

Teories de la Comunicació

Codi: 103862

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Publicitat i Relacions Públiques	FB	2	1

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: Jaume Soriano Clemente

Correu electrònic: Jaume.Soriano@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: No

Grup íntegre en espanyol: No

Equip docent

Alberto Cabello Hernández

Prerequisits

No es requereixen coneixements específics.

Objectius

L'assignatura pertany a la matèria Comunicació del Grau de Publicitat i Relacions Públiques i està qualificada com a assignatura fonamental. Es considera que existeix una lògica progressiva entre tres de les cinc assignatures de formació bàsica de la matèria de Comunicació basada en una llarga experiència docent i estructurada de la següent manera:

1. Història de la Comunicació. Introdueix l'alumne en l'evolució històrica de la comunicació des dels primers fenòmens comunicatius fins a les experiències comunicatives actuals.
2. Estructura de la Comunicació. Presenta l'ecosistema comunicatiu, les seves dinàmiques i lògiques estructurals.
3. Teories de la Comunicació. Presenta i concreta les teories, escoles, autors i perspectives d'anàlisi de la comunicació.

Els objectius formatius generals de l'assignatura són que els alumnes identifiquin les principals teories del camp de la comunicació, les elaboracions conceptuals i els enfocaments teòrics que fonamenten el seu coneixement i el seu paper en la cultura. També és un objectiu desitjable de l'assignatura el d'afavorir la reflexió crítica sobre el paper dels mitjans de comunicació en la societat.

Competències

- Aplicar el pensament científic amb rigor.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar esperit crític i autocrític.

- Demostrar un coneixement adequat de la realitat sociocomunicativa de Catalunya en el context espanyol, europeu i mundial.
- Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant a les llengües oficials (català i castellà) com en una tercera llengua.
- Diferenciar les principals teories de la disciplina, els seus camps, les elaboracions conceptuals, els marcs i els enfocaments teòrics que fonamenten el coneixement de la disciplina i els seus diferents àmbits i subàrees, així com el seu valor per a la pràctica professional mitjançant casos concrets.
- Gestionar el temps de manera adequada.
- Identificar les tradicions comunicatives contemporànies catalana, espanyola i internacional i les seves modalitats d'expressió específiques, així com la seva evolució històrica i les teories i conceptes que les estudien.
- Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
- Usar una tercera llengua com a forma de treball i expressió professional en els mitjans de comunicació.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar el pensament científic amb rigor.
2. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
3. Demostrar esperit crític i autocrític.
4. Descriure l'estructura dels mitjans de comunicació i les seves dinàmiques.
5. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
6. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant a les llengües oficials (català i castellà) com en una tercera llengua.
7. Diferenciar les especificitats dels llenguatges comunicatius escrits i audiovisuals.
8. Explicar l'evolució de les tradicions publicitàries contemporànies internacionals.
9. Gestionar el temps de manera adequada.
10. Identificar el sistema de mitjans de comunicació i els grups que han ostentat en un determinat moment el poder d'informar, i poder detallar el marc legal que crea un determinat govern sobre els mitjans de comunicació.
11. Identificar els fonaments de les teories i de la història de la comunicació.
12. Identificar els fonaments estructurals del sistema comunicatiu.
13. Interpretar i discutir textos de les principals teories de la comunicació i de la publicitat i les relacions públiques i exposar per escrit i en públic la síntesi de les seves anàlisis.
14. Relacionar l'anàlisi social i els impactes de les noves tecnologies de la comunicació.
15. Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
16. Trobar el que és substancial i rellevant en documents sobre teoria, estructura i història de la comunicació en una tercera llengua.

Continguts

TEMARI:

Introducció i planificació del curs. Presentació del programa.

Comunicació interpersonal

Comunicació interpersonal no verbal.

Comunicació mediàtica. Inicis de la recerca en mitjans de comunicació.

Comunicació mediàtica. Paradigma funcionalista. Teoria experimental de la persuasió

Comunicació mediàtica. Teoria crítica.

Comunicació mediàtica. Teoria d'usos i gratificacions.

Comunicació mediàtica. Teoria de l'espiral del silenci.

Comunicació mediàtica. Mitjans de comunicació i construcció social de la realitat.

Comunicació mediàtica. Escola de Birmingham/Economia política de la comunicació

Comunicació mediàtica. Esdeveniments mediàtics.

Comunicació mediàtica. Teoria de la mediatització.

Comunicació mediàtica. Economia de l'atenció/Postveritat.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i activitats dels seminaris, els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura. En cas de canvi de modalitat docent per raons sanitàries, el professorat informarà dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents.

Aquesta guia docent incorpora la perspectiva de gènere en els continguts i en el tractament.

Metodologia

L'aprenentatge estarà basat en classes magistrals, discussió a classe, lectures, tutories i realització de treballs i proves. Es fomentarà la capacitat d'anàlisi crítica i de reflexió.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals	34	1,36	6, 11, 13, 14
Seminaris	15	0,6	6, 11, 13, 14, 15, 16
Tipus: Supervisades			
Tutories	8	0,32	5, 15
Tipus: Autònomes			
Estudi personal i lectures orientades	67	2,68	5, 6, 9, 13, 16
Treballs individuals i/o en equip	18	0,72	1, 2, 3, 5, 6, 9, 15, 16

Avaluació

1. Avaluació de l'alumnat de primera matrícula

Tots els alumnes de primera matrícula hauran d'acollir-se al sistema d'avaluació contínua: dues proves (tipus test) + treball individual de curs + participació al seminari.

1.1. Realització de dues proves tipus test (37% cadascuna de les proves en la qualificació final) que es referiran al conjunt de les explicacions i debats duts a terme a les classes i als seminaris, i a les lectures obligatòries del curs. L'objectiu de les proves, en el marc de l'avaluació contínua, és verificar el

coneixement de l'alumnat de les teories de la comunicació, la definició conceptual, els enfocaments teòrics i l'anàlisi dels processos de comunicació social.

1.2. Realització d'un treball individual de curs (16% de la qualificació) en el seminari de l'assignatura. El treball individual de curs serà un assaig acadèmic sobre un tema d'actualitat aparegut per primer cop als mitjans de comunicació amb data posterior a l'inici de curs. La finalitat del treball serà avaluar la comprensió, capacitat d'anàlisi, estructuració i sistematització dels coneixements adquirits al llarg del curs aplicats a un cas o situació concreta.

Haurà de desenvolupar-se des de la perspectiva de les teories analitzades en el marc de l'assignatura. El professorat del seminari aprovarà, o no, la proposta d'assaig acadèmic, i, si cal, assenyalarà les indicacions necessàries per a la reformulació del projecte. Igualment, el professorat del seminari s'encarregarà de tutoritzar la realització del treball durant el curs.

El treball individual de curs s'avaluarà mitjançant la rúbrica basada en els següents criteris:

- Introducció (fins a 1 punt);
- Aplicació correcta de la teoria (fins a 2 punts);
- Cos de l'argumentació (fins a 1 punt);
- Conclusions (fins a 2 punts);
- Redacció i estil (fins a 1 punt);
- Fonts (fins a 1 punt);
- Referències (fins a 1 punt);
- Originalitat (fins a 1 punt).

1.3. Participació al seminari (10% de la nota final). Al seminari es realitzarà la presentació i debat dels articles de lectura obligatòria. Aquestes lectures estan planificades per a afavorir l'aprenentatge de l'alumne i l'aplicació de les teories de la comunicació a l'anàlisi de la realitat i l'actualitat. Les lectures obligatòries seran, juntament amb el contingut de les classes teòriques, un dels eixos principals de les proves de l'assignatura.

Qualificació final

Cada alumne/a haurà de realitzar, com a mínim, les dues proves (tipus test) i el treball individual de curs. Per aprovar l'assignatura cal haver superat obligatòriament cadascuna de les dues proves (tipus test) amb una nota mínima de 5 punts cadascuna. Si una de les proves està suspesa, no farà mitjana amb la resta de qualificacions, la nota final de l'assignatura serà la de la prova suspesa. En cas que l'alumne/a no es presenti a una de les dues proves la nota final serà «No avaluable». En cas que l'alumne/a tingui les dues proves suspeses, la nota final serà la mitjana de les dues proves suspeses.

Pel que fa al treball individual de curs, en cas que un alumne/a no tingui aprovada la proposta, o no la presenti, es considerarà com «No avaluable». Atès que l'assignatura té un model d'avaluació continuada per als alumnes de primera matrícula el «No avaluable» en el treball individual de curs suposarà també un «No avaluable» en l'assignatura.

La nota final, com anteriorment s'ha detallat, serà el resultat de:

-Prova 1 (tipus test): 37%

-Prova 2 (tipus test): 37%

-Treball individual de curs: 16%

-Participació als seminaris: 10%

2. Avaluació de l'alumnat de segona o més matrícules

Els alumnes de segona o més matrícules podran adscriure's a una (excloent l'altra) de les següents modalitats d'avaluació:

2.1. Avaluació contínua -dues proves (tipus test) + treball individual de curs + participació al seminari-. L'alumnat seguirà el mateix procediment d'avaluació explicat a l'apartat 1 i ho haurà de comunicar per correu electrònic a la professora. Els requisits per a aprovar l'assignatura són els mateixos que els especificats a l'Apertat 1.

Qualificació final

Seguirà el mateix procediment explicat a l'apartat 1.

2.2. Prova final de síntesi (tipus test). Els alumnes de segona matrícula o més podran optar a l'avaluació mitjançant una única prova de síntesi, d'acord amb l'article 117.2 de la Normativa Acadèmica de la UAB aplicable als estudiants universitaris regulats de conformitat amb el Reial Decret 1393/2007, de 29 d'octubre, modificat pel Reial Decret 861/2010 del 2 de juliol. Els alumnes que optin per aquesta modalitat podran assistir a les classes de teoria i als seminaris tenint en compte que el seu sistema d'avaluació serà la realització d'una única prova de síntesi, tipus test. És a dir, no podran ser avaluats dins del seminari ni per realització de treballs individuals de curs ni per altres activitats.

Qualificació final

La qualificació dels alumnes adscrits al sistema d'avaluació d'una prova final de síntesi serà la nota de la prova final.

3. Activitats de recuperació:

D'acord amb la Normativa Acadèmica de la UAB (Títol IV, sobre Avaluació, modificat per acord del Consell de Govern de 12 de juliol de 2017) es programarà la recuperació de les activitats d'avaluació. Es podran presentar els següents alumnes:

3.1. Alumnat de primera matrícula o més adscrit al sistema d'avaluació contínua - dues proves (tipus test) + treball individual de curs + participació al seminari-.

L'alumnat que s'hagi presentat a les proves tipus test i hagi suspès tindrà dret a la recuperació d'una o de les dues proves suspeses.

El treball individual del seminari quedarà exclòs de la recuperació. L'objectiu del treball, per part de l'alumnat, és demostrar la comprensió, capacitat d'anàlisi, estructuració i sistematització dels coneixements adquirits al llarg del curs i aplicats a un cas o situació concreta. Es tracta del resultat d'una activitat continuada des de l'inici del curs que no es pot recuperar en un marge temporal reduït.

La participació als seminaris també quedarà exclosa de la possibilitat de recuperació per motius obvis.

3.2. Alumnat de segona o més matrícules adscrit al sistema de prova final de síntesi (tipus test). L'alumnat que s'hagi presentat i hagi suspès la prova final de síntesi (tipus test).

4. Opcions per apujar la qualificació:

4.1. Els alumnes que hagin optat per l'avaluació contínua i hagin aprovat les proves (tipus test) poden presentar-se a la prova de recuperació per apujar la nota. Ho poden fer presentant-se a pujar la qualificació d'una o de les dues proves. En tot cas l'alumne/a haurà d'assumir-ne els resultats, tant si són positius com si són negatius. En la qualificació final es tindrà en compte la nota de la prova de recuperació. Si s'han aprovat els exàmens de recuperació la mitjana ponderada entre les activitats d'avaluació es farà tenint en compte la nota de la prova o proves de recuperació realitzades. Si una de les proves de recuperació està suspesa la nota final serà la de la prova suspesa. Si s'han suspès les dues proves, la nota final serà la mitjana de les dues notes suspeses.

4.2. Els alumnes de segona matrícula o més que hagin optat pel sistema de prova final de síntesis i hagin aprovat, també tindran l'opció de presentar-se a l'examen de recuperació per apujar la nota. En tot cas, l'alumne/a haurà d'assumir-ne els resultats, tant si són positius com negatius. La qualificació final serà la nota de la prova de recuperació.

5. Revisió ordinària de la qualificació de les activitats d'avaluació:

En cas de disconformitat amb la qualificació de les diferents activitats d'avaluació, l'alumnat tindrà dret a la revisió ordinària d'aquestes activitats. En les proves test i de síntesi, la revisió ordinària esfarà amb el professor responsable del grup. En el treball individual de curs i la participació al seminari, la revisió ordinària es farà amb el professorat del seminari corresponent. Les dates i hores de la revisió ordinària es faran públiques a través de l'espai de l'assignatura al Campus Virtual de la UAB.

6. Revisió extraordinària de la qualificació final de l'assignatura:

En cas de disconformitat amb la qualificació final de l'assignatura, l'alumnat tindrà dret a sol·licitar-ne la revisió extraordinària. Haurà de presentar, en el termini de quinze dies naturals després de publicada la qualificació final, una sol·licitud raonada al deganat de la Facultat de Ciències de la Comunicació i es lliurarà a la Gestió acadèmica. La revisió es farà d'acord amb les instruccions sobre revisió extraordinària aprovades per la Junta de Facultat del dia 5 de maig de 2016, publicades al web de la Facultat:

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

PLAGI: L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat,...) que pugui conduir a una variació significativa de la qualificació d'un acte d'avaluació, es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació. Encas que es produeixin diverses irregularitats, la qualificació final de l'assignatura serà 0.

NOTA: La metodologia docent i l'avaluació proposades poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Participació a seminaris	10%	1	0,04	2, 3, 5, 6, 13, 14, 15, 16
Proves avaluables	74%	5	0,2	1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15
Treball de curs	16%	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 13, 14, 15, 16

Bibliografia

Adorno, Theodor. W. i Max Horkheimer (2005). *Dialéctica de la ilustración*. Madrid: Editorial Trotta. [Ed. original 1944]

Andrejevic, Mark (2007). *iSpy: Surveillance and power in the interactive era*. Lawrence: University Press of Kansas.

Andrejevic, Mark. 2009. Critical Media Studies 2.0: an interactive upgrade. *Interaccions: Studies in Communication and Culture*, 1 (1): 35-51.

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

Celis, Claudio (2017) *The Attention Economy: Labour, Time and Power in Cognitive Capitalism* Londres, Rowman & Littlefield International Ltd.

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

Fuchs, Christian (2017). *Social media: A critical introduction*. Londres: Sage.

- Goffman, Erving (2009). *Presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Editorial Amorrortu. [Ed. original: 1959]
- Hovland, Carl I., Arthur A. Lumsdaine i Fred D. Sheffield (1981). Efectos a corto a la largo plazo en el caso de los films de 'orientación' o 'propaganda'. Dins Miquel Moragas (ed.), *Sociología de la comunicación de masas. II: Estructura, funciones y efectos*, p. 111-126. Barcelona: Gustavo Gili, 2a ed. [Ed. original: 1949]
- Jay, Martin (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 Anthony Giddens i Jonathan Turner (ed.) *La teoría social hoy*, p. 112-157. Madrid: Alianza [Edició original: 1987]
- Katz, Elihu, Jay G. Blumler i Michael Gurevitch, M. (1986). Usos y gratificaciones de la comunicación de masas. Dins Miquel Moragas (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, Mark L., Judith A. Hall i Terrence G. Hogan (2014). *Nonverbal Communication in Human Interaction*. Wadsworth: Cengage Learning.
- Lazarsfeld, Felix i R. K. Merton (1986). Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada. Dins Miquel Moragas (ed.), *Sociología de la comunicación de masas. II Estructura, funciones y efectos*, p. 22-49. Barcelona: Gustavo Gili, 2a ed. [Ed. original: 1948]
- Lippman, Walter (2003). *La opinión pública*. Madrid: Langre. [Ed. original: 1922]
- Mattelart, Armand i Mattelart, Michèle (2005). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Moragas, Miquel (2011). *Interpretar la comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- Morley, David (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. *Sociedad y Utopía: Revista de Ciencias Sociales*, 29; págs. 19-36.
- Musarò, Pierluigi (2017). Mare Nostrum: the visual politics of amilitary-humanitarian operation in the Mediterranean Sea. *Media, Culture & Society*, 39 (1): 11-28.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1993). La espiral del silencio. La opinión pública y los efectos de losmedios de comunicación. *Comunicación y Sociedad, Vol. VI* (1-2): 9-28.
- Noëlle-Neumann, Elizabeth (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós. [Ed. original: 1984]
- Rui, Jian Raymond i Michael A. Stefanone (2016). The Desire for Fame: An Extension of Uses and Gratifications Theory. *Communication Studies*, 67 (4): 399-418.
- 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
- Smythe, Dallas (1983) "Las comunicaciones: "Agujero Negro" del marxismo occidental". A Giuseppe Richeri (ed.) *La televisión: entre servicio público y negocio*, G. Gili, Barcelona, págs: 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, John B. (2005). The New Visibility. *Theory, Culture & Society*, 22 (6): 31-51.

Walsh, Mihael J. i Stephanie A. Baker (2017). The Selfie and the transformation of the public-private distinction. *Information, Communication & Society*, 20 (8):1185-1203.

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

Programari

Aquesta assignatura no requereix el domini d'un programari específic més enllà del coneixement informàtic per a la redacció de treballs universitaris i per a la comunicació telemàtica.