

TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

CURSO: PRIMERO

SEMESTRE: PRIMERO

TIPO: FORMACIÓN BÁSICA

CRÉDITOS: 6

IDIOMA: CASTELLANO

DOCENTE: [DRA. MONTSERRAT BLANCH](#)

OBJETIVOS:

Esta asignatura trata de ofrecer una síntesis de las **distintas visiones** que han intentado explicar el fenómeno de la **comunicación**: en qué consiste, quién participa, y en qué maneras afecta a quienes participan.

En concreto, se va a ocupar de profundizar en el conocimiento sobre la **comunicación de masas** como base para comprender la evolución hacia los actuales entornos en los que la comunicación se da de forma **hipermediada**.

De este modo, se busca ampliar la comprensión del estudiante sobre la estructura de las comunicaciones y hechos comunicativos del presente, y así dotarle de herramientas para desarrollar sus propias propuestas comunicativas.

COMPETENCIAS:

GENÉRICAS

- 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 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.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Desarrollar habilidades lingüísticas y expresarse de forma adecuada y convincente en las diferentes situaciones de comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad y en inglés.
- Trabajar dentro de contextos respetuosos con los derechos humanos, la igualdad de género y las diferencias culturales e integrar estos valores en su desempeño profesional.

ESPECÍFICAS

- Diseñar, planificar y gestionar identidades corporativas y los elementos gráficos y visuales que se han de aplicar en campañas de marketing y publicidad.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

- Analiza los procesos y estructuras de la comunicación.
- Maneja los principales modelos que interpretan el proceso comunicativo.
- Utiliza eficazmente las herramientas de comunicación en medios convencionales y no convencionales.
- Reconoce el papel de servicio público de los medios de comunicación.
- Identifica sus propias necesidades formativas en su campo de estudio y entorno laboral o profesional y organiza su propio aprendizaje con un alto grado de autonomía en todo tipo de contextos (estructurados o no).

CONTENIDOS:

PARTE I

TEMA 1: TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN: bases

- ¿Para qué estudiar teoría de la comunicación?
- El carácter interdisciplinar de los estudios en comunicación
- El hecho comunicativo: comunicación e información
- Elementos de la comunicación
- Evolución de la comunicación y los medios para la comunicación

TEMA 2: DE LOS MEDIOS DE MASAS A INTERNET: análisis de medios

- La prensa
- El cine
- La radio
- La televisión
- Internet

TEMA 3: CONTEXTOS SOCIALES DE LA COMUNICACIÓN: de la sociedad de masas a la sociedad red.

- Definición del concepto Sociedad de Masas. Nacimiento y evolución.
- Definición del concepto Sociedad de la información
- Definición del concepto Sociedad del espectáculo
- Definición del concepto Sociedad red. Nacimiento y evolución.
- Cultura de masas y Cultura hipermediada. Apocalípticos e Integrados (Umberto Eco)
- Conceptos de reproductibilidad técnica e hiperreproductibilidad técnica (Walter Benjamin)

PARTE II

TEMA 4: PARADIGMA INFORMACIONAL

- Teoría de la información
- Teoría del broadcasting

TEMA 5: PARADIGMA EMPÍRICO ANALÍTICO

- La Mass Communication Research

- Los medios todopoderosos: el modelo de Lasswell
- Teorías de los efectos limitados: teoría de los dos pasos y teoría de usos y gratificaciones
- Teoría del *agenda setting*
- Teoría de la espiral del silencio
- Funciones de los medios de comunicación

TEMA 6: PARADIGMA CRÍTICO

- Escuela de Frankfurt – 1ª ola
- Escuela de Frankfurt – 2ª ola
- Modelo de la economía política de la comunicación

TEMA 7: PARADIGMA SEMIÓTICO-DISCURSIVO

- Qué es un signo
- Modelo dual de Saussure
- Modelo triádico de Pierce. Conceptos de icono, índice y símbolo
- Concepto de obra abierta y obra cerrada (Umberto Eco)
- La retórica de la imagen (Barthes).
- El relato publicitario audiovisual: bases para un análisis narrativo.

TEMA 8: PARADIGMA INTERPRETATIVO-CULTURAL

- Perspectiva interpretativa
- Interaccionismo simbólico

TEMA 9: TEORÍAS HIPERMEDIÁTICAS PARA ENTORNOS HIPERMEDIÁTICOS

- Teorías hipermediáticas: Ecología de los medios y Teoría transmedia

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Dentro de un marco de evaluación continua, la nota de la materia se calculará a partir de los siguientes porcentajes de **actividades**:

- **2 pruebas parciales: 50%** (15% el primero y 35% el segundo).
Obligatorias. Recuperables con condicionantes.
- **Actividades individuales: 20%** (2 ensayos de entre 3 y 5 páginas; 10% cada ensayo). Recomendables. No recuperable.
- **Portfolio: 10%**. Obligatorio y recuperable.
- **Trabajo en grupo: 20%**. Obligatorio y recuperable.

La calificación mínima a partir de la cual se tendrá en cuenta la puntuación obtenida en las actividades individuales será de 4. La calificación mínima a partir de la cual se considerará aprobado cualquiera de los elementos obligatorios de la materia (portfolio, trabajo de grupo y parciales) será de 5. La suma global para aprobar la materia ha de ser de 5. Es decir, el alumno tendrá que compensar las notas más bajas (por ejemplo, si el trabajo de grupo no ha salido tan bien) con

mayor esfuerzo en otras áreas. Tanto en el caso del trabajo de grupo como de las actividades individuales y el portfolio, los estudiantes tendrán que tener en cuenta los criterios expuestos en las **rúbricas (en un documento aparte)**.

A parte, para subir nota se podrá realizar una **actividad voluntaria** (a determinar por la profesora). Este ejercicio se valorará sobre 10 y aportará un 10% extra sobre la calificación global siempre y cuando dicha nota media sea de aprobado (5,0).

Al margen, la profesora también evaluará la actitud, implicación y progresión del alumno durante todo el semestre, basándose, principalmente, en su participación en clase. Por supuesto, dicho último punto, como el resto, podrá ser evaluado positiva o negativamente y se verá reflejado en la nota final.

Con respecto a la posibilidad de presentarse a **complementaria o recuperación**, es preciso señalar que para aprobar la materia el alumno podrá presentarse y repetir las dos pruebas parciales, siempre y cuando tenga presentados y aprobados el trabajo en grupo y el portfolio, los cuales son recuperables. Las actividades individuales no son obligatorias pero sería recomendable que el alumno las realizara y las aprobara. La prueba de complementaria tendrá lugar el día 7 de Febrero en el horario habitual de clase.

*Cabe apuntar que los alumnos deberán prestar especial atención a la ortografía tanto en las pruebas presenciales como en las actividades que presenten. Cada

falta de ortografía, incluyendo acentos, bajará 0,1 puntos y cada falta de puntuación (comas, puntos, puntos y coma, etc.), 0,05.

METODOLOGÍA:

La asignatura es presencial y combina los conocimientos teóricos con su puesta en práctica. A lo largo de las sesiones de clase, el profesor expondrá contenidos del programa mediante el uso de diferentes metodologías de aprendizaje, además de efectuar actividades formativas en grupo para complementar y poner en práctica los conocimientos adquiridos.

Asimismo, se recomienda al alumno que dedique unas horas de trabajo personal a la materia todas las semanas para poder ir consolidando los conocimientos adquiridos en cada uno de los temas. Este trabajo personal se dará a través de la realización de las actividades obligatorias prescritas, así como a través del repaso de los aspectos teóricos tratados en clase y su complemento con la bibliografía y referencias recomendadas y complementarias.

BIBLIOGRAFIA BÁSICA:

Aguado, J.M. (2004). *Introducción a las Teorías de la Comunicación y la Información*. Murcia: Universidad de Murcia.

Bretones, M. T. (2004). *Los medios de comunicación: desarrollo y tipos*. Barcelona: Universidad de Barcelona.

Cardoso, G. (2012). *Los medios de comunicación en la Sociedad en Red*.
Barcelona: UOC Publishing. (Biblioteca Virtual ESERP)

Cloutier, J. (2001). "Capítulo 3: Historia de la comunicación" En Aparici, R.
(2001). *Conectados al ciberespacio*. Madrid: UNED. (Biblioteca Virtual ESERP)

Estrada Alsina, A. y Rodrigo Alsina, M. (2010). *Teories de la comunicació*.
Barcelona: Oberta UOC Publishing. (Biblioteca Virtual ESERP)

Fau, M.E. (2014). *Diccionario básico de Semiología*. Buenos Aires: La Bisagra.
(Biblioteca Virtual ESERP)

Galeote Muñoz, P. (2012). *Teoría de la comunicación mediática*. Valencia: Tirant
lo Blanch (Biblioteca Virtual ESERP)

Matterlart, A. y Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*.
Barcelona: Paidós Comunicación.

Scolari, C.A. (2015). *Ecología de los medios*. Barcelona: Gedisa.

— (2008). *Hipermediaciones*. Barcelona: Gedisa.

BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA:

- Boni, F. (2008). *Teorías de los Medios de Comunicación*. Barcelona:
Paidós.

- Benjamin, W. (2003). [1936] *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica*. México D.F.: Itaca.
- Castells Oliva, M. (2000). Internet y la sociedad red. *Conferencia de presentación del programa de Doctorado sobre la Sociedad de la Información y el Conocimiento*. Universitat Oberta de Catalunya.
- De Fleur, M. L. y Ball-Rokeach, S. (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Eco, U. (1993). *Apocalípticos e integrados*. Madrid: Lumen.
- García Avilés, J.A. (2015). *Comunicar en la sociedad red: teorías, modelos y prácticas*. Barcelona: UOC.
- García Jiménez, L. (2007). *Las Teorías de la Comunicación en España: un mapa sobre el territorio de nuestra investigación (1980-2006)*. Editorial Tecnos.
- Hall, S. (2004). [1973]. "Codificación y descodificación en el discurso televisivo". En *CIC (Cuadernos de Información y Comunicación)*, 9, 210-236. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/view/8162>
- Horkheimer, M. y Adorno, T. (1988). La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas. En Horkheimer, M. y Adorno, T. (1988). *Dialéctica del Iluminismo*. Recuperado de https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/adorno_horkheimer.pdf
- Lazarsfeld, P.F., Berenson, B., Gaudet, H. (1962). *The people's choice. How the voter make up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press. Recuperado de

<https://archive.org/stream/in.ernet.dli.2015.276929/2015.276929.The-Peoples#page/n0/mode/2up>

- Lippman, W. (2013). [1922]. *La opinión pública*. Madrid: Langre.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- McCombs, M. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. En Bryant, J. y Zillmann, D. (1996). *Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós.
- McLuhan, M. (2008). *La Galaxia Gutenberg: génesis del homo typographicus*. Barcelona: Círculo de Lectores.
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Neumann, E.N. (2010). *La espiral del silencio*. Madrid: Espasa.
- Nicolás Ojeda, M.A. y Grandío Pérez, M.M. (2012). *Estrategias de comunicación en redes sociales*. Barcelona: Gedisa.
- Rodrigo Alsina, M. (1995). *Los modelos de la comunicación*. Recuperado de http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/20_esp.pdf
- — (2001). *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona [etc.]: Aldea global.
- Watzlawick, P. et al. (1995). *Teoría de la comunicación humana*. Barcelona: Herder.

RÚBRICAS

- a) Rúbrica para evaluar las actividades de análisis:

	9	8,9-7	6,9-5	4,9-0
Grado de Reflexión	El alumno presenta reflexiones personales, complejas y elaboradas.	Reflexiones personales y moderadamente complejas.	Reflexiones personales pero simples.	Ideas sueltas sin hilar.
Relación con los contenidos estudiados	Relaciona fluidamente y de forma muy pertinente.	Relaciona moderadamente fluido y de forma pertinente.	Relaciona de forma ocasional, aunque no siempre de forma pertinente.	No relaciona.
Cita fuentes informativas	Asocia fluidamente y de forma pertinente textos de referencia con sus reflexiones. Siempre cita sus fuentes informativas correctamente.	Asocia con moderada fluidez y pertinencia textos de referencia con sus reflexiones. Casi siempre cita correctamente sus fuentes.	Asocia de forma esporádica, pero de forma pertinente, textos de referencia con sus reflexiones. Alguna vez cita correctamente sus fuentes.	Las asociaciones no son pertinentes o no están integradas. No cita sus fuentes.
Redacción	Redacción clara (respeta coherencia, cohesión y adecuación)	Redacción generalmente clara.	Redacción poco clara.	Redacción muy mejorable.
Presentación	Trabajo ordenado, puntual y muy atractivo	Trabajo generalmente ordenado, puntual y atractivo.	Trabajo ordenado y atractivo a un nivel básico. Generalmente puntual.	Trabajo desordenado y poco atractivo. Impuntual.

b) Rúbrica para evaluar el trabajo en grupo:

	9	8,9-7	6,9-5	4,9-0
Reflexión	Los alumnos presentan reflexiones personales, complejas y elaboradas.	Reflexiones personales y moderadamente complejas.	Reflexiones personales pero simples.	Ideas sueltas sin hilar.
Relación con los conceptos estudiados.	Relacionan fluidamente y de forma muy pertinente.	Relaciona moderadamente fluido y de forma pertinente.	Relaciona de forma ocasional.	No relaciona.
Cita fuentes informativas	Asocia fluidamente y de forma pertinente textos de referencia con sus reflexiones. Siempre cita sus fuentes informativas correctamente.	Asocia con moderada fluidez y pertinencia textos de referencia con sus reflexiones. Casi siempre cita correctamente sus fuentes.	Asocia de forma esporádica, pero de forma pertinente, textos de referencia con sus reflexiones. Alguna vez cita correctamente sus fuentes.	Las asociaciones no son pertinentes o no están integradas. No cita sus fuentes.
Exposición	Aspectos visuales muy claros y atractivos. Exposición textual (oral/escrita) muy adecuada.	Aspectos visuales moderadamente claros y atractivos. Exposición textual bastante adecuada.	Aspectos visuales algo claros o atractivos, aunque mejorable. Exposición textual poco clara. Mejorable.	Aspectos visuales confusos, poco trabajados. Muy mejorable. Exposición textual confusa, poco trabajada. Muy mejorable.
Desempeño en el grupo (coevaluación)	Ha desempeñado perfectamente su papel.	Ha desempeñado bastante bien su papel.	Ha aportado algo.	No ha hecho nada.
Desempeño personal	Su parte de trabajo está perfectamente realizada.	Su parte del trabajo está bastante bien realizada.	Su parte del trabajo es suficiente. Aunque mejorable.	Su parte del trabajo no está realizada o es muy mejorable.

c) Rúbrica para evaluar el portfolio:

Puntuación	9	8,9-7	6,9-5	4,9-0
Actividades individuales aprobadas	Todas (8)	Casi todas (7 o 6)	Algunas (5 o 4)	>3
Aporte individual en el Trabajo de grupo	El alumno ha especificado toda su aportación al trabajo del grupo atendiendo perfectamente a todos los plazos (los 4 plazos).	El alumno ha especificado casi toda su aportación al trabajo del grupo y ha llegado puntual a casi todos los plazos (3 de los 4 plazos).	El alumno ha especificado parte de su aportación al trabajo del grupo y ha llegado a la mitad de los plazos puntual (2 plazos).	El alumno no ha especificado su aportación al trabajo de grupo o no ha cumplido los plazos.
Actividades de clase	El alumno refleja el total de actividades realizadas en clase (27 sesiones).	El alumno refleja casi todas las actividades realizadas en clase (26-25 sesiones).	El alumno refleja parte de las actividades realizadas en clase (24-23 sesiones).	El alumno no refleja un mínimo de las actividades realizadas en clase (> 22 sesiones).
Enriquecimiento sobre el trabajo de clase	El alumno enriquece siempre el contenido de clase.	El alumno generalmente enriquece el contenido de clase.	El alumno enriquece ocasionalmente el contenido de clase.	El alumno no enriquece el contenido de clase.
Evolución en la reflexión	Evolución muy positiva.	Evolución bastante positiva.	Evolución suficiente.	Evolución pobre o insuficiente.
Presentación	Trabajo ordenado, puntual y muy atractivo.	Trabajo generalmente ordenado, puntual y atractivo.	Trabajo ordenado y atractivo a un nivel básico. Generalmente puntual.	Trabajo desordenado y poco atractivo. Impuntual.

CUADRO DE COMPETENCIAS

Actividad	Evaluación	Competencias y RA que se evalúan	Condicionante	Dedicación
Actividad 1: El estudiante tendrá que escribir un ensayo corto (4-5 páginas) sobre un tema que le será dado y en el que tendrá que demostrar haber entendido los conocimientos adquiridos en los temas 1, 2 y 3 y su capacidad reflexiva a partir de estos.	10%	CB1, CB3, CB5; CG1, CG3; R1 y R2	Individual Recomendable, pero no obligatoria Se tendrá en cuenta la nota a partir de 4 No recuperable	10 horas
Actividad 2: El estudiante tendrá que escribir un ensayo corto (4-5 páginas) sobre un tema que le será dado y en el que tendrá que demostrar haber entendido los conocimientos adquiridos en los temas 4, 5, 6, 7, 8 y 9, así como su capacidad reflexiva a partir de estos.	10%	CB1, CB3, CB5; CG1, CG3; R1 y R2	Individual Recomendable, pero no obligatoria Se tendrá en cuenta la nota a partir de 4 No recuperable	10 horas
Portafolio Digital: Trabajo en el que el estudiante aglutinará elementos para su evaluación continua. Entre estos, las fichas y comentarios de texto del dossier de lecturas de la materia (que se trabajan en casa), así como las actividades realizadas en clase pasadas a limpio.	10%	CB1, CB3, CB5; CG1, CG3; CE2; R1, R2, R6, R11 y R16	Individual Obligatoria Se tendrá en cuenta la nota a partir de 5 Recuperable	15 horas
Trabajo de grupo: Análisis de un proceso comunicativo concreto relacionado con el área de la publicidad y el marketing en Internet o en las redes sociales (por ejemplo, el análisis de la identidad corporativa de una marca en Twitter, alguna campaña transmedia, etc.). Analizar aplicando los modelos teóricos estudiados durante el curso y proponer mejoras sobre la propuesta comunicativa inicial.	15%	CB1, CB3, CB4, CB5; CG1, CG3; CE2; R1, R2, R6, R11 y R16	En equipos de 3 personas Obligatorio tener aprobado tanto el trabajo como la exposición Se tendrá en cuenta la nota a partir de 5 Recuperable tanto el trabajo como la exposición	25 horas
Exposición oral: Los alumnos expondrán ante los compañeros los resultados de su análisis.	5%			
Parcial 1: Contenidos y casos prácticos de análisis.	15%	CB1, CB3, CB4, CB5; CG1, CG3; CE2; R1, R2, R11 y R16	Recuperable en complementaria siempre y cuando el estudiante haya efectuado el correcto seguimiento del resto de la evaluación	20 horas
Parcial 2: Contenidos y casos prácticos de análisis.	35%		Recuperable en complementaria siempre y cuando el estudiante haya efectuado el correcto seguimiento del resto de la evaluación	20 horas
HORAS DE CLASE:				60
TOTAL HORAS DEDICACIÓN:				160