

Teoría de la comunicación.

ÍNDICE

Asignatura	3
Presentación	3
Competencias	4
Contenidos	6
Recursos	11
Metodología	13
Evaluación y calificación	14
Orientaciones para el estudio	15



Asignatura

Teoría de la comunicación

Denominación de la asignatura	Teoría de la comunicación
Grado al que pertenece	Grado en Comunicación
Responsable del Título de Grado	Francisco José Segado Boj
Créditos ECTS	12
Curso y cuatrimestre en el que se imparte	Primer curso, anual
Carácter de la Asignatura	Básica

Presentación

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 participa.

En concreto, nos vamos a ocupar de manera preferente de la **comunicación de masas** porque es el aspecto de la comunicación más relevante e influyente en las sociedades contemporáneas. Así, vamos a conocer las distintas teorías que explican cómo los medios de comunicación crean sus **contenidos** y los posibles **efectos** que esos contenidos tienen en la sociedad. Analizaremos la relación que existe entre la **comunicación de masas y la cultura**.

También nos ocuparemos de cómo las **audiencias** reciben los contenidos mediáticos y cómo utilizan esos contenidos.

En definitiva, esta asignatura trata de ofrecer un **panorama** de las teorías que se han ocupado del medio en que la comunicación afecta a las diferentes facetas de nuestra vida.

Competencias

Competencias generales

- » Capacidad crítica, analítica y reflexiva respecto al hecho comunicativo.
- » Capacidad de analizar los aspectos técnicos y estéticos de los procesos y tendencias de la comunicación en la sociedad contemporánea.
- » Capacidad de analizar la situación actual de los medios teniendo en cuenta su historia (tanto de sus propuestas estéticas e industriales como desde la perspectiva de su relevancia social y cultural).
- » Capacidad de desarrollar los modelos psicológicos desarrollados para la comunicación y la persuasión.

Competencias de carácter profesional

- » Análisis del relato audiovisual, considerando los mensajes icónicos como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época determinada.
- » Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez aprovechando los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación.
- » Capacidad de experimentar e innovar mediante el conocimiento y uso de técnicas y métodos aplicados a los procesos de mejora de la calidad y de autoevaluación.
- » Habilidades para el aprendizaje autónomo, la adaptación a los cambios y la superación rutinaria mediante la creatividad.

Competencias académicas

- » Utilización correcta, oral y escrita, del castellano.
- » Conocimiento del inglés en el nivel B1 del Marco Común Europeo de Referencia para las lenguas.
- » Capacidad de reflexionar sobre temas de interés de naturaleza social, cultural, científica o ética, a través de la reunión e interpretación de datos relevantes, para emitir así juicios fundamentados.
- » Capacidad para analizar críticamente el panorama del universo comunicativo actual, considerando los mensajes como fruto de una sociedad determinada, producto de las condiciones sociopolíticas y culturales de un momento histórico determinado.
- » Conocimiento del estado del mundo, de su evolución histórica reciente y de la comprensión de sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales).
- » Capacidad de análisis y de interpretación de los diferentes movimientos literarios, artísticos y estéticos contemporáneos y para apreciar sus funciones y relaciones con la producción comunicativa actual.
- » Comprensión de teorías, métodos y problemas de la comunicación y sus lenguajes.
- » Capacidad para definir y desarrollar temas de investigación o creación personal innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo del proceso comunicativo o a su interpretación.
- » Habilidad para exponer de forma adecuada (tanto para un público especializado como no especializado) los resultados de la investigación de forma oral o por medios audiovisuales o informáticos conforme a los cánones de las disciplinas de la comunicación.
- » Desarrollo de habilidades teórico-prácticas necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Contenidos



Tema 1. Introducción a la teoría de la comunicación

La importancia de los medios de comunicación
Tipos de enfoques y teorías
La ciencia de la comunicación y el estudio de la comunicación de masas
Tradiciones alternativas de análisis
Definición de la comunicación de masas

Tema 2. Evolución de los medios y la sociedad

Desarrollo de los medios de comunicación de masas
Diferencias entre medios de comunicación de masas
Cambios en la sociedad
Cambios en los medios de comunicación de masas
Implicaciones para el interés público en los medios de comunicación

Tema 3. Conceptos y modelos

Opiniones iniciales sobre medios de comunicación y sociedad
El proceso de comunicación de masas
La masa como audiencia
Auge de un paradigma dominante para la teoría y la investigación
Un paradigma alternativo

Tema 4. Conceptos y modelos (II)

El modelo de transmisión
El modelo ritual o expresivo
El modelo publicitario
El modelo de recepción
Comparación de los cuatro modelos de comunicación
Nuevas pautas de tráfico de la información
El registro

Tema 5. Teoría de los *media* y teoría de la sociedad

Media, sociedad y cultura: conexiones y conflictos
La comunicación de masas como proceso a escala de toda la sociedad:
mediación de las relaciones sociales
Marco de referencia de las relaciones entre los *media* y la sociedad
Cuestiones teóricas clave: poder y desigualdad
Cuestiones teóricas clave: integración e identidad

Tema 6. Teoría de los *media* y teoría de la sociedad (II)

Teoría de la sociedad de masas
Marxismo y medios de comunicación de masas
Teorías funcionalistas de los *medias* y de la sociedad

Teoría político-económica crítica
Teoría de los medios de comunicación y desarrollo
Determinismo de las tecnologías de la comunicación
La sociedad de la información
Conclusiones

Tema 7. Comunicación de masas y cultura

Comunicación y cultura
Los inicios: la Escuela de Francfort y la teoría crítica
Desarrollos tardíos de la teoría cultural crítica: la Escuela de Birmingham
Los medios de comunicación y los sexos
La “redención” de lo popular
Mercantilización



Tema 8. Comunicación de masas y cultura (II)

Tecnología de la comunicación y cultura
Lógica mediática y tendenciosidad de la comunicación
Cultura (aculturación) y mediación de la identidad
Globalización de la cultura
¿Hacia una cultura mediática global?
Conclusión: tiempo, espacio y *media*

Tema 9. Teorías normativas de la actuación de los medios de comunicación

Vínculos entre medios de comunicación y sociedad
Posición de la teoría normativa
Diversas teorías para la prensa y otros *media*: la responsabilidad social
Teoría libertaria y libertad de prensa
Más allá de las teorías de prensa
Cambios en los *media*: ¿hace falta una nueva teoría para los nuevos medios?
El concepto de “interés público”

Tema 10. Teorías normativas de la actuación de los medios de comunicación (II)

Cuestiones de la teoría social de los *media*
Libertad de los medios de comunicación
Igualdad y diversidad mediática
Orden social y solidaridad
Orden cultural
Ámbito de aplicación de la teoría normativa

Tema 11. Estructuras e instituciones mediáticas

Los medios de comunicación no son simplemente “un negocio más”

Estructura mediática y niveles de análisis: fundamentos
Algunos principios económicos de la estructura mediática
Propiedad y control
Competencia y concentración



Tema 12. Estructuras e instituciones mediáticas (II)

Características de la economía mediática
Dinámica de las estructuras mediáticas
Regulación de los medios de comunicación de masas: modelos alternativos
Diferencias entre países: especificidad social y cultural de los sistemas mediáticos
Comunicación internacional: aspectos estructurales
Dependencia mediática internacional
Regulación internacional de los medios de comunicación

Tema 13. La organización mediática en su contexto

Temas y perspectivas
Niveles de análisis
La organización mediática en un campo de fuerzas sociales
Relaciones con la sociedad

Tema 14. La organización mediática en su contexto (II)

Diversidad interna de los objetivos de comunicación
Presiones y grupos de presión
Relaciones con propietarios, clientes y proveedores
Relaciones con la audiencia

Tema 15. Producción de la cultura mediática

Actividades de las organizaciones mediáticas: vigilancia y selección
Enfoques alternativos del estudio de la selección de noticias
Acceso de la sociedad a los medios de comunicación

Tema 16. Producción de la cultura mediática (II)

Relaciones con las fuentes
Actividades de las organizaciones mediáticas: procesamiento y presentación
Modos alternativos de la toma de decisiones
Conclusión: el imperativo de llamar la atención

Tema 17. Cuestiones, conceptos y variedades de discurso

¿Por qué debemos estudiar los contenidos mediáticos?
Cuestiones críticas y discursos alternativos
El texto cultural y sus significados
Estructuralismo y semiología

Tema 18. Cuestiones, conceptos y variedades de discurso (II)

Los contenidos mediáticos como información
Discurso de la actuación mediática
Puntos de vista críticos referidos a los contenidos

Tema 19. Géneros y métodos de análisis

Formatos y géneros mediáticos
El género de las noticias
Valores informativos y estructura de las noticias



Tema 20. Géneros y métodos de análisis (II)

Dos versiones de la secuencia informativa
De los métodos de investigación
Análisis de contenido tradicional
Comparación de los análisis cualitativo y cuantitativo
Conclusión

Tema 21. Tradiciones de la teoría y de la investigación

Orígenes y diversidad de las audiencias
Pasado, presente y futuro de las audiencias mediáticas
Conceptuación inicial de la audiencia como masa
De la masa al mercado
La dualidad de la audiencia
Implicaciones de los nuevos medios para las audiencias

Tema 22. Tradiciones de la teoría y de la investigación (II)

Tres tradiciones de investigación de audiencias
De la estructura de las audiencias
Explicaciones de la estructura y la composición de las audiencias
Formación y flujo de las audiencias

Tema 23. Carácter social de la experiencia de la audiencia

La audiencia como grupo social activo y la sociabilidad en el uso de los medios
Usos sociales de los *media*
Marco normativo del uso de los medios
Apego y dependencia
Uso de los medios según el sexo
Relaciones entre audiencias y emisores

Tema 24. Carácter social de la experiencia de la audiencia (II)

El concepto de actividad de la audiencia
Usos y satisfacciones de las audiencias
Implicación y entretenimiento de las audiencias



¿Distintos modelos para distintos tipos de contenidos?

Respuesta y feedback de las audiencias

Conclusión

Tema 25. Introducción a los efectos mediáticos

La premisa de los efectos mediáticos

Historia natural de la investigación y teoría de los efectos mediáticos:

cuatro etapas

Niveles y tipos de efectos

Procesos de los efectos mediáticos: tipología

Tema 26. Cambios a corto plazo

Respuesta y reacción individuales

Modelo de efectos conductuales

Efectos de reacción colectiva

La campaña

Conclusiones

Tema 27. Cambios indirectos a largo plazo

La difusión en un contexto de desarrollo

La difusión de noticias y su conocimiento

Confeción de la agenda

Desigualdades cognitivas

Cambios a largo plazo no planificados: un modelo

Socialización

Tema 28. Cambios indirectos y a largo plazo (II)

La espiral del silencio: formación de climas de opinión

Estructuración de la realidad y de la tendenciosidad involuntaria

Cultivación

Control social y formación de conciencia

Efectos sobre otras instituciones sociales

Media y cambio cultural

Tema 29. Conclusión. Líneas de desarrollo

La comunicación de masas perdurará

El futuro de la teoría

Las múltiples lógicas de la comunicación de masas

Tema 30. Conclusión. Líneas de desarrollo (II)

Los *media* como máquinas (defectuosas) de significados

Poder, influencia y efectos

Cuestiones de cultura

Recursos

Los recursos que tienes a tu disposición para esta asignatura son:

Aula virtual

Es **imprescindible** que para seguir la asignatura accedas al Aula virtual (en Internet). Una vez dentro del sistema, puedes participar en los foros de discusión, asistir a las sesiones de TV Digital, comunicarte con tus profesores, tener acceso a los materiales de estudio de la asignatura...

Recibirás tus **claves personales de acceso** al Aula virtual (Usuario y Contraseña) por correo electrónico. Puedes preguntarnos cualquier duda sobre tus claves en el **correo electrónico: soportetecnico@unir.net** (Soporte técnico).



La dirección de acceso al Aula virtual es:

<http://www.unir.net>

Guía docente

Es la guía que estás consultando en estos momentos. Incluye la información que necesitas para la mejor comprensión de la asignatura: recursos, metodología, evaluación, etc.

Manual de referencia



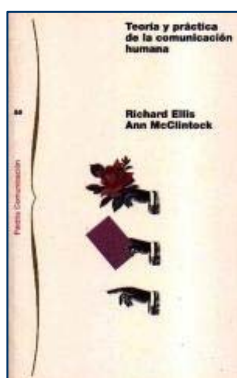
Introducción a la teoría de la comunicación de masas.

MCQUAIL, DENIS.

Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona. 1999.

ISBN: 9788449308123

Manuales recomendados

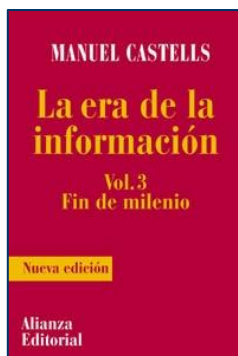


Teoría y práctica de la comunicación humana. ELLIS, R. y

MCCLINTOCK, A.

Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona. 1993.

ISBN: 8475099440.



La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Fin de milenio. Vol 3. CASTELLS OLIVA, MANUEL.

Editorial Alianza.

ISBN: 978-84-206-4456-1.

Metodología

Las **actividades formativas** de la asignatura se han elaborado con el objetivo de adaptar el proceso de aprendizaje a las diferentes capacidades, necesidades e intereses de los alumnos.

Las actividades formativas de esta asignatura son las siguientes:

Trabajos → Estarán repartidos **a lo largo del cuatrimestre**. En el Aula virtual encontrarás toda la información sobre cómo desarrollarlos y cómo y cuándo entregarlos.

Participación en eventos → Son **eventos** programados todas las semanas del cuatrimestre: sesiones presenciales virtuales, foros de debate, test, etc. También puedes encontrar la información necesaria para participar en los eventos en la programación semanal y en el Aula virtual.

Comentario de lecturas → Es un tipo de actividad muy concreto que consiste en el **análisis de textos de artículos** de autores expertos en diferentes temas de la asignatura.

Estas actividades formativas prácticas se **completan**, por supuesto, con estas otras:

- **Estudio personal**
- **Tutorías**
- **Examen final presencial**

En el Aula virtual puedes consultar la programación semanal. En ella te presentamos un **reparto del trabajo de la asignatura** a lo largo de las semanas del cuatrimestre.

Puedes **personalizar tu plan de trabajo** seleccionando aquel tipo de actividad formativa que se ajuste mejor a tu perfil. El **profesor-tutor** te ayudará y aconsejará en el proceso de elaboración de tu plan de trabajo. Y siempre estará disponible para orientarte durante el curso.



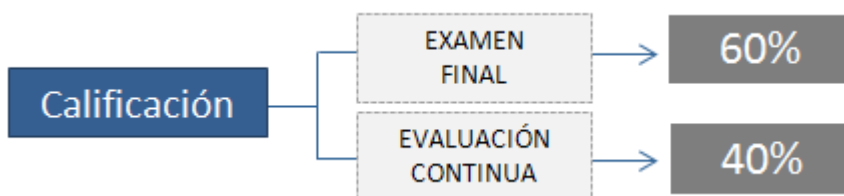
Evaluación y calificación



El sistema de calificación se basa en la siguiente **escala numérica**:

0 – 4,9	Suspenso	(SS)
5,0 – 6,9	Aprobado	(AP)
7,0 – 8,9	Notable	(NT)
9,0 – 10	Sobresaliente	(SB)

La **calificación** se compone de dos partes principales:



Ten en cuenta...

Si quieres presentarte sólo al examen final, tendrás que obtener una calificación de 5 puntos sobre 6 para aprobar la asignatura.

El **examen** se realiza al final del cuatrimestre y es de carácter **PRESENCIAL** y **OBLIGATORIO**. Supone el **60%** de la calificación final (**6 puntos** sobre 10) y para que la nota obtenida en este examen se sume a la nota final, es obligatorio **APROBARLO** (es decir, obtener 3 puntos de los 6 totales del examen).

La **evaluación continua** supone el **40%** de la calificación final (es decir, **4 puntos** de los 10 máximos). Este 40% de la nota final se compone de las calificaciones obtenidas en las **diferentes actividades formativas** llevadas a cabo durante el cuatrimestre.

En la **programación semanal** de la asignatura (disponible en el Aula virtual), se detalla la **calificación máxima de cada actividad o evento concreto puntuables**.

Ten en cuenta que la suma de las puntuaciones de las actividades de la evaluación continua es de **6 puntos**. Así, puedes hacer las que prefieras hasta conseguir un **máximo de 4 puntos** (que es la calificación máxima que se puede obtener en la evaluación continua).

Orientaciones para el estudio

Obviamente, al tratarse de formación online puedes **organizar tu tiempo de estudio como desees**, siempre y cuando vayas cumpliendo las fechas de entrega de actividades, trabajos y exámenes. Nosotros, para ayudarte, te proponemos los siguientes **pasos**:

1º Desde el Campus virtual podrás acceder al Aula virtual de cada asignatura en la que estés matriculado y, además, al Aula virtual de **Lo que necesitas saber antes de empezar**. Aquí podrás consultar la **documentación** disponible, que te ayudará a recordar cómo se utilizan las herramientas del Aula virtual y organizar tu plan de trabajo personal con tu profesor-tutor.

2º Observa la **programación semanal** (en el Aula virtual). Allí te indicamos qué parte del temario debes trabajar cada semana.

3º Ya sabes qué trabajo tienes que hacer durante la semana. Accede ahora a la sección **Temas** del Aula virtual. Allí encontrarás el material teórico y práctico del tema correspondiente a esa semana.

4º Comienza con la lectura de las **Ideas clave** del tema. Este resumen te ayudará a hacerte una idea del contenido más importante del tema y de cuáles son los aspectos fundamentales en los que te tendrás que fijar al estudiar el material básico. Lee siempre el primer apartado, **¿Cómo estudiar este tema?**, porque allí te especificamos qué material tienes que estudiar. Consulta, además, las secciones del tema que contienen **material complementario** (Lo + recomendado y + Información).

En el **Aula virtual de Lo que necesitas saber antes de empezar** encontrarás siempre disponible la documentación donde te explicamos **cómo se estructuran los temas** y qué podrás encontrar en cada una de sus **secciones**: Ideas clave, Lo + recomendado, + Información, Actividades y Test.

Recuerda que en el **Aula virtual** de **Lo que necesitas saber antes de empezar** puedes consultar el funcionamiento de las distintas herramientas del Aula virtual: Correo, Foro, Sesiones presenciales virtuales, Envío de actividades, etc.

5º Dedicar tiempo al **trabajo práctico (sección Actividades y Test)**. En la programación semanal te detallamos cuáles son las actividades correspondientes a cada semana y qué **calificación máxima** puedes obtener con cada una de ellas.

6º Te recomendamos que **participes en los eventos** del curso (sesiones presenciales virtuales, foros de debate...). Para conocer la fecha concreta de celebración de los eventos debes consultar las **herramientas de comunicación** del Aula virtual. Tu profesor y tu profesor-tutor te informarán de las novedades de la asignatura.



Ten en cuenta estos consejos...

- ✓ Sea cual sea tu plan de estudio, **accede periódicamente al Aula Virtual**, ya que de esta forma estarás al día de las novedades del curso y en contacto con tu profesor y con tu profesor tutor.
- ✓ Recuerda que **no estás solo**: consulta todas tus dudas con tu profesor-tutor utilizando el correo electrónico. Si asistes a las sesiones presenciales virtuales también podrás preguntar al profesor sobre el contenido del tema. Además, siempre puedes consultar tus dudas sobre el temario en los foros que encontrarás en cada asignatura (Pregúntale al profesor).
- ✓ **¡Participa!** Siempre que te sea posible accede a los foros de debate y asiste a las sesiones presenciales virtuales. El intercambio de opiniones, materiales e ideas nos enriquece a todos.
- ✓ Y ¡recuerda!, estás estudiando con metodología on line: tu esfuerzo y constancia son imprescindibles para conseguir buenos resultados. **¡No dejes todo para el último día!**