

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Teoría de la Comunicación y de la Información
PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Publicidad y Relaciones Públicas
GRUPO: 1819-M1
CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Básico
ECTS: 6,0
CURSO: 1º
SEMESTRE: 1º Semestre
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE: Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL PROFESOR

NOMBRE Y APELLIDOS: Óscar Díaz Chica
EMAIL: odiaz@uemc.es
TELÉFONO: 983 00 10 00
HORARIO DE TUTORÍAS: Miércoles a las 16:00 horas
CV DOCENTE: 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.
CV PROFESIONAL: Algunos de los roles profesionales desempeñados por el docente han sido director de comunicación en una cadena de centros de bienestar, jefe de producto en una empresa tecnológica centrada en el ocio así como impulsor de un proyecto de armonización empresarial a través de la intervención en la cultura de las organizaciones.
CV INVESTIGACIÓN: Ha participado con aportaciones en congresos científicos sobre comunicación, inteligencia emocional, ética informativa y pedagogía. También ha colaborado en proyectos de investigación que vinculan la comunicación y el bienestar personal. En relación con las contribuciones, ha publicado trabajos (artículos, libros y capítulos de libros) sobre publicidad, relaciones públicas, responsabilidad social y formación mediática de actitudes, entre otras materias.

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 el estudiante 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 comunicación como un saber instrumental que le resultará útil tanto en su dimensión profesional, como en la vida cotidiana. En concreto Teoría de la Comunicación y de la Información 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:

1. **BLOQUE I: Epistemología de la Teoría de la Comunicación**
 1. Tema 1. Aproximación a la Teoría de la Comunicación y a las principales corrientes de investigación en este campo
2. **BLOQUE II: Génesis, elementos, formas y modelos de comunicación**
 1. Tema 2. Concepto, características y formas de comunicación
 2. Tema 3. Modelos básicos para el estudio de la comunicación
3. **BLOQUE III: Funciones y efectos de la comunicación mediática**
 1. Tema 4. Funciones, usos y consumo de los medios
 2. Tema 5. La influencia de los medios de comunicación sobre la sociedad
4. **BLOQUE IV: Medios de comunicación y poder**
 1. 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. Cátedra. ISBN: 8487462413
- Aparici, R. (coord.) (2010): La construcción de la realidad en los medios de comunicación. UNED. ISBN: 9788436261424
- Aparici, R., Díez, Á. y Tucho, F. (coords.) (2007): Manipulación y medios en la sociedad de la información. Ediciones de la Torre. ISBN: 9788479603670
- Berganza, C. y Ruiz, J. A. (coords.) (2005): Investigar en comunicación. McGraw-Hill. ISBN: 8448198255
- Bernal, A. I. (2009): Los nuevos medios de comunicación y los jóvenes: aproximación a un modelo ideal de medio. Plaza Edición. ISBN: 9788493691530
- Carrera, P. (2016): Nosotros y los medios: prolegómenos para una teoría de la comunicación. Biblioteca Nueva. ISBN: 9788416938087
- Castells, M. (2008): La era de la información (vol. I). Alianza. ISBN: 9788420677002
- De Fleur, M. L. y Ball-Rokeach, S. J. (1993): Teorías de la comunicación de masas. Paidós. ISBN: 8475092020
- De Miguel, R. (2013): Teoría de la comunicación social. CEF, Centro de Estudios Financieros. ISBN: 9788445425107
- Hallin, D. C. y Mancini, P. (2008): Sistemas mediáticos comparados: tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política. Hacer. ISBN: 9788496913127
- Igartua, J. J. y Humanes, M. L. (2004): Teoría e investigación en comunicación social. Síntesis. ISBN: 8497562267
- Magariños, J. (2008): La semiótica de los bordes: apuntes de metodología semiótica. Comunicarte. ISBN: 9789876020886
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1998): Pensar los medios: comunicación y crítica social. DEI. ISBN: 9977904804
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (2001): Historia de las teorías de la comunicación. Paidós. ISBN: 8449303443
- McQuail, D. y Windahl, S. (1989): Modelos para el estudio de la comunicación colectiva. Ediciones de Universidad de Navarra. ISBN: 8431308397
- Moragas, M. (ed.) (1986): Sociología de la comunicación de masas I. Escuelas y autores. Gustavo Gili. ISBN: 8425212308
- Moragas, M. (ed.) (1994): Sociología de la comunicación de masas II. Estructura, funciones y efectos. Gustavo Gili. ISBN: 9688872415
- Stavradi, M. (2017): Teoría de la comunicación interpersonal. CEF, Centro de Estudios Financieros. ISBN: 9788445433904
- Tubella, I. y Alberich, J. (2012): Comprender los media en la sociedad de la información. UOC. ISBN: 9788497885584
- Valbuena, F. (1997): Teoría General de la Información. Noesis. ISBN: 8487462413
- Vilches, L. (2011): La investigación en comunicación. Métodos y técnicas en la era digital. Gedisa. ISBN: 9788497846691
- Wolf, M. (2000): La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas. Paidós. ISBN: 8475094376
- Wolf, M. (2001): Los efectos sociales de los media. Paidós. ISBN: 844930041X

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Aguado, J. M. (coord.) (2013): La comunicación móvil. Hacia un nuevo ecosistema digital. Gedisa. ISBN: 9788497847827

- Aladro, E. (1999): Teoría de la información y de la comunicación efectiva. Fragua. ISBN: 8470741071
- Aladro E. (2015): Las diez leyes de la teoría de la información. Síntesis. ISBN: 9788490771532
- Barthes, R. (1980): Mitologías. Siglo XXI. ISBN: 843230381X
- Branston, G. y Stafford, R. (2006): The Media Student's Book. Routledge. ISBN: 9780371430
- Briggs, A. y Burke, P. (2002): De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación. Taurus. ISBN: 8470741632
- Bourdieu, P. (2001): Sobre la televisión. Anagrama. ISBN: 9788433968036
- Borreguero, R. (2007): Comunicación y poder. Relaciones en un mundo. Universitas. ISBN: 9788479912048
- Bustamante, E. (coord.) (2002): Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España. Gedisa. ISBN: 847432985X
- Castells, M. (2009): Communication Power. Oxford University Press. ISBN: 9780199567041
- Chomsky, N. y Ramonet, I. (1997): Cómo nos venden la moto: información, poder y concentración. Icara. ISBN: 9788474262452
- Eco, U. (1999): Apocalípticos e integrados. Lumen. ISBN: 8426410391
- Fernández, C. y Calguera, L. (2008): La comunicación humana en el mundo contemporáneo. McGraw-Hill. ISBN: 9789701066423
- Jensen, K. B. (1993): Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas. Bosh. ISBN: 8476762410
- Martín, M. (2004): Teoría de la Comunicación. Una propuesta. Tecnos. ISBN: 9788430939459
- Martín, M. (2007): Teoría de la comunicación: la comunicación, la vida y la sociedad. McGraw-Hill. ISBN: 9788448156091
- Martínez-Gómez, R. y Lubetkin, M. (2010): Comunicación y desarrollo, pasos hacia la coherencia. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. ISBN: 9788492860296
- McLuhan, M. (1996): Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano. Paidós. ISBN: 8449302404
- McQuail, D. (1997): La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público. Amorrortu. ISBN: 9505186509
- Moragas, M. (1991): Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa. Gustavo Gili. ISBN: 9688871753
- Morduchowicz, R. (coord.) (2003): Comunicación, medios y educación: un debate para la educación en democracia. Octaedro. ISBN: 8480635681
- Oliva, M. (2013): Telerrealidad, disciplina e identidad. UOC. ISBN: 9788490299586
- Otte, M. (2010): El crash de la información. Los mecanismos ocultos de la desinformación cotidiana. Planeta. ISBN: 9788434469235
- Ramonet, I. (1998): La tiranía de la comunicación. Alianza. ISBN: 8483061066
- Reig, R. (2011): Los dueños del periodismo. Claves de la estructura mediática mundial. Gedisa. ISBN: 9788497846189
- Rivière, M. (2003): El malentendido. Cómo nos educan los medios de comunicación. Icaria. ISBN: 8474266203
- Serrano, P. (2010): Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles. Akal. ISBN: 9788496797505
- Thompson, J. B. (2003): Los media y la modernidad. Paidós. ISBN: 8449305780
- Vaca, R. (2010): El perfil de la audiencia. Cuatro y La Sexta 2005-2008. Fundación Ex Libris. ISBN: 9788461380121
- Vázquez, M. (2000): Historia y comunicación social. Alianza. ISBN: 8439705514
- Watzlawick, P., Beavin J. y Jackson, D. (1997): Teoría de la comunicación humana. Biblioteca de Psicología. ISBN: 8425412056

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripción

[Agencia EFE](https://www.efe.com/efe/espana/1)(<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.

Área Abierta(<https://revistas.ucm.es/index.php/arab>)

Área Abierta es una revista de comunicación audiovisual y publicitaria 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.

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación(<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.

Infoamérica(<https://www.infoamerica.org/>)

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

Portal de la Comunicación(<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.

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:

La asignatura se desarrollará especialmente a través de este enfoque con el objetivo de facilitar la comprensión de sus fundamentos teóricos. El método utilizado para este fin será la clase magistral, aunque, de forma complementaria, también se usarán las preguntas de indagación, se estimulará el coloquio y se realizarán ejercicios prácticos.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

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.

Entregas prácticas: ejercicio individual.

Cronograma: semanas 4, 5, 6 y 7.

BLOQUE III: Funciones y efectos de la comunicación mediática.

Tema 4. Funciones, usos y consumo de los medios.

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

Prueba teórica: examen parcial 1.

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.

Entregas prácticas: ejercicio en grupo.

Prueba teórica: examen parcial 2.

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 3
- Semana 7
- Semana 10
- Semana 14

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

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?	CO	CE
Trabajo individual						X										X	X	X
Prueba escrita 1									X							X	X	X
Trabajo en grupo													X			X	X	X
Prueba escrita 2															X	X	X	X

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

Criterios de evaluación

La evaluación de la asignatura consta de una parte teórica y una práctica.

Para superar la parte teórica, el alumno ha de obtener al menos 10 puntos entre las dos pruebas teóricas que se realizarán en la materia y que, en cada caso, suponen un 30% de la nota final de la asignatura. Ambas se desarrollarán en las fechas indicadas en el aula. En cada caso, supondrán la evaluación de la mitad del temario aproximadamente. En el caso de que un alumno no alcance 10 puntos entre los dos ejercicios teóricos, para superar la parte teórica ha de obtener al menos 5 puntos en el ejercicio teórico de toda asignatura que tendrá lugar la semana 17 o 18 del calendario académico.

Para superar la parte práctica, el alumno ha de obtener al menos 5 puntos en las dos tareas que integran este bloque: un ejercicio individual, que representa el 10% de la calificación final de la asignatura, y un ejercicio en grupo, que supone el 30% de la nota de la materia. En relación con el bloque práctico es importante tener presente que no entregar un ejercicio dentro del plazo previsto implicará su no evaluación. En caso de suspender este bloque con algún ejercicio práctico aprobado, este no ha de realizarse nuevamente en la convocatoria extraordinaria.

Criterios de evaluación en ejercicios prácticos y aspectos ortográficos

En el momento en que se encargue cada uno de los ejercicios prácticos de la asignatura se aportará una ficha descriptiva en la que se indicarán los criterios de evaluación que se aplicarán en cada caso.

Las faltas de cualquier tipo pueden ser motivo de suspenso en un ejercicio teórico o trabajo entregado. De hecho, se restará 0,25 por los acentos gráficos mal colocados u omitidos y un punto por el resto de faltas de ortografía. Una prueba escrita suspensa por ortografía implica que deba presentarse en la siguiente convocatoria, atendiendo las peticiones de contenido y forma.

Otras consideraciones

Copiar en una prueba escrita realizada en el aula implicará, automáticamente, suspender la asignatura. Además, el plagio en un ejercicio práctico supondrá una calificación de 0 en esa práctica y la necesidad de volver a realizarse para la convocatoria extraordinaria.

No está permitido el uso del ordenador personal o los móviles durante las clases. Solo podrán utilizarse, puntualmente, en alguna dinámica o tarea de acuerdo a las directrices del profesor.

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

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

Criterios de evaluación

El alumno ha de superar la parte teórica, si la tiene suspensa, y/o la parte práctica, si no la ha superado en convocatoria extraordinaria.

Para superar la parte teórica, el alumno ha de obtener al menos 5 puntos en el ejercicio teórico de toda asignatura que tendrá lugar en el periodo de evaluación de la convocatoria extraordinaria.

Para superar la parte práctica, el alumno ha de obtener al menos 5 puntos en cada una de las tareas que integran este bloque (un ejercicio individual, que representa el 10% de la calificación final de la asignatura, y un ejercicio en grupo, que supone el 30% de la nota de la materia) que no hayan sido superadas en la convocatoria ordinaria. En relación con el bloque práctico es importante tener presente que no entregar un ejercicio dentro del plazo previsto implicará su no evaluación.

Criterios de evaluación en ejercicios prácticos y aspectos ortográficos

Cada uno de los ejercicios prácticos de la asignatura contará con una ficha descriptiva en la que se indicarán los criterios de evaluación que se aplicarán en cada caso.

Las faltas de cualquier tipo pueden ser motivo de suspenso en un ejercicio teórico o trabajo entregado. De hecho, se restará 0,25 por los acentos gráficos mal colocados u omitidos y un punto por el resto de faltas de ortografía. Una prueba escrita suspensa por ortografía implica que se suspenda la materia en la convocatoria extraordinaria.

Otras consideraciones

Copiar en una prueba escrita realizada en el aula implicará, automáticamente, suspender la asignatura. Además, el plagio en un ejercicio práctico supondrá una calificación de 0 en esa práctica y el suspenso de la asignatura en la convocatoria extraordinaria.

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

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Pruebas de respuesta corta	30%
Trabajos y proyectos	40%
Pruebas objetivas	30%

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.

Para los estudiantes que estén acogidos al Programa de Atención a la Diversidad y Apoyo al Aprendizaje -PROADA- podrán realizarse adaptaciones en las pruebas de evaluación o en otros aspectos descritos en la guía docente, sin que estas adaptaciones suponga una disminución en el grado de exigencia requerido para superar la asignatura. Estas adaptaciones se llevarán a cabo teniendo en cuenta las recomendaciones de los protocolos específicos diseñados para cada alumno particular.