

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Teorías de la Comunicación
Código	E000004537
Título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Segundo Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Obligatoria (Grado)
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Responsable	Francesca Maria Llabrés Bestard
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	Francesca Maria Llabrés Bestard
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Correo electrónico	fmlabres@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 La comunicación humana.

- 1.1 Introducción: tres perspectivas de comunicación.
- 1.2 Proceso informativo y proceso comunicativo.
- 1.3 Aparición y evolución de la comunicación humana.

1.4 La construcción del conocimiento.

1.5 El estudio de la comunicación humana: Interaccionismo simbólico, Erving Goffman y etnometodología. Influencias en los estudios de comunicación.

BLOQUE 2 El desarrollo de la comunicación social.

2.1 Medio de comunicación y medio de información.

2.2 Breve historia de la aparición de los medios de comunicación y de información tradicionales.

2.3 Funciones de los medios de información.

2.4 Modelos informativos tradicionales: absolutista, de los estados liberales, de las dictaduras, de la responsabilidad social, de la sociedad mediática.

2.5 El modelo actual: la sociedad en red. Origen de la informática y de internet. La "sociedad en red" de Manuel Castells. Consecuencias de la convergencia tecnológica en el trabajo periodístico.

BLOQUE 3 Comunicación y cultura. ¿Qué tipo de cultura han creado los medios?

3.1 Comunicación social y cultura de masas. Características de la cultura de masas. Conceptos de hombre-masa, masa, público y ciudadano. El impacto sobre la audiencia: paradigmas de los efectos y audiencia activa.

3.2 La cultura digital. Consecuencias sobre el individuo. Efectos negativos de la exposición a las redes. Brechas digitales.

BLOQUE 4 Comunicación y política.

4.1 La información pública como derecho fundamental. Teorías de Habermas: Esfera pública, Teoría de la acción comunicativa, Democracia deliberativa.

4.2 El control político de los medios de información. El modelo de propaganda de Chomsky y Herman. Fisuras de los medios de información.

4.3 La crisis de representatividad política y los movimientos sociales en red.

4.4 El desarrollo del marketing político.

4.5 Esfera pública y sociedad en red.

BLOQUE 5 Comunicación y economía.

5.1 Tendencias de los medios de información tradicionales.

5.2 Una perspectiva de estudio: la Economía política.

5.3 La economía en internet: el Ciberneoliberalismo.

BLOQUE 6 Información y desinformación.

6.1 Los estudios sobre la profesión periodística.

6.2 El debate sobre la construcción del discurso periodístico y la objetividad.

6.3 Desinformación: infoentretenimiento, fake news, la posverdad. Estrategias para combatir la desinformación.

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

Cuestionarios y prácticas

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 de materia, cuyo peso sobre la nota final se comunicará a principio de curso.

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. Además de la asistencia obligatoria, la participación en clase se evaluará a partir de la entrega de las prácticas que se propondrán a lo largo del curso y de las intervenciones del alumno.

La asignatura capacita a los alumnos en sus especificidades teniendo como objetivo también la práctica y perfeccionamiento de la lengua. Se trabajarán tanto los aspectos más avanzados de la morfología y sintaxis, como los de la semántica, adaptando el lenguaje a los diferentes formatos: escrito o audiovisual. Asimismo, en la función comunicativa se atiende especialmente el léxico como base del enriquecimiento de la lengua y su aplicación a los diferentes géneros y textos, y se siguen las normas de la RAE y de los libros de estilo. Se penalizarán las faltas de ortografía cometidas por los estudiantes en las diferentes actividades evaluativas.

Es fundamental que los estudiantes aprendan a expresarse con corrección y fluidez de forma oral o escrita, adaptándose a los diferentes registros, lo que incluye la capacidad de escribir textos claros y bien estructurados, de analizar diferentes tipos de discursos y de redactar exposiciones detalladas de temas complejos.

Al menos el 10% de la nota final se destinará a la valoración de la correcta expresión oral y escrita en las lenguas cooficiales, conocimiento exigido en el título como competencia general y competencia transversal. En este punto se evaluará la ortografía y la gramática.

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
	El alumno deberá superar esta parte con al menos un 5 sobre 10	



Pruebas examinativas	Si el alumno no supera esta parte la podrá recuperar durante la segunda convocatoria del período en el que esté matriculado	50
Dos trabajos académicos 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	30 %
Participación en las actividades propuestas por el profesor (lecturas, cuestionarios, prácticas...)	El alumno deberá superar esta parte con 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	20 %

PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Examen final de los temas del 1 al 6	Enero (el día del examen aparecerá en la web del CESAG)	El día del examen
Dos textos académicos elaborados por el alumno.	Al finalizar los temas 1 y 3	Se fijará con suficiente antelación

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

- CASTELLS, M (2006). La Sociedad en Red: una visión global. Madrid: Alianza
- 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 is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered". Journalism 6
- FUCHS, Christian (2009). "Information and Communication Technologies and Society: A Contribution to the Critique of the Political Economy of the Internet". European Journal 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
- 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: Internet and the Public Sphere", en PORTER, D. Internet Culture, Londres: Routledge
- 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
- SALAVERRIA, R., GARCÍA AVILÉS, J. A. (2008), "La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo", *Trípodos*, núm. 23, Barcelona
- SERRANO, M. (2010). *Teoría de la comunicación. La comunicación, la vía y la sociedad*, Madrid: Mc Graw Hill
- VALBUENA DE LA FUENTE, F. (1997). *Teoría General de la Información*, Madrid: Noesis

Bibliografía Complementaria

- ARENDT, 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
- 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

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

<https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792>



CESAG

GUÍA DOCENTE
2022 - 2023