

Teorías de la Comunicación

Código: 103862
Créditos ECTS: 6

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

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

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: No

Algún grupo íntegramente en español: No

Equipo docente

Alberto Cabello Hernández

Prerequisitos

No se requieren conocimientos específicos.

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, 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 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.
- Identificar las tradiciones comunicativas 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. 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. Describir la estructura de los medios de comunicación y sus dinámicas.
7. Diferenciar las especificidades de los lenguajes comunicativos escritos y audiovisuales.
8. Encontrar lo sustancial y relevante en documentos sobre teoría, estructura e historia de la comunicación en una tercera lengua.
9. Explicar la evolución de las tradiciones publicitarias contemporáneas internacionales.
10. Gestionar el tiempo de forma adecuada.
11. 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.
12. Identificar los fundamentos de las teorías y de la historia de la comunicación.
13. Identificar los fundamentos estructurales del sistema comunicativo.
14. 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.
15. Relacionar el análisis social y los impactos de las nuevas tecnologías de la comunicación.
16. Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.

Contenido

TEMARIO:

Introducción y planificación del curso. Presentación del programa.

Comunicación interpersonal.

Comunicación interpersonal no verbal.

Comunicación mediática. Inicio de la investigación en medios de comunicación.

Comunicación mediática. Paradigma funcionalista. Teoría experimental de la persuasión.

Comunicación mediática. Teoría crítica.

Comunicación mediática. Teoría de usos y gratificaciones.

Comunicación mediática. Teoría de la espiral del silencio.

Comunicación mediática. Medios de comunicación y construcción social de la realidad.

Comunicación mediática. Escuela de Birmingham/Economía política de la comunicación

Comunicación mediática. Acontecimientos mediáticos

Comunicación mediática. Teoría de la mediatización

Comunicación mediática. Economía de la atención/Posverdad.

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y actividades del seminario, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura. En caso de cambio de modalidad docente por razones sanitarias, el profesorado informará de los cambios que se producirán en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

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.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases magistrales	34	1,36	5, 12, 14, 15
Seminarios	15	0,6	5, 12, 14, 15, 16, 8
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	8	0,32	4, 16
Tipo: Autónomas			
Estudio personal y lecturas orientadas	67	2,68	4, 5, 10, 14, 8
Trabajos individuales y/o en equipo	18	0,72	1, 2, 3, 4, 5, 10, 16, 8

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), 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.

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.

Habrá de desarrollarse desde la perspectiva de las teorías analizadas en el marco de la asignatura. El profesorado de los seminarios aprobará, o no, la propuesta de ensayo académico y, si fuera necesario, daría las indicaciones necesarias para la reformulación del proyecto. Igualmente, el profesorado del seminario se encargará de tutorizar la realización del trabajo durante el curso.

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).

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) con una nota mínima de 5 puntos cada una. 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 a la profesora. 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. 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. 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.

El trabajo individual del seminario está excluido de la recuperación. El objetivo del trabajo, por parte del alumnado, es 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).

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. 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. 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 discrepancia 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 discrepancia 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-fir>

PLAGIO: El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad,...) que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de una actividad de evaluación, será calificado con 0 (cero) en ese acto. En caso de que se produzcan varias irregularidades, la calificación final de la asignatura será de 0 (cero).

NOTA: La metodología docente y la evaluación propuestas en este documento pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Participación en seminarios	10%	1	0,04	2, 3, 4, 5, 14, 15, 16, 8
Pruebas evaluables	74%	5	0,2	1, 2, 3, 4, 5, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16
Trabajo de curso	16%	2	0,08	1, 2, 3, 6, 4, 5, 7, 9, 12, 14, 15, 16, 8

Bibliografía

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 [Edición 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 a military-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 los medios 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, 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, 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.

Software

Esta asignatura no requiere el conocimiento de programas informáticos específicos más allá de los propios para la redacción de trabajos universitarios y para la comunicación telemática.