

## DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

<b>ASIGNATURA:</b> Teoría de la Comunicación y de la Información
<b>PLAN DE ESTUDIOS:</b> Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
<b>GRUPO:</b> 1718-M
<b>CENTRO:</b> Facultad de Ciencias Sociales
<b>CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:</b> Básico
<b>ECTS:</b> 6,0
<b>CURSO:</b> 1º
<b>SEMESTRE:</b> 1º Semestre
<b>IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:</b> Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

## DATOS DEL PROFESOR

<b>NOMBRE Y APELLIDOS:</b> Óscar Díaz Chica
<b>EMAIL:</b> <a href="mailto:odiaz@uemc.es">odiaz@uemc.es</a>
<b>TELÉFONO:</b> 983 00 10 00
<b>HORARIO DE TUTORÍAS:</b> Miércoles a las 15:00 horas
<b>BREVE CV:</b>

Es doctor por la Universidad de Valladolid y licenciado en Publicidad y Relaciones Públicas, y en Humanidades. Además ha realizado un Máster en Educación Socioemocional para el desarrollo personal y profesional en la Universidad de Zaragoza. Tiene más de 10 años de experiencia como docente en el área de comunicación de diversas universidades españolas (Universidad Europea de Madrid, Universidad San Jorge y Universidad Europea Miguel de Cervantes), periodo en el que ha impartido variedad de materias encuadradas en el ámbito de la publicidad y las relaciones públicas. Actualmente es profesor en los Grados de Publicidad y Relaciones Públicas, Periodismo y Comunicación Audiovisual en la UEMC. Ha participado con contribuciones en congresos científicos sobre relaciones públicas, inteligencia emocional, ética informativa, comunicación digital y eventos comunicacionales. También ha colaborado en proyectos de investigación que vinculan la comunicación y el bienestar personal. Además ha publicado trabajos (artículos científicos, libros y capítulos de libros) sobre publicidad, innovación docente, videojuegos como soporte publicitario, psicología y comunicación persuasiva, relaciones públicas 2.0, organizaciones saludables, comunicación corporativa y formación mediática de actitudes, entre otras materias. En el ámbito profesional, algunos de sus roles desempeñados han sido director de comunicación, jefe de producto así como impulsor de un proyecto de armonización empresarial a través de la intervención en la cultura de las organizaciones.

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

### DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

Teoría de la Comunicación y de la Información es una asignatura de carácter fundamentalmente teórico que pretende ayudar al alumno a reflexionar, a asociar ideas y conceptos y a desarrollar un pensamiento crítico sobre la denominada sociedad de la información y del conocimiento. En síntesis, proporciona instrumentos para tratar de entender el complejo mundo actual que, hasta cierto punto, vive marcado por la construcción social de la realidad y el ritmo que imponen los medios.

Se trata de una asignatura obligatoria y básica, integrada en el primer curso de los planes de estudio de los grados de Comunicación Audiovisual, Periodismo y Publicidad y Relaciones Públicas. Pertenece a la materia 3, denominada "Fundamentos y análisis de la información y la comunicación". Integra conocimientos procedentes de

otras disciplinas y su enfoque pretende que el alumno participe de forma activa en su proceso de aprendizaje, a fin de desarrollar una actitud crítica como usuario de los medios de comunicación y como futuro profesional en este campo. Por ello se persigue que descubra las relaciones existentes entre los distintos planteamientos que se presentan y que sintetizan las principales perspectivas de las teorías de la comunicación. También supone una introducción a la metodología de investigación en el área de la comunicación.

Desde que en la década de los años 70 comenzaron su andadura las primeras facultades de Ciencias de la Información en España, la Teoría de la Comunicación y de la Información ha sido una asignatura troncal, encargada de ayudar al alumno a entender la teoría como un saber instrumental que le resultará útil tanto en su dimensión profesional, como en la vida cotidiana. En concreto Teoría de la Comunicación ayuda a comprender los procesos comunicativos y a reflexionar sobre la selección, interpretación y construcción de la realidad que llevan a cabo los medios de comunicación, así como sobre su influencia en la sociedad.

#### **CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:**

**BLOQUE I:** Epistemología de la Teoría de la Comunicación.

Tema 1. Aproximación a la Teoría de la Comunicación y a las principales corrientes de investigación en este campo.

**BLOQUE II:** Génesis, elementos, formas y modelos de comunicación.

Tema 2. Concepto, características y formas de comunicación.

Tema 3. Modelos básicos para el estudio de la comunicación.

**BLOQUE III:** Funciones y efectos de la comunicación mediática.

Tema 4. La audiencia: funciones, usos y consumo de los medios.

Tema 5. La influencia de los medios de comunicación sobre la sociedad.

**BLOQUE IV:** Medios de comunicación y poder.

Tema 6. Planteamientos sobre la relación entre poder y medios de comunicación.

#### **RECURSOS DE APRENDIZAJE:**

Las sesiones de la asignatura se desarrollarán de modo habitual en el aula, donde se contará con el ordenador y el cañón disponibles. De forma ocasional se podrá utilizar la biblioteca.

### **COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO**

#### **COMPETENCIAS GENERALES:**

- CG01. Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico
- CG02. Capacidad para trabajar en equipo
- CG09. Capacidad para comunicar imágenes, ideas o símbolos
- CG10. Capacidad para aplicar los conocimientos a la práctica
- CG11. Capacidad para desarrollar un perfil investigador

#### **COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:**

- CE16. Capacidad para el análisis crítico de la influencia de los medios de comunicación en la sociedad
- CE17. Capacidad para conocer los fundamentos psicosociales que integran el ámbito de la comunicación
- CE25. Capacidad de conocer los procesos informativos y comunicativos, así como las principales corrientes y teorías que los formalizan y critican desde un punto de vista conceptual, metodológico e investigativo
- CE26. Capacidad para analizar los distintos sistemas mediáticos impresos y audiovisuales y aplicar su

conocimiento a la práctica profesional

- CE66. Capacidad para establecer el impacto social y los efectos de la actividad periodística sobre los ciudadanos

#### RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Conocer y analizar los elementos, formas y modelos de la comunicación.
- Reflexionar sobre las funciones, usos y efectos de la comunicación de masas.
- Conocer la estructura de la comunicación.
- Ejercitar el juicio crítico sobre la influencia de los medios y de las industrias culturales en la sociedad.

### BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

#### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Abril, G. (1997): *Teoría General de la Información*. Madrid: Cátedra.
- Aparici, R. (coord.) (2010): *La construcción de la realidad en los medios de comunicación*. Madrid: UNED.
- Aparici, R., Díez, Á. y Tucho, F. (coords.) (2007): *Manipulación y medios en la sociedad de la información*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Berganza, C. y Ruiz, J. A. (coords.) (2005): *Investigar en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.
- Bernal, A. I. (2009): *Los nuevos medios de comunicación y los jóvenes: aproximación a un modelo ideal de medio*. Madrid: Plaza Edición.
- Castells, M. (2008): *La era de la información (vol. I)*. Madrid: Alianza.
- De Fleur, M. L. y Ball-Rokeach, S. J. (1993): *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Hallin, D. C. y Mancini, P. (2008): *Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Hacer.
- Igartua, J. J. y Humanes, M. L. (2004): *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Magariños, J. (2008): *La semiótica de los bordes: apuntes de metodología semiótica*. Córdoba: Comunicarte.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1998): *Pensar los medios : comunicación y crítica social*. Costa Rica: DEI.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (2001): *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- McQuail, D. y Windahl, S. (1989): *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona: Ediciones de Universidad de Navarra.
- Moragas, M. (ed.) (1996): *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Tubella, I. y Alberich, J. (2012): *Comprender los media en la sociedad de la información*. Barcelona: UOC.
- Valbuena, F. (1997): *Teoría General de la Información*. Madrid: Noesis.
- Vilches, L. (2011): *La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- Wolf, M. (2000): *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.
- Wolf, M. (2001): *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.

#### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Aguado, J. M. (coord.) (2013): *La comunicación móvil. Hacia un nuevo ecosistema digital*. Madrid: Gedisa.
- Aladro, E. (1999): *Teoría de la información y de la comunicación efectiva*. Madrid: Fragua.
- Barthes, R. (1980): *Mitologías*. Madrid: Siglo XXI.
- Branston, G. y Stafford, R. (2006): *The Media Student's Book*. Abingdon: Routledge.
- Briggs, A. y Burke, P. (2002): *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. (2001): *Sobre la televisión*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Borreguero, R. (2007): *Comunicación y poder. Relaciones en un mundo*. Madrid: Universitas.
- Bustamante, E. (coord.) (2002): *Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa.
- Castells, M. (2009): *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Chomsky, N. y Ramonet, I. (1997): *Cómo nos venden la moto: información, poder y concentración*. Barcelona: Icara.

- Eco, U. (1999): Apocalípticos e integrados. Barcelona: Lumen.
- Fernández, C. y Calguera, L. (2008): La comunicación humana en el mundo contemporáneo. Méjico: McGraw-Hill.
- Jensen, K. B. (1993): Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas. Barcelona: Bosh.
- Martín, M. (2004): Teoría de la Comunicación. Una propuesta. Madrid: Tecnos.
- Martín, M. (2007): Teoría de la comunicación: la comunicación, la vida y la sociedad. Madrid: McGraw-Hill.
- Martínez-Gómez, R. y Lubetkin, M. (2010): Comunicación y desarrollo, pasos hacia la coherencia. Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- McLuhan, M. (1996): Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano. Barcelona: Paidós.
- McQuail, D. (1997): La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público. Buenos Aires: Amorrortu.
- Moragas, M. (1991): Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa. Méjico: Gustavo Gili.
- Morduchowicz, R. (coord.) (2003): Comunicación, medios y educación: un debate para la educación en democracia. Barcelona: Octaedro.
- Oliva, M. (2013): Telerrealidad, disciplina e identidad. Barcelona: UOC.
- Otte, M. (2010): El crash de la información. Los mecanismos ocultos de la desinformación cotidiana. Madrid: Editorial Planeta.
- Ramonet, I. (1998): La tiranía de la comunicación. Madrid: Alianza.
- Reig, R. (2011): Los dueños del periodismo. Claves de la estructura mediática mundial. Barcelona: Gedisa.
- Rivière, M. (2003): El malentendido. Cómo nos educan los medios de comunicación. Barcelona: Icaria.
- Serrano, P. (2010): Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles. Madrid: Ediciones Akal.
- Thompson, J. B. (2003): Los media y la modernidad. Paidós: Barcelona.
- Vaca, R. (2010): El perfil de la audiencia. Cuatro y La Sexta 2005-2008. Madrid: Fundación Ex Libris.
- Vázquez, M. (2000): Historia y comunicación social. Madrid: Alianza.
- Watzlawick, P., Beavin J. y Jackson, D. (1997): Teoría de la comunicación humana. Barcelona: Biblioteca de Psicología.

#### WEBS DE REFERENCIA:

##### Web / Descripción

<https://revistas.ucm.es/index.php/arab>

Área Abierta. Revista de comunicación audiovisual y publicitaria es una revista de la Universidad Complutense dedicada a la comunicación audiovisual y la publicidad. Acoge artículos académicos en el ámbito de los estudios sobre medios, comunicación publicitaria, cine, periodismo audiovisual y nuevos medios. Con una vocación interdisciplinar, contempla enfoques tecnológicos, industriales, históricos, sociales, estéticos y culturales. Está dirigida a investigadores, docentes y estudiantes de comunicación. Área Abierta publica artículos originales e inéditos a través de una revisión ciega por pares, y admite textos en castellano, inglés y portugués.

<http://www.aimc.es/>

La Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) la forman un amplio grupo de empresas cuya actividad gravita en torno a la comunicación, tanto en su vertiente informativa como comercial. Su unión nace de un interés común: conocer lo más y mejor posible cómo es el consumo de medios en España.

<http://www.auc.es/>

La Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC) es una organización independiente, sin ánimo de lucro, constituida al amparo de lo previsto en la Ley 26/1984, de 19 de julio, General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios. Tiene como principal objetivo la defensa de los intereses de los ciudadanos en su relación con los diferentes medios y sistemas de comunicación y con las nuevas tecnologías de la información.

<http://www.consejoaudiovisualdeandalucia.es/>

El Consejo Audiovisual de Andalucía analiza los contenidos y la publicidad que emiten las radios y televisiones, tanto públicas como privadas, para garantizar que se adaptan a la ley y respetan los derechos de la ciudadanía.

<https://www.infoamerica.org/>

Infoamérica (Iberoamerican Communication Review) es una revista académica nacida como extensión del Portal Infoamérica, creado en 2002, que está orientado hacia el estudio de la comunicación y los medios en el escenario iberoamericano.

<http://www.portalcomunicacion.com/>

El Portal de la Comunicación del Instituto de la Comunicación de la UAB (InCom-UAB), inaugurado en marzo de 2001, ofrece información y documentación especializada en los diferentes ámbitos de la comunicación, orientada a los investigadores, estudiantes y profesionales de la Comunicación, prioritariamente de América Latina, España y Cataluña.

<https://www.efe.com/efe/espana/1>

Una empresa informativa multimedia con una red de periodistas mundial, donde más de tres mil profesionales de 60 nacionalidades trabajan 24 horas al día desde más de 180 ciudades de 120 países y con cuatro mesas de edición en Madrid, Bogotá, El Cairo (árabe) y Río de Janeiro (portugués), para ofrecer sus productos a clientes en los cinco continentes.

<http://www.rtve.es/>

RTVE es la gran empresa pública española de medios de comunicación de ámbito estatal. La integran TVE, con siete canales de televisión; RNE, con seis cadenas de radio; la web RTVE.es, el Instituto RTVE y la Orquesta y Coro.

#### OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

- Artículos y noticias de actualidad.
- Documentales, películas, programas de televisión, de radio y campañas publicitarias que sirvan para reforzar contenidos del programa de la asignatura.
- Otras revistas especializadas en comunicación.
- Páginas web de los grupos de comunicación.

## PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

### METODOLOGÍAS:

#### MÉTODO DIDÁCTICO:

Desde este prisma, se utilizarán métodos como la clase magistral y teórica con el objetivo de facilitar la comprensión de los nuevos conceptos teóricos que integran la asignatura.

#### MÉTODO DIALÉCTICO:

Desde esta orientación, se realizarán debates, se estimulará la participación, se fomentará el espíritu reflexivo... con el fin de facilitar la correcta asimilación de los contenidos teóricos de la materia.

#### MÉTODO HEURÍSTICO:

Con este enfoque, se realizarán clases prácticas, trabajos, etc. con la pretensión de favorecer en el alumno la formación de un juicio crítico en relación con la temática que vertebra Teoría de la Comunicación y la Información.

### CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

Esta planificación estimada podrá verse modificada por causas ajenas a la organización académica primeramente presentada. El profesor informará convenientemente a los alumnos de las nuevas modificaciones puntuales.

BLOQUE I: Epistemología de la Teoría de la Comunicación.

Tema 1. Aproximación a la Teoría de la Comunicación y a las principales corrientes de investigación en este campo.

Cronograma: semanas 1, 2, 3.

**BLOQUE II: Génesis, elementos, formas y modelos de comunicación.**

Tema 2. Concepto, características y formas de comunicación.

Tema 3. Modelos básicos para el estudio de la comunicación.

Cronograma: semanas 4, 5, 6 y 7.

**BLOQUE III: Funciones y efectos de la comunicación mediática.**

Tema 4. La audiencia: funciones, usos y consumo de los medios.

Tema 5. La influencia de los medios de comunicación sobre la sociedad.

Cronograma: semanas 8, 9, 10, 11 y 12.

**BLOQUE IV: Medios de comunicación y poder.**

Tema 6. Planteamientos sobre la relación entre poder y medios de comunicación.

Cronograma: semanas 13, 14 y 15.

Durante la semana 16 se desarrollarán los seminarios tutoriales.

Las tutorías grupales se desarrollarán en el aula a lo largo de las 15 semanas lectivas en los días fijados por el profesor y alumnado. No obstante, se han previsto las siguientes:

- Semana 2
- Semana 5
- Semana 7
- Semana 10

#### PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y EVALUACIONES:

##### PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES:

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	¿Se evalúa?	EO	EE
Artículo de opinión sobre la industria cultural y la pseudocultura en la sociedad actual			X													X	X	X
Ensayo sobre el significado de la comunicación en nuestras vidas							X									X	X	X
Prueba escrita teórica eliminatoria de respuesta corta									X							X	X	X
Debate sobre las funciones de los medios de comunicación en la sociedad										X						X	X	X
Investigación sobre los usos, funciones y efectos de los medios de comunicación a través de la aplicación de la técnica cualitativa grupo de discusión												X				X	X	X
Debate por grupos sobre el rol de los medios de comunicación ante la desigualdad del mundo															X	X	X	X

##### CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN:

Es importante tener presente que es fundamental la participación activa del alumnado dado el carácter de la asignatura.

La evaluación de la materia consta de una parte teórica, una práctica y una actitudinal.

Para superar la parte teórica, el alumno ha de obtener al menos 10 puntos entre las dos pruebas teóricas de respuesta corta que se realizarán en la materia y que, en cada caso, suponen un 30% de la nota final de la asignatura. La primera se desarrollará en la fecha acordada en el aula, una vez impartida la mitad del temario aproximadamente. La segunda, a lo largo de las semanas 17 y 18 del calendario académico.



Para superar la parte práctica, el alumno ha de obtener al menos 5 puntos en cada uno de los ejercicios que se propongan.

Un 20% de la evaluación práctica corresponde a la realización de trabajos, prácticas y proyectos de carácter individual y grupal, que se indicarán oportunamente en el aula y que habrá que entregar en los días acordados. Algunos de ellos también serán presentados en el aula.

Otro 10% de la evaluación práctica corresponde al desarrollo de pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas que tendrán lugar a nivel individual y grupal.

En relación con el bloque práctico, es importante tener presente que no se calificará ningún trabajo entregado fuera de las fechas acordadas.

Además, se exigirá al alumno la escrupulosa vigilancia en el cumplimiento de criterios como destrezas mínimas exigibles a todo el alumnado:

- Adecuada PRESENTACIÓN de los textos escritos: estructura formal (epígrafes, párrafos, etc. en exámenes y trabajos), limpieza, márgenes, legibilidad y caligrafía.
- Dominio de la ORTOLOGÍA y de la ORTOGRAFÍA: ora pronunciación ora escritura de letras, tildes y signos de puntuación.
- Variedad y propiedad de uso del VOCABULARIO.
- CORRECCIÓN sintáctica y variedad de nexos.
- Exposición ordenada y precisa de las IDEAS.

En relación con las cuestiones ortográficas, las faltas de cualquier tipo pueden ser motivo de suspenso de un ejercicio. De hecho, se restará 0,25 por los acentos gráficos mal colocados u omitidos y un punto por el resto de faltas de ortografía. En todas ellas se valorará la claridad y la corrección lingüística y expositiva, la asimilación de la base conceptual, la argumentación y la presentación formal. Una prueba escrita suspensa por ortografía implica que deba presentarse en la siguiente convocatoria, atendiendo las peticiones de contenido y forma.

También es preciso que el alumno tenga presente que si copia en una prueba escrita realizada en el aula, suspenderá automáticamente la asignatura. Además si realiza plagio en un ejercicio práctico implicará una calificación de 0 en esa práctica y la necesidad de que deba volver a realizarse en la convocatoria extraordinaria.

La participación, motivación e interés en clase también serán tenidos en cuenta por el profesor a la hora de evaluar al estudiante, así como su participación en actividades extraacadémicas: participación en concursos, asistencia a conferencias, jornadas, charlas, etc. Por este motivo el 10% restante de la evaluación se aplicará teniendo en cuenta técnicas de observación.

Para la convocatoria extraordinaria se mantiene el mismo sistema de evaluación. Por lo tanto, el alumno deberá superar aquellas pruebas o trabajos prácticos que no haya aprobado durante el curso, en la fecha fijada por la Facultad.

En caso de no aprobar la materia en este curso académico, ha de repetirse en su totalidad.

#### **SISTEMAS DE EVALUACIÓN:**

<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
Pruebas de respuesta corta	30%
Trabajos y proyectos	20%
Pruebas de ejecución de tareas reales y/o simuladas	10%
Pruebas objetivas	30%
Escalas de actitudes	10%

#### **EVALUACIÓN EXCEPCIONAL:**

Los estudiantes que por razones excepcionales no puedan seguir los procedimientos habituales de evaluación continua exigidos por el profesor podrán solicitar no ser incluidos en la misma y optar por una «evaluación excepcional». El estudiante podrá justificar la existencia de estas razones excepcionales mediante la cumplimentación y entrega del modelo de solicitud y documentación requerida para tal fin en la Secretaría de la Universidad Europea Miguel de Cervantes en los siguientes plazos: con carácter general, desde la formalización de

la matrícula hasta el viernes de la segunda semana lectiva del curso académico para el caso de alumnos de la Universidad, y hasta el viernes de la cuarta semana lectiva del curso académico para el caso de alumnos de nuevo ingreso. En los siete días hábiles siguientes al momento en que surja esa situación excepcional si sobreviene con posterioridad a la finalización del plazo anterior.