendrá derecho a solicitar una revisión extraordinaria. Deberá presentar, en el plazo de quince días naturales después de publicada la calificación final, una solicitud razonada al decanato de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y se entregará en la Gestión Académica. La revisión se hará de acuerdo con las instrucciones sobre revisión extraordinaria aprobadas por la Junta de Facultad del día 5 de mayo de 2016, publicadas en la web de la Facultad:

<http://www.uab.cat/web/estudiar/graus/informacio-academica/avaluacio/revisioextraordinaria-de-la-qualificació-final-1345714263962.html>

## **Actividades de evaluación**

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Participación en seminarios	10%	0	0	3, 4, 5, 9, 11, 6

Pruebas evaluables	74%	0	0	5, 7, 8, 9, 10, 6
Trabajo de curso	16%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 6

## Bibliografía

### Bibliografía de consulta

Adorno, T. W., i Horkheimer, M. (2005) [1944]. *Dialéctica de la ilustración*, Madrid, Editorial Trotta.

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]

Curran, J., Morley, D., i 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]

Gill, R. (2009) Beyond the 'Sexualization of Culture' Thesis: An Intersectional Analysis of 'Sixpacks', 'Midriiffs', and 'Hot Lesbians' in Advertising. *Sexualities*, Vol. 12 (2), p. 137-160.

<http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1363460708100916>

Goffman, E. (2009). *Presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Editorial Amorrortu. [Ed. original: 1959]

Hovland, Carl I.; Lumsdaine, Arthur A.; i Sheffield, Fred D. (1985) "Efectos a corto y a largo plazo en el caso de los films de "orientación" o propaganda". A: M. De Moragas (Ed.) (1985): *Sociología de la comunicación de masas. II Estructura, funciones y efectos*. Barcelona: Gustavo Gili, 1985, 111-26. [Ed. original: 1949]

Jay, M. (1974). *La imaginación dialéctica. Historia de la Escuela de Frankfurt y el Instituto de Investigación Social (1923-1950)*. Madrid: Taurus Ed. [Ed. original: 1973]

Joas, Hans (1990) "Interaccionismo simbólico" Dins Giddens, A.; Turner, J. (eds.) *La teoría social hoy*, p. 112-157. Madrid, Alianza [Edición original: 1987]

Katz, E., Blumler, J. G., i Gurevitch, M. (1986). Usos y gratificaciones de la comunicación de masas. Dins Moragas, M. (ed.), *Sociología de la comunicación de masas. II. Estructura, funciones y efectos*, p. 127-171. Barcelona: Gustavo Gili, 2a ed. [Ed. original: 1974]

Kelley Reardon, Kathleen 1983 *La persuasión en la comunicación: teoría y contexto*, Barcelona, Paidós

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". Dins Moragas, M. (ed.), *Sociología de la comunicación de masas. II. Estructura, funciones y efectos*, p. 5168. Barcelona: Gustavo Gili, 2a ed. [Ed. original: 1948]

Lazarsfeld, . F., i Merton, R. K. (1986). Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada. Dins Moragas, M. (ed.), *Sociología de la comunicación de masas. II Estructura, funciones y efectos*, p. 2249. Barcelona: Gustavo Gili, 2a ed. [Ed. original: 1948]

Moragas, M. (2011). *Interpretar la comunicación*. Barcelona: Gedisa.

Morley, D. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu. [Ed. original: 1992]

Muñoz, Blanca (2007). "De las industrias culturales a los circuitos culturales. La metamorfosis de un proceso ideológico" en *Sociedad y Utopía. Revista de Ciencias Sociales*, 29; págs. 19-36.

---

Comunicación y Sociedad, Vol. VI, Núm. 1-2, 9-28.

[http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art\\_id=226](http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=226)

Noëlle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós. [Ed. original: 1984]

Raymond, J. i Stefanone, M. (2016). The Desire for Fame: An Extension of Uses and Gratifications Theory. *Communication Studies*, vol. 67(4), p. 399-418.

<https://www.buffalo.edu/content/dam/cas/communication/files/Stefanone/rui%202016.pdf>

Sabre, Maria Elisa (2011). Implicación y encuadre como factores de eficacia en los mensajes publicitarios de las ONG. *Comunicación y Sociedad*, vol 24, (1), p. 269-301.

[https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/resumen.php?art\\_id=388](https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/resumen.php?art_id=388)

Smythe, Dallas (1983) "Las comunicaciones: "Agujero Negro" del marxismo occidental". A Giuseppe Richeri (ed.) *La televisión: entre servicio público y negocio*, G. Gili, Barcelona, pàgs: 71-104.

Stevenson, Nick 1998 *Culturas mediáticas: teoría social y comunicación masiva*, Buenos Aires, Amorrortu.

Thompson, John B. 1998 *Los media y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós.

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

<http://tcs.sagepub.com/cgi/content/abstract/22/6/31>

Walsh, M. J. i Baker, S. A. (2017). The Selfie and the transformation of the public-private distinction. *Information, Communication & Society*, Vol. 20(8).

<http://www.tandfonline.com/are.uab.cat/doi/full/10.1080/1369118X.2016.1220969>

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

Wolf, Mauro 1996 *La investigación de la comunicación*, Barcelona, Paidós.

Ytreberg, E. (2016). Towards a historical understanding of the media event. *Media, Culture & Society*, Vol. 39(3), 309-324. <http://journals.sagepub.com/are.uab.cat/doi/full/10.1177/0163443716643155>