

Teoría de la Comunicación

Código: 104765
Créditos ECTS: 6

2024/2025

Titulación	Tipo	Curso
2503868 Comunicación de las Organizaciones	FB	2

Contacto

Nombre: Jaume Soriano Clemente

Correo electrónico: jaume.soriano@uab.cat

Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

Prerrequisitos

No se requieren conocimientos específicos.

Objetivos y contextualización

La asignatura pertenece a la materia Comunicación y está calificada como fundamental en el grado de Comunicación de las Organizaciones. 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 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/as y perspectivas de análisis de la comunicación.

Los objetivos formativos generales de la asignatura son: 1) identificar las principales teorías del campo de la comunicación, las elaboraciones conceptuales y los enfoques teóricos que fundamentan su conocimiento; y 2) favorecer la reflexión crítica sobre el papel de los medios de comunicación en la sociedad y su relación con las organizaciones sociales.

Competencias

- Actuar en el ámbito de conocimiento propio evaluando las desigualdades por razón de sexo/género.
- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y de documento útil para la elaboración de mensajes.
- Demostrar un conocimiento adecuado del mundo contemporáneo en las dimensiones social, económica, política y cultural.

- Diferenciar las principales teorías relativas a la comunicación de las organizaciones, que fundamentan el conocimiento de la disciplina y sus diferentes ámbitos.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada y ser capaz de planificar tareas a corto, medio y largo plazos.
- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

Resultados de aprendizaje

1. Contrastar y verificar la veracidad de las informaciones aplicando criterios de valoración.
2. Definir los conceptos básicos de la comunicación.
3. Describir la estructura de los medios de comunicación y sus dinámicas.
4. Encontrar lo sustancial y relevante en documentos de la asignatura.
5. Exponer por escrito y oralmente la síntesis de los análisis realizados.
6. Identificar los fundamentos de las teorías y de la historia de la comunicación.
7. Interpretar y discutir documentos de las principales teorías de la comunicación.
8. Planificar y ejecutar trabajos académicos en el ámbito de la teoría, la historia y la estructura de la comunicación.
9. Presentar los trabajos de la asignatura en los plazos previstos y mostrando la planificación individual y/o grupal aplicada.
10. Proponer proyectos y acciones que incorporen la perspectiva de género.
11. Relacionar los sistemas de comunicación con la evolución cultural de la sociedad contemporánea.

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 de usos y gratificaciones

Comunicación mediática. Teoría crítica

Comunicación mediática. Teoría de *l'agenda setting*

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. 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.

Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases magistrales	30	1,2	2, 6, 11
Seminarios	13	0,52	7, 8, 5, 9
Tipo: Supervisadas			
Tutorías	19	0,76	1, 4, 8
Tipo: Autónomas			
Estudio personal y lecturas orientadas	65	2,6	1, 3, 6, 7, 8, 11, 9

La metodología docente se basará en clases teóricas, aprendizaje mediante la discusión, 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.

Evaluación

Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Participación en los seminarios	10	6	0,24	7, 8, 5, 9
Presentación oral de trabajos	10	3	0,12	5, 9
Prueba 1	25	2	0,08	2, 3, 4, 6, 5, 11
Prueba 2	25	2	0,08	2, 3, 4, 6, 5, 11
Trabajo individual de curso	30	10	0,4	1, 4, 7, 8, 10, 9

Evaluación

A.- Evaluación continuada

La evaluación continuada de la asignatura consta de las actividades y los porcentajes siguientes:

1. Dos exámenes parciales (formato tipo test) sobre los contenidos teóricos, cada uno de los cuales representa el 25% de la calificación final. Si se aprueban, ambos exámenes son liberatorio de materia.

Para superar la asignatura, se tienen que aprobar (Nota mínima: 5) obligatoriamente los dos exámenes parciales (condición indispensable). Si no se hace uno de los dos exámenes, la calificación final será "no evaluable".

2. Realización de un trabajo de curso en el seminario de la asignatura, que representará el 30% de la calificación.

Al inicio del curso el profesorado del seminario dará las indicaciones para la realización y evaluación del trabajo, junto con el calendario. Igualmente, el profesorado del seminario se encargará de tutorizar la realización del trabajo durante el curso y de evaluarlo.

La realización y presentación del trabajo es obligatoria. En caso de que uno/una estudiante no lo presente, se considerará como «No evaluable». Dado que la asignatura tiene un modelo de evaluación continuada, el «No evaluable» en el trabajo de curso representará también un «No evaluable» en la asignatura.

3. Exposición oral a los seminarios, 10%. A los seminarios se presentarán y debatirán lecturas obligatorias. Estas lecturas están planificadas para favorecer el aprendizaje del alumnado 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 los exámenes parciales.

4. Asistencia a los seminarios, 10% de la nota final

Recuperación

Los dos exámenes son recuperables: no hay nota mínima para ir a la recuperación pero es imprescindible haber hecho la prueba (el parcial o los parciales correspondientes). La recuperación consistirá en una prueba tipo test. Si no se hace uno de los dos exámenes parciales, la calificación final será "no evaluable".

En el supuesto que no se supere uno de los dos exámenes parciales, la calificación definitiva de la asignatura será la que se obtenga en este examen (o la media, si quedan ambos suspensos).

Las actividades de evaluación desarrolladas en los seminarios (trabajo, exposición y asistencia) no serán recuperables.

B.- Evaluación única

La evaluación única de la asignatura consta de las actividades y los porcentajes siguientes:

1. Control de conocimientos: 50% - Prueba teórica (tipo test) sobre los contenidos teóricos y las lecturas obligatorias de la asignatura. Para superar la asignatura se tiene que aprobar obligatoriamente la prueba teórica (condición indispensable).

2. Realización y entrega de un trabajo individual de curso: 30%.

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

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

Recuperación

El control de conocimientos o prueba teórica final es recuperable. Para ir a la recuperación, no hay nota mínima pero es imprescindible haber hecho la prueba. La recuperación consistirá en unapueba tipo test. En el supuesto que no se supere, la calificación de la asignatura será la que se obtenga en este examen.

Las actividades 2, 3 y 4 no son recuperables.

C.- Alumnado a partir de segunda matrícula

A partir de la segunda matrícula el alumnado puede elegir entre evaluación continuada (descrita más arriba) o evaluación por prueba de síntesis mediante un examen final (tipo test) y con opción de recuperación (no hay nota mínima, es imprescindible haber hecho el examen para optar a recuperación). La calificación de la asignatura corresponderá a la calificación de la prueba de síntesis. En el supuesto que no se supere la recuperación del examen final, la calificación definitiva de la asignatura será la que se obtenga en este examen (recuperación).

Se entenderá que el alumnado a partir de la segunda matrícula que no comunique explícitamente por correo electrónico y en el plazo anunciado a principio de curso su opción de evaluación hará la prueba de síntesis.

CALENDARIO

Las fechas de las actividades de evaluación y de recuperación serán anunciadas el día de presentación de la asignatura. La información también estará disponible en el Campus Virtual.

Plagio

En caso de que el alumnado realice cualquier irregularidad que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación, con independencia del proceso disciplinario que se pueda instruir. En caso de que se produzcan varias irregularidades en los actos de evaluación de una misma asignatura, la calificación final de esta asignatura será 0.

REVISIÓN DE LAS CALIFICACIONES

Revisión ordinaria de la calificación de las actividades de evaluación:

En caso 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 profesorado responsable del grupo correspondiente de teoría. En el trabajo y de curso y la participación y la asistencia al 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.

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 la publicación de la calificación final, una solicitud razonada en el decanato de la Facultad de Ciencias de la Comunicación y entregarla a 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, modificadas el 14 de mayo de 2019 y el 3 de marzo de 2023, y publicadas en el web de la Facultad:

<https://www.uab.cat/web/estudiar/graus/informacio-academica/avaluacio/revisio-extraordinaria-de-la-qualificacio>

Bibliografía

Altheide, David. 2014. *Media Edge. Media Logic and Social Reality*. Nueva York: Peter Lang.

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

- Austin, John L. 1971. *Palabras y acciones: Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós. [Ed. original: 1962]
- Berry, David M. 2014. *Critical theory and the digital*. Nova York: Bloomsbury Academic.
- Bonynton, GR i Glen W. Richardson Jr, G. 2016. "Agenda setting in the twenty-first century". *New Media & Society*, 18(9): 1916-1934.
- Celis Bueno, Claudio 2017 *The Attention Economy: Labour, Time and Power in Cognitive Capitalism* Londres, Rowman & Littlefield International Ltd.
- Curran, James, Michael Gurevitch i Janet Wollacot, eds. 1981. *Sociedad y comunicación de masas*. México: Fondo de Cultura Económica. [Ed. original: 1947]
- Curran, James, David Morley i Valerie Walkerdine, comps. 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 2020 *Communication and Capitalism: A Critical Theory*. University of Westminster Press
- Goffman, Erving. 2009. *Presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Editorial Amorrortu. [Ed. original: 1959]
- Jay, Martin. 1974. *La imaginación dialéctica. Historia de la Escuela de Frankfurt y el Instituto de Investigación Social (1923-1950)*. Madrid: Taurus. [Ed. original: 1973]
- Knapp, Mark L., Judith A. Hall i Terrence G. Hogan. 2014. *Nonverbal Communication in Human Interaction*. Wadsworth: Cengage Learning.
- Lippman, Walter. 2003. *La opinión pública*. Madrid: Langre. [Ed. original: 1922]
- McCombs, Maxwell. 2006. *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento*. Barcelona: Paidós. [Ed. original: 2004]
- Moragas, Miquel. 2011. *Interpretar la comunicación*. Barcelona: Gedisa.
- Morley, David. 1996. *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu. [Ed. original: 1992]
- Muñoz López, Blanca. 2007. "De las industrias culturales a los circuitos culturales. La metamorfosis de un proceso ideológico". *Sociedad y Utopía. Revista de Ciencias Sociales*, 29: 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.
- Noëlle-Neumann, Elisabeth. 1995. *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós. [Ed. original: 1984]
- 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.
- Nothias, Toussaint. 2018. "How Western Journalists Actually Write About Africa. Reassessing the myth of Representations of Africa". *Journalism Studies*, 19 (8):1138-1159.
- Rosenberry, Jack i Lauren A. Vicker. 2017. *Applied Mass Communication Theory: A Guide for Media Practitioners*. ProQuest Ebook Central, <https://ebookcentral-proquest-com.are.uab.cat/lib/UAB/reader.action?docID=4862639> (Consulta: 15-06-2018).
- 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.

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

Thompson, John B. 2020. "Mediated Interaction in the Digital Age". *Theory, Culture and Society* Vol. 37(1):3-28.

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 1987 *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas* Barcelona, Ediciones 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.

Lista de idiomas

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(SEM) Seminarios	71	Catalán	primer cuatrimestre	tarde
(SEM) Seminarios	72	Catalán	primer cuatrimestre	tarde
(TE) Teoría	7	Catalán	primer cuatrimestre	tarde