

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
NombreCompleto	Teorías de la Comunicación
Código	E000004537
Título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
Impartido en	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Segundo Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0
Carácter	Obligatoria (Grado)
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Responsable	Dr. Pedro Macías
Horario	Según conste en la web de la universidad
Horario de tutorías	Se comunicará al inicio de la asignatura
Descriptor	(PUBLI) Introducción a la historia, utilización, valor y aplicación de las diferentes teorías, modelos y metodologías que tienen o han tenido como objeto de estudio las dinámicas de comunicación. Estudio de las áreas generales de la cultura y la comunicación contemporáneas, prestando una especial atención a los nuevos medios y su influencia en la constitución de nuevas concepciones de la cultura de masas y la modernidad, así como en la transformación de las modernas industrias culturales, del ocio y del entretenimiento.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Pedro Macías Rodríguez
Departamento / Área	Departamento de Ciencias de la Comunicación
Correo electrónico	pmacias@cesag.comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
Aportación al perfil profesional de la titulación
Cursar Teorías de la Comunicación te ayudará a tener una preparación para desarrollar tu tarea como profesional de la Comunicación desde la rigurosidad, la responsabilidad social, la ética y el compromiso. Te dotará de los instrumentos necesarios para comprender cómo funciona el proceso de la transmisión de la información hacia la audiencia y sus repercusiones sociales. Por otro lado, te preparará para ser crítico y poder reflexionar sobre los aspectos inherentes al mundo de la comunicación.



Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG08	Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.
CG12	Reflexionar críticamente sobre la influencia que tienen los medios de comunicación en la sociedad, desarrollando sus funciones de formar, informar y entretener.
CG13	Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional.
CG14	Conocer la ética y la deontología del profesional de la comunicación así como su ordenamiento jurídico, tanto en lo referente a la práctica profesional como a los límites de la libertad de expresión y las circunstancias prácticas.

TRANSVERSALES

CT04	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.
CT05	Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.
CT10	Conocer y respetar la diversidad y la multiculturalidad.

ESPECÍFICAS

CE04	Saber ejercer como profesional, cumpliendo las funciones y resolviendo problemas, en una agencia publicitaria, en la relación con el cliente o con cualquier otro agente implicado en el proceso, y como responsable del área de comunicación de un organismo o empresa.
-------------	--

Resultados de Aprendizaje

RA1	Conocer el estado de la producción audiovisual contemporánea y de su evolución histórica reciente y comprender sus diferentes parámetros (políticos, económicos, culturales, estéticos...).
RA2	Analizar los diferentes relatos audiovisuales y formatos hipertextuales
RA3	Valorar los distintos productos audiovisuales desde un punto de vista estético.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

BLOQUE 1:

1. Origen y evolución de la comunicación
 - a. Competencia comunicativa
 - b. El proceso informativo
 - c. El proceso comunicativo
 - d. Comunicación humana
 - e. Comunicación social

BLOQUE 2:

2. Desarrollo de la comunicación social
 - a. Diferencias entre medio de comunicación y medio de información
 - b. Funciones de los medios de información
 - c. Breve historia de los medios de comunicación y de información tradicionales
 - d. Modelos informativos tradicionales
 - e. El Modelo actual: la sociedad en red

BLOQUE 3:

3. Comunicación y cultura
 - a. Comunicación social y discurso de masas (hacia el infoentretenimiento)
 - b. La cultura digital

BLOQUE 4:

4. Comunicación y política
 - a. La información pública como derecho fundamental
 - b. El control de los medios de información
 - c. Perros guardianes y traidores
 - d. El desarrollo del marketing político
 - e. Esfera pública y sociedad en red

BLOQUE 5:

5. Comunicación y economía
 - a. Tendencias de los medios tradicionales
 - b. La economía en internet: ciberneoliberalismo

BLOQUE 6:

6. Información y desinformación
 - a. Disfunciones de los medios de información

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Interacción profesor-estudiante (Presencial/on-line)

Centradas en el profesor

Clases teóricas

Clases prácticas

30%

Centradas en el estudiante

Seminarios

Exposición trabajos

Actividad evaluativa

10%

Trabajo autónomo del estudiante (No presencial)

Estudio y trabajo individual

Estudio teoría

Preparación trabajos

Preparación actividad evaluación

60%

Estudio y trabajo en grupo

-

0%

Para superar la asignatura es necesario que el alumno tenga todas las partes de las actividades de evaluación aprobadas con al menos un 5 sobre 10.

La no entrega de las actividades de evaluación en los tiempos definidos por el profesor acarreará la calificación de NO PRESENTADO.

Se hará al menos un examen final, aunque cabrá la posibilidad de realizar un examen parcial eliminatorio de materia, cuyo peso sobre la nota equivaldrá proporcionalmente al número de temas que en él aparezcan.

La participación se evaluará a partir de la puesta en común de las lecturas obligatorias y de las intervenciones en clase.

Se tendrá especial cuidado en todo lo referente a la ORIGINALIDAD de los trabajos presentados y a la adecuada citación y utilización correcta de las fuentes documentales.

La participación y la asistencia a las clases presenciales es esencial para la consecución de los objetivos

competenciales de la materia. Tal y como señala el Reglamento General de la Universidad, la falta de asistencia a más de un tercio de las clases presenciales causará la pérdida del derecho a examen en las convocatorias ordinarias y extraordinaria, provocando que el alumno tenga que repetir la materia y asistir a las clases presenciales en el siguiente curso.

Las falta de competencia lingüística en el idioma en el que se realicen las pruebas de evaluación podrá ser motivo de suspenso (faltas de sintaxis, de léxico y de ortografía).

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	
60,00	
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
90,00	
CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)	

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Pruebas examinatorias	El alumno deberá superar esta parte con al menos un 5 sobre 10 Si el alumno no supera esta parte la podrá recuperar durante la segunda convocatoria del período en el que esté matriculado	50 %
Varios trabajos vinculados al contenido de la asignatura	El alumno deberá superar esta parte con al menos un 5 sobre 10 Si el alumno no supera esta parte la podrá recuperar durante la segunda convocatoria del período en el que esté matriculado	35 %
	El alumno deberá superar esta parte con	



Participación en las actividades propuestas por el profesor (lecturas, foros...)	al menos un 5 sobre 10 Si el alumno no supera esta parte NO la podrá recuperar durante la segunda convocatoria del período en el que esté matriculado	15 %
--	--	------

PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Entrega de trabajos	Al finalizar el tema correspondiente	El profesor la comunicará en clase
Exámenes	Al finalizar el temario correspondiente	Durante la prueba examinatória

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

- BENITO, A. (1995). La invención de la actualidad. Técnicas usos y abusos de la información, Madrid: Fondo de Cultura Económica de España
- CASTELLS, M (2006). La Sociedad en Red: una visión global. Madrid: Alianza
- CASTELLS, M (2009). Comunicació i poder. Barcelona: Editorial UOC
- CASTELLS, M. (2012), Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de Internet. Madrid, Alianza Editorial.
- CHOMSKY, N., RAMONET, I. (2011): Cómo nos venden la moto. Barcelona: Icaria
- DAHLBERG, Lincoln (2001). "The Internet and Democratic Discourse: Exploring The Prospects of Online Deliberative Forums Extending the Public Sphere". Information, Communication and Society Vol. 4 (4)
- DAHLGREN, Peter (2000). "The Internet and the Democratization of Civil Culture. Political Communication
- DEAN, Jodi (2003). "Why the Net is not a Public Sphere", Constellations Vol. 10, Oxford: Blackwell Publishing
- DEUZE, Mark (2005). "What it journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered". Journalism 6
- FUCHS, Christian (2009). "Information an Communication Technologies and Society: A Contribution to the Critique of the Political Economy of the Internet". European Jorunal of Communication, pp. 24:69
- HABERMAS, Jürgen (1992). "Further reflections on the Public Sphere", en CALHOUN C. (ed.) Habermas and the Public Sphere, pp 73:98. Cambridge: The MIT Press
- JENKINS, Henry, DEUZE, Mark (2008). "Convergence Culture". Convergence. The International Journal of Research into New Media Technologies. Londres, Los Ángeles, Nueva Delhi y Singapur: Sage Publications
- MACÍAS, P. (2018). Esfera pública y democracia. Una síntesis de las ideas de Arendt y Habermas. Barcelona, Editorial UOC.
- McQUAIL, D. (1992). Introducción a la teoría de la comunicación de masas, Barcelona: Paidós
- POSTER, M. (1996). "Cyberdemocracy: Intenet and the Public Sphere", en PORTER, D. Internet Culture, Londres: Rotuledge
- ORTS POVEDA, P. (1996). La imagen como vehículo de comunicación social. Cádiz: Servicio de



Publicaciones, Universidad de Cádiz. pp. 58:70

SALAVERRIA, R., GARCÍA AVILÉS, J. A. (2008), "La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo", Trípodos, núm. 23, Barcelona

SARTORI, G. (2005): Homo videns: la sociedad teledirigida, Barcelona, Santillana, Ediciones Generales

VALBUENA DE LA FUENTE, F. (1997). Teoría General de la Información, Madrid: Noesis

Bibliografía Complementaria

ARENDDT, Hannah (2005). La condición humana. Barcelona: Paidós

BERNERS-LEE, T (2000). Tejiendo la red. Madrid: Editorial Siglo XXI

BUTLER, Elizabeth (2011). "Mapping the variety of Public Spheres", Communication Theory 21, New Haven: Yale University

DADER, José Luis (1998). Tratado de comunicación política. Madrid: Ed. Dader

FRASER, Nancy (1992). "Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy". En CALHOUN C. (ed.) and the Public Sphere, 73-98. Cambridge: The MIT Press

FIDLER, Roger (1998). Mediamorfosis. Barcelona: Granica SA-Adelphi S.A., Ediciones

JENKINS, Henry (2008), Convergente culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona, Paidós

KAPUSCINSKI, R. (2005). *Los cínicos no sirven para este oficio*, Barcelona: Anagrama

McLUHAN, Marshal (1971). Guerra y paz en la aldea global. Barcelona: Martínez Roca

RODRIGO ALSINA, M. (1989). *La construcción de la noticia*, Barcelona: Paidós

RODRIGO ALSINA, M. (2001). *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*, Barcelona: UAB

ROMERO RUBIO, A. (1974). *Teoría General de la Información y de la Comunicación*, Madrid: Pirámide

SORIA, C. (1989). *La crisis de identidad del periodista*, Barcelona: Mitre

TERRANOVA, Tiziana (2000). "Free labor: Producing Culture for de Digital Economy", Social Text 68 (volumen 18, número 2)

VV.AA. (2009). *Manual de Teoría de la Información y la Comunicación*, Madrid: Universitas