Universitat Autònoma de Barcelona

2023/2024

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

Idiomas de los grupos

Puede consutarlo a través de este enlace. Para consultar el idioma necesitará introducir el CÓDIGO de la asignatura. Tenga en cuenta que la información es provisional hasta el 30 de noviembre del 2023.

Equipo docente

Frederic Pahisa Fontanals

Marc Blasco Duatis

Lluis Reales Guisado

Prerrequisitos

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

- Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.
- Actuar en el ámbito de conocimiento propio valorando el impacto social, económico y medioambiental.
- Aplicar el pensamiento científico con rigor.
- Demostrar un conocimiento adecuado de la realidad socio-comunicativa de Cataluña en el contexto español, europeo y mundial.
- 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.
- 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.
- Introducir cambios en los métodos y los procesos del ámbito de conocimiento para dar respuestas innovadoras a las necesidades y demandas de la sociedad.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Usar una tercera lengua como forma de trabajo y expresión profesional en los medios de comunicación

Resultados de aprendizaje

1. Analizar críticamente los principios, valores y procedimientos que rigen el ejercicio de la profesión.
2. Aplicar el pensamiento científico con rigor.
3. Describir la estructura de los medios de comunicación y sus dinámicas.
4. Diferenciar las especificidades de los lenguajes comunicativos escritos y audiovisuales.
5. Encontrar lo sustancial y relevante en documentos sobre teoría, estructura e historia de la comunicación en una tercera lengua.
6. Explicar la evolución de las tradiciones publicitarias contemporáneas internacionales.
7. 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.
8. Identificar los fundamentos de las teorías y de la historia de la comunicación.
9. Identificar los fundamentos estructurales del sistema comunicativo.
10. Identificar situaciones que necesitan un cambio o mejora.
11. 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.
12. Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.
13. Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
14. Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
15. Relacionar el análisis social y los impactos de las nuevas tecnologías de la comunicación.

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.

Comuniación 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/Sexualización de la cultura

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	8, 11, 15
Seminarios y pruebas	15	0,6	8, 11, 15, 5
Tipo: Supervisadas			

Tutorías	8	0,32	
Tipo: Autónomas			
Estudio personal y lecturas orientadas	51	2,04	11, 5
Trabajos individuales y/o en equipo	18	0,72	2, 5

Evaluación

1. Evaluación continuada del alumnado de primera matrícula

Sistema de evaluación continua: dos pruebas (tipos test) + trabajo de curso + presentación lectura + participación en seminario.

1.1. Realización de dos pruebas tipo test (25% 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, en los seminarios, y en 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 de curso (30% de la calificación) en el seminario de la asignatura. El trabajo 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.

Tendrá que desarrollarse desde la perspectiva de las teorías analizadas en el marco de la asignatura. El profesorado del seminario aprobará, o no, la propuesta de ensayo académico, y, si hace falta, señalará las indicaciones necesarias para la reformulación del proyecto. Igualmente, el profesorado del seminario se encargará de tutorizar la realización del trabajo durante el curso.

1.3. Exposición oral en 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 con el contenido de las clases teóricas, uno de los ejes principales de las pruebas de la asignatura.

1.4. Participación en seminario (10% de la nota final). En el seminario se valorará la asistencia y la participación de los/las estudiantes.

Calificación final

Cada alumno/a tendrá que realizar, como mínimo, las dos pruebas (tipo test) y el trabajo de curso. Para aprobar la asignatura hay que superar obligatoriamente cada una de las dos pruebas (tipotest) con una nota mínima de 5 puntos cada una. Si una de las pruebas está suspendida, no hará media con el resto de calificaciones, la nota final de la asignatura será la de la prueba suspendida. En caso de que el alumno/a no se presente a una de las dos pruebas la nota final será «No evaluable». En caso de que el alumno/a tenga las dos pruebas suspendidas, la nota final será la media de las dos pruebas suspendidas.

En cuanto al trabajo de curso, en caso de que un alumno/a no tenga aprobada la propuesta, o no la presente, se considerará como «No evaluable». De acuerdo con este modelo de evaluación continuada para los alumnos de primera matrícula un «No evaluable» en el trabajo 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): 25%

-Prueba 2 (tipo test): 25%

-Trabajo de curso: 30%

-Exposición oral en seminario: 10%

-Participación en los seminarios: 10%

2. Evaluación del alumnado de segunda o más matrículas

Los alumnos de segunda o más matrículas podrán adscribirse a una (excluyendo la otra) de las siguientes modalidades de evaluación:

2.1. Evaluación continua -dos pruebas (tipos test) + trabajo de curso + exposición oral en seminario + participación en el seminario. El alumnado seguirá el mismo procedimiento de evaluación explicado al apartado 1 y lo tendrá que comunicar por correo electrónico al profesorado. 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). El alumnado 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 en conformidad con el Real Decreto 1393/2007, de 29 de octubre, modificado por el Real Decreto 861/2010 del 2 de julio. El alumnado que opte por esta modalidad podrá 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 realización del trabajo de curso ni por otras actividades.

Calificación final

La calificación de los alumnos adscritos al sistema de evaluación de una prueba final de síntesis será la nota de la prueba final.

3. Evaluación única

De acuerdo con la Normativa Académica de la UAB aprobada en Consejo de Gobierno el 7 de julio del 2022, uno/a estudiante puede solicitar la evaluación única en aquellas asignaturas que lo permitan. La solicitud de evaluación única supone la renuncia a la evaluación continuada. Para optar hay que presentar una solicitud motivada en el centro dentro de los plazos fijados anualmente (del 18 al 29 de septiembre de 2023). Excepcionalmente, en caso de una situación laboral o de salud sobrevenidas debidamente justificadas, el alumnado puede solicitar la evaluación única fuera de este plazo establecido.

El sistema de evaluación única de la asignatura está basado en los siguientes porcentajes:

A) 50% Prueba teórica tipo test. Tendrá que estar aprobada (5 o más) para superar la asignatura (condición indispensable).

B) 30% Realización de un trabajo individual de curso como el descrito al apartado 1.2.

C) 10% Exposición oral de una de las lecturas obligatorias del curso.

D) 10% Entrega de una tarea de análisis y reflexión individual por cada una de las lecturas del curso.

A (50%) + B (30%) + C (10%) + D (10%) = 100% Nota final de la asignatura

4. 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 una recuperación de las actividades de evaluación. Se podrán presentar los siguientes alumnos:

4.1. Alumnado de primera matrícula o más adscrito al sistema de evaluación continua - dos pruebas (tipos test) + trabajo de curso + participación al seminario-.

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades el peso de las cuales equivalga a un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura.

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 suspensas.

El trabajo de curso quedará 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 temporal reducido.

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

4.2 Alumnado de evaluación única

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades el peso de las cuales equivalga a un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura.

Solo se puede recuperar la prueba teórica tipo test si el alumno/a ha obtenido una nota inferior a 5.

El trabajo individual de curso no es recuperable y la nota obtenida (esté superado o no) formará parte de la media ponderada de la nota final.

La nota obtenida en las tareas de análisis y reflexión individual de cada una de las lecturas del curso formará parte de la media ponderada de la nota final. Solo en caso de suspender esta prueba y si el alumno así lo considera podrá optar a recuperarla con una prueba dela misma índole.

4.3. Alumnado de segunda o más matrículas adscrito 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).

5. Opciones para subir la calificación:

5.1. Tanto los alumnos que hayan optado por la evaluación continua como los que lo hayan hecho por la evaluación única y hayan aprobado las pruebas (tipo test) pueden presentarse a la prueba de recuperación para subir la nota. Lo pueden hacer presentándose a subir la calificación de una o de las dos pruebas. En todo caso el alumno/a tendrá que 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.

5.2. 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 tendrá que asumir los resultados, tanto si son positivos como negativos. La calificación final será la nota de la prueba de recuperación.

6. Revisión ordinaria de la calificación de las actividades de evaluación:

En caso de disconformidadcon la calificación de las diferentes actividades de evaluación, el alumnado tendrá derecho a la revisión ordinaria de estas actividades. Las pruebas test y de síntesis, la revisión ordinaria se hará con el profesor responsable del grupo. En el trabajo de curso, la exposición oral y la participación en el

seminario, 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 en el Campus Virtual de la UAB.

7. Revisión extraordinaria de la calificación final de la asignatura:

En caso de disconformidad con la calificación final de la asignatura, el alumnado tendrá derecho a solicitar la revisión extraordinaria. Tendrá que presentar, en el plazo de quince días naturales después de publicada la calificación final, una solicitud razonada en el 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 el web de la Facultad:

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

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

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Exposición oral en el seminario	10%	3	0,12	11, 14, 5
Participación en seminarios	10%	6	0,24	1, 11, 13, 15, 5
Pruebas evaluables	50%	5	0,2	2, 4, 6, 7, 8, 9, 11, 15
Trabajo de curso	30%	10	0,4	2, 3, 4, 6, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 5

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.

Fuchs, Christian (2020) *Communication and Capitalism. A Critical Theory*, London, University of Westminster Press

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 teoria 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, 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.

Wu, Tim (2020) *Comerciantes de atención. La lucha épica por entrar en nuestra cabeza* Madrid, Capitán Swing.

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.