



Universidad
Internacional
de Valencia

Guía didáctica

ASIGNATURA: *Teorías de la Comunicación*

Título: *Grado en Comunicación*

Materia: *Comunicación (Ciencias Sociales y Jurídicas)*

Créditos: *6 ECTS*

Código: *01GCOM*

Curso: *2023-2024*

Índice

1.	Organización general	3
1.1.	Datos de la asignatura	3
1.2.	Equipo docente	3
1.3.	Introducción a la asignatura.....	3
1.4.	Competencias y resultados de aprendizaje.....	4
2.	Contenidos/temario	5
3.	Metodología	7
4.	Actividades formativas	7
5.	Evaluación.....	7
5.1.	Sistema de evaluación.....	8
5.2.	Sistema de calificación	9
6.	Bibliografía.....	10
6.1.	Bibliografía de referencia	10
6.2.	Bibliografía complementaria.....	10

1. Organización general

1.1. Datos de la asignatura

MÓDULO	Módulo de Formación Básica
MATERIA	Comunicación (Ciencias Sociales y Jurídicas)
ASIGNATURA	<i>Teorías de la Comunicación</i> 6 ECTS
Carácter	Obligatorio
Curso	2023/2024
Cuatrimestre	1º
Idioma en que se imparte	Castellano
Requisitos previos	Para el acceso a este Grado, se deben cumplir los requisitos de acceso que prevé el artículo 3 del Real Decreto 412/2014 de 6 de junio.
Dedicación al estudio por ECTS	25 horas

1.2. Equipo docente

Profesor	Dra. / Dña. María José Escuder Briz mariajose.escuder@professor.universidadviu.com
-----------------	--

1.3. Introducción a la asignatura

Teorías de la Comunicación se enmarca dentro del módulo de formación básica del Grado de Comunicación y se conforma como sustrato fundamental para conocer el mundo de la comunicación y de los *mass media*.

La asignatura repasa los elementos que intervienen en cualquier acto comunicativo. Y a lo largo de 12 sesiones, profundiza en las diferentes estructuras comunicativas de la sociedad contemporánea, haciendo especial hincapié en aquellas que tienen que ver con los medios de comunicación de masas y el nuevo paradigma digital de la sociedad red. El alumnado conocerá las diferentes teorías de la comunicación, que desde mediados del S.XX vienen conformando el corpus teórico de esta disciplina. Y entenderá su aplicabilidad en los diferentes contextos de

trabajo y estudio. El objetivo es que adquiera el sustento teórico imprescindible para abordar con solvencia las asignaturas prácticas y aprenda a reflexionar sobre la información que es, hoy por hoy, elemento básico de nuestra sociedad.

1.4. Competencias y resultados de aprendizaje

COMPETENCIAS BÁSICAS Y GENERALES

CB.1.- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.

CB.2.- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

CB.3.- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB.4.- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CB.5.- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS DE LA ASIGNATURA

C.E.1.- Conocer los fundamentos de la comunicación oral y escrita adaptada a los diferentes formatos multimedia.

C.E.2.- Conocer las diferentes teorías comunicativas y su aplicabilidad en sus diferentes contextos de trabajo y estudio.

C.E.3.- Transmitir los contenidos de temas seleccionados a través de los distintos lenguajes y soportes multimedia en el ámbito de la comunicación.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

R.A.1.- Comprender la esencia de los procesos de comunicación y los elementos que intervienen en ellos.

R.A.2.- Desarrollar una mirada crítica en torno al papel de los medios de comunicación.

R.A.3.- Adquirir una visión global de las estructuras comunicativas de la sociedad actual y conocer su evolución.

R.A.4.- Reflexionar sobre la responsabilidad del comunicador como productor de contenidos y generador del imaginario colectivo.

R.A.5.- Conocer las diferentes perspectivas investigadoras y profundizar en las principales teorías de la comunicación.

R.A.6.- Adquirir las habilidades básicas del investigador y ser capaces de desarrollar proyectos sencillos en el ámbito de los medios y la comunicación.

R.A.7.- Comprender los retos que la sociedad red impone al mundo de la comunicación.

R.A.8.- Valorar la importancia que las redes han adquirido como herramientas de comunicación.

R.A.9.- Reflexionar sobre el cambio de función de los *mass media* que acompaña al cambio de paradigma comunicativo.

2. Contenidos/temario

Unidad Competencial 1 / Tema 1: El Objeto y la Teoría de las Ciencias de la Comunicación

- 1.1. Los elementos del proceso de comunicación
- 1.2. Los medios de comunicación de masas
 - 1.2.1. La prensa
 - 1.2.2. El cine
 - 1.2.3. La radio
 - 1.2.4. La televisión
 - 1.2.5. Internet

Unidad Competencial 2 / Tema 2: Estructuras de la comunicación en la sociedad de masas en la sociedad contemporánea

- 2.1. De la sociedad de masas a la sociedad *postmasas* digital
 - 2.1.1. Clasificaciones del público masivo
 - 2.1.2. La sociedad *postmasas*
 - 2.1.3. Apocalípticos e integrados
 - 2.1.4. Los medios de comunicación de masas
 - 2.1.5. La opinión pública
 - 2.1.6. La agenda *setting*
- 2.2. La función de la comunicación en las sociedades democráticas: el origen de la prensa de masas
- 2.3. La desintermediación comunicativa facilitada por la red

Unidad Competencial 3 / Tema 3: Principales escuelas o corrientes teóricas del siglo XX en el campo de la comunicación social

- 3.1. Los padres de las teorías de la comunicación de masas
 - 3.1.1. El Funcionalismo

3.1.2. La teoría crítica

3.1.3. Estructuralismo

3.2. La comunicación de masas en el periodo de entreguerras

3.3. La investigación de la comunicación en la posguerra

3.4. La Psicología de la persuasión. Hovland y la Escuela de Yale

3.5. El Análisis del Contenido

3.6. El estudio de los efectos de los *media*

Unidad Competencial 4 / Tema 4: Nuevo paradigma digital en la sociedad de la comunicación

4.1. Del paradigma analógico al paradigma digital. Un nuevo contexto.

4.1.1. Características del paradigma digital

4.2. Los medios migran a Internet

4.3. Las redes sociales

4.4. La digitalización en los procesos de distribución de contenidos

Unidad Competencial 5 / Tema 5: La producción social de la comunicación

5.1 Comunicación y cultura: valor social de toda comunicación

5.2. Los medios de comunicación de masas como actores políticos

5.3. Las redes sociales como actores políticos

5.3.1. Creación de comunidades y refuerzo de la democracia

5.3.2. Difusión de contenidos y libertad de expresión

5.3.3. Filtro y jerarquización de los contenidos, intervención en la agenda

5.3.4. Las redes sociales en las rutinas informativas

Unidad Competencial 6 / Tema 6: Los estudios teóricos de la comunicación en nuestro tiempo

Unidad Competencial 7 / Tema 7: Nuevas perspectivas científicas y usos sociales de la comunicación

7.1. La “tuitización” del espacio informativo

7.2. De la desintermediación a la posverdad: de la noticia al bulo

3. Metodología

La metodología de la Universidad Internacional de Valencia (VIU) se caracteriza por una apuesta decidida en un modelo de carácter e-presencial. Así, siguiendo lo estipulado en el calendario de actividades docentes del Título, se impartirán en directo un conjunto de sesiones, que, además, quedarán grabadas para su posterior visionado por parte de aquellos estudiantes que lo necesiten. En todo caso, se recomienda acudir, en la medida de lo posible, a dichas sesiones, facilitando así el intercambio de experiencias y dudas con el docente.

En lo que se refiere a las metodologías específicas de enseñanza-aprendizaje, serán aplicadas por el docente en función de los contenidos de la asignatura y de las necesidades pedagógicas de los estudiantes. De manera general, se impartirán contenidos teóricos y, en el ámbito de las clases prácticas se podrá realizar la resolución de problemas, el estudio de casos y/o la simulación.

Por otro lado, la universidad y sus docentes ofrecen un acompañamiento continuo al estudiante, poniendo a su disposición foros de dudas y tutorías para resolver las consultas de carácter académico que el estudiante pueda tener. Es importante señalar que resulta fundamental el trabajo autónomo del estudiante para lograr una adecuada consecución de los objetivos formativos previstos para la asignatura.

4. Actividades formativas

Durante el desarrollo de cada una de las asignaturas, se programan una serie de actividades de aprendizaje que ayudan a los estudiantes a consolidar los conocimientos trabajados.

A continuación, se relacionan las actividades que forman parte de la asignatura:

1. Actividades de carácter teórico

Se trata de un conjunto de actividades guiadas por el profesor de la asignatura destinadas a la adquisición por parte de los estudiantes de los contenidos teóricos de la misma. Estas actividades, diseñadas de manera integral, se complementan entre sí y están directamente relacionadas con los materiales teóricos que se ponen a disposición del estudiante (manual y material complementario). Estas actividades se desglosan en las siguientes categorías:

- a. Clases expositivas
- b. Observación y evaluación de recursos didácticos audiovisuales
- c. Estudio y seguimiento de material interactivo

2. Actividades de carácter práctico

Se trata de un conjunto de actividades guiadas y supervisadas por el profesor de la asignatura vinculadas con la adquisición por parte de los estudiantes de los resultados de aprendizaje y competencias de carácter más práctico. Estas actividades, diseñadas

con visión de conjunto, están relacionadas entre sí para ofrecer al estudiante una formación completa e integral.

3. Tutorías

Se trata de sesiones, tanto de carácter síncrono como asíncrono (e-mail), individuales o colectivas, en las que el profesor comparte información sobre el progreso académico del estudiante y en las que se resuelven dudas y se dan orientaciones específicas ante dificultades concretas en el desarrollo de la asignatura.

4. Trabajo autónomo

Se trata de un conjunto de actividades que el estudiante desarrolla autónomamente y que están enfocadas a lograr un aprendizaje significativo y a superar la evaluación de la asignatura. La realización de estas actividades es indispensable para adquirir las competencias y se encuentran entroncadas en el aprendizaje autónomo que consagra la actual ordenación de enseñanzas universitarias. Esta actividad, por su definición, tiene carácter asíncrono. Los trabajos podrán hacerse de manera individual o grupal.

5. Prueba objetiva final

Como parte de la evaluación de cada una de las asignaturas, se realiza una prueba (examen final). Esta prueba se realiza en tiempo real (con los medios de control antifraude especificados) y tiene como objetivo evidenciar el nivel de adquisición de conocimientos y desarrollo de competencias por parte de los estudiantes. Esta actividad, por su definición, tiene carácter síncrono.

5. Evaluación

5.1. Sistema de evaluación

El Modelo de Evaluación de estudiantes en la Universidad se sustenta en los principios del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), y está adaptado a la estructura de formación virtual propia de esta Universidad. De este modo, se dirige a la evaluación de competencias.

Sistema de Evaluación	Ponderación
Portafolio*	60 %
Actividad Aplicativa 1: Estudio de Casos (50%) Actividad Aplicativa 2: Resolución de problemas (50%)	
Sistema de Evaluación	Ponderación

Prueba final*	40 %
<p>Examen tipo test</p> <p><i>La prueba constará de 10 preguntas con 4 posibles soluciones. Las respuestas incorrectas NO restan.</i></p> <p><i>Los alumnos/as dispondrán de 30 minutos para completar la prueba.</i></p>	

***Es requisito indispensable para superar la asignatura aprobar cada apartado (portafolio y prueba final) con un mínimo de 5 para ponderar las calificaciones.**

Los enunciados y especificaciones propias de las distintas actividades serán aportados por el docente, a través del Campus Virtual, a lo largo de la impartición de la asignatura.

Atendiendo a la Normativa de Evaluación de la Universidad, se tendrá en cuenta que la utilización de **contenido de autoría ajena** al propio estudiante debe ser citada adecuadamente en los trabajos entregados. Los casos de plagio serán sancionados con suspenso (0) de la actividad en la que se detecte. Asimismo, el uso de **medios fraudulentos durante las pruebas de evaluación** implicará un suspenso (0) y podrá implicar la apertura de un expediente disciplinario.

5.2. Sistema de calificación

La calificación de la asignatura se establecerá en los siguientes cálculos y términos:

Nivel de aprendizaje	Calificación numérica	Calificación cualitativa
Muy competente	9,0 - 10	Sobresaliente
Competente	7,0 - 8,9	Notable
Aceptable	5,0 - 6,9	Aprobado
Aún no competente	0,0 - 4,9	Suspenso

Sin detrimento de lo anterior, el alumnado dispondrá de una **rúbrica simplificada** en el aula que mostrará los aspectos que valorará el docente, como así también los **niveles de desempeño que tendrá en cuenta para calificar las actividades vinculadas a cada resultado de aprendizaje.**

La mención de «**Matrícula de Honor**» podrá ser otorgada a estudiantes que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9.0. Su número no podrá exceder del cinco por ciento de los estudiantes matriculados en una materia en el correspondiente curso académico, salvo que el número de estudiantes matriculados sea inferior a 20, en cuyo caso se podrá conceder una sola «Matrícula de Honor».

6. Bibliografía

6.1. Bibliografía de referencia

Estrada Alsina, A. y Rodrigo Alsina, M. (2009) *Teorías de la Comunicación*. Barcelona: Editorial UOC.

<https://elibro-net.universidadviu.idm.oclc.org/es/ereader/universidadviu/56581?page=1>

Figuerola Bermúdez, R. A. (2013). *Introducción a las teorías de la comunicación*. Pearson Educación.

<https://elibro-net.universidadviu.idm.oclc.org/es/ereader/universidadviu/108404>

6.2. Bibliografía complementaria

Aguado-Terrón, J.M. y Martínez-Martínez, I. J. (2009): De la Web social al Móvil 2.0: el paradigma 2.0 en el proceso de convergencia mediática de la comunicación móvil. *El profesional de la información* 18.2 (2009): 155-161.

Ahmad, A N. (2010). Is Twitter a useful tool for Journalists? *Journal of Media Practice* 11, 145-155. http://dx.doi.org/10.1386/jmpr.11.2.145_1

Applebaum, A. (10/12/2015): Mark Zuckerberg should spend \$45 billion on undoing Facebook's damage to democracies, *The Washington Post*, https://www.washingtonpost.com/opinions/mark-zuckerberg-could-spend-45-billion-on-undoing-facebooks-damage/2015/12/10/4b7d1ba0-9e91-11e5-a3c5-c77f2cc5a43c_story.html

Bell, E. (2016). Facebook is being taken somewhere it never wanted to go. *Columbia Journal Review*, 26/09/2016. http://www.cjr.org/tow_center/facebook_zuckerberg_napalm_video_palestine.php

Bennet, Lance (1990): Toward a theory of press-state relations in the United States, *Journal of Communication* 40 (2), 103-125. https://www.researchgate.net/profile/Lance_Bennett/publication/228018538_Toward_a_Theory_of_PressState_Relations_in_the_United_States/links/02e7e530cb909a82ea000000.pdf

Bennet, W. L. & Entman, R. M. (Eds.) (2001a): *Mediated Politics. Communication in the Future of Democracy*, New York: Cambridge University Press. <https://universidadviu.idm.oclc.org/login?url=https://www.proquest.com/scholarly-journals/american-politics-mediated-communication-future/docview/214419738/se-2?accountid=198016>

- Blumer, J. G. & Gurevitch, M. (1995): *The crisis of Public Communication*, Londres: Routledge.
<https://ebookcentral.proquest.com/lib/universidadviu/detail.action?docID=166135>
- Boyd, D. (2016). Facebook Must Be Accountable to the Public. *Data & Society*, 13/05/2016.
<https://points.datasociety.net/facebook-must-be-accountable-to-the-public-72a6d1b0d32f#.7rig5qghh>
- Bruns, A. (2003): Gatewatching, not gatekeeping: Collaborative online news, *Media International Australia Incorporating Culture and Policy: quarterly journal of media research and resources*, 107, pp. 31-44.
http://eprints.qut.edu.au/189/01/Bruns_Gatewatching.PDF
- Carrera Álvarez, P. et al. (2012): Periodismo y Social Media: cómo están usando Twitter los periodistas españoles, *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 18 (1), pp. 31-53.
http://dx.doi.org/10.5209/rev_eSMP.2012.v18.n1.39353
- Casero-Ripollés, A. y López Rabadán, P. (2016): Periodistas y políticos en España. Barcelona. UOC. <https://elibro-net.universidadviu.idm.oclc.org/es/ereader/universidadviu/58590>
- Castells, Manuel (2008a): Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). Los medios y la política, *TELOS* 74. <https://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articulo&idContenido=2009100116310137>
- Castells, Manuel (2008b): Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (II). Los nuevos espacios de la comunicación, *TELOS* 74.
<https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/articuloautorinvitado.asp@idarticulo=1&rev=75.htm>
- Chen, A. (2014). The laborers who keep dick pics and beheadings out of your facebook feed. *Wired*, 23/10/2014. <http://www.wired.com/2014/10/content-moderation/>
- Díaz Arias, Rafael (2012): Periodismo, iconos audiovisuales y redes sociales, en *Innovaciones periodísticas en las redes sociales*, 141-163.
http://eprints.ucm.es/19917/1/Cybermedia2_CAPIT8-1.pdf
- Díaz Nosty, B. (2016): La banalización del periodismo, *Cuadernos de periodistas* 31, pp. 10-17, http://www.cuadernosdeperiodistas.com/media/2016/01/09-17-D%C3%8DAZ-NOSTY-C_31-1.pdf
- Doughty, Mark; Rowland, Duncan & Lawson, Shaun (2012): Who is on your sofa?: TV audience communities and second screening social networks, *Proceedings of the 10th European conference on Interactive tv and video*. Association for Computing Machinery, 2012.
https://www.researchgate.net/profile/Shawn_Lawson/publication/254461780_Who_is_on_your_sofa_TV_audience_communities_and_second_screening_social_networks/links/02e7e51fe809b5059f000000.pdf
- Enguix Oliver, S. (2015b): Periodismo especializado y especialización política, *Mediaciones sociales*, 14, pp 103-128. DOI: http://dx.doi.org/10.5209/rev_MESO.2015.n14.51561

- Gallardo Paúls, B. y Enguix Oliver, O. (2016a): [Pseudopolítica: el discurso político en las redes sociales](#), Valencia: Dept. Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación de la Universitat de València.
- García de Torres, Elvira; Yezers'Ka, Lyudmyla; Rost, Alejandro; Calderín, Mabel; Edo, Concha; Rojano, Miladys; Sais-Hung, Elías; Jerónimo, Pedro; Arcila-Calderón, Carlos; Serrano-Tellería, Ana; Sánchez-Badillo, Jorge & Corredoira, Loreto (2011): Uso de Twitter y Facebook por los medios iberoamericanos, *El profesional de la información*, 20 (6), pp. 611-620. <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2011.nov.02>
- González Cogliano, M. V. & Zerega Garaycoa, M. M. (2015): "Conversadores, Cronistas del ego y Bufones, reflexiones acerca de los contenidos que se publican en Twitter", Anuario electrónico de estudios en Comunicación Social" Disertaciones" 8.1, pp. 186-205. <http://revistas.urosario.edu.co/index.php/disertaciones/article/view/4006>
- Greenslade, R. (2016a). "Why Facebook is public enemy number one for newspapers, and journalism". The Guardian, 20/09/2016. <https://www.theguardian.com/media/greenslade/2016/sep/20/why-facebook-is-public-enemy-number-one-for-newspapers-and-journalism>
- Habermas, Jürgen (1994): *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona. GG MassMedia. <https://elibro-net.universidadviu.idm.oclc.org/es/ereader/universidadviu/45548?page=4>
- Hermida, A. et al. (2012). "Share, like, recommend: Decoding the social media news consumer". *Journalism Studies*, 13(5-6), 815-824. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2013.808456>
- Hermida, A. (2010). "Twittering the news: The emergence of ambient journalism". *Journalism practice*, 4(3), 297-308. <http://dx.doi.org/10.1080/17512781003640703>
- Imbert, Gerard (01/11/2008): "Bienvenidos al desierto de lo hiperreal", El País, 1 de noviembre de 2008. http://elpais.com/diario/2008/11/01/opinion/1225494004_850215.html
- Khorana, S. (2015). Is Facebook a proto-sate? *Columbia Journalism Review*, 20/11/2015. http://www.cjr.org/analysis/facebook_as_state.php
- Meyrowitz, J. (1985): *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. Oxford University Press <https://ebookcentral.proquest.com/lib/universidadviu/detail.action?docID=272391&pq-origsite=summon>
- Mosseri, Adam (2016). Building a Better News Feed for You. *Facebook Newsroom*, 26/06/2016. <http://newsroom.fb.com/news/2016/06/building-a-better-news-feed-for-you/>
- Nunez, M. (2016a). Want to Know What Facebook Really Thinks of Journalists? Here's What Happened When It Hired Some. *Gizmodo*, 03/05/2016. <http://gizmodo.com/want-to-know-what-facebook-really-thinks-of-journalists-1773916117>
- Nunez, M. (2016b). Former Facebook Workers: We Routinely Suppressed Conservative News. *Gizmodo*, 09/05/2016. <http://gizmodo.com/former-facebook-workers-we-routinely-suppressed-conser-1775461006?rev=1462799465508>

- Pellisser Rossell, N. y Pineda, A. (2014): Información política televisiva y espectacularización: un análisis comparativo de programas informativos y de infoentretenimiento, *Estudios sobre el mensaje periodístico* 20(2), pp. 821-839.
<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/47036/44107>
- Silverman, C. y Alexander, L. (2016). How Teens In The Balkans Are Duping Trump Supporters With Fake News. *Buzzfeed* 4/11/2016,
<https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-macedonia-became-a-global-hub-for-pro-trump-misinfo?utm>
- Sullivan, M. (2016). Face it, Facebook. You're in the news business. *The Washington Post*, 10/07/2016. https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/face-it-facebook-youre-in-the-news-business/2016/07/10/cc53cd70-451a-11e6-bc99-7d269f8719b1_story.html
- Timoteo Álvarez, J. (2007): Neurocomunicación: Propuesta para una revision de los fundamentos teóricos de la comunicación y sus aplicaciones industriales y sociales, *Mediaciones sociales*, 1, pp. 355-386.
<http://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/MESO0707110355A/21499>
- Vaccari, C. (2011). "The News Media as Networked Political Actors". *Information, Communication & Society* 14 (7), 981-997.
<http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2011.572984>
- Wong, J.I. (2016). "The politicians investigating Facebook's bias are looking for the wrong kind of bias". *Quartz*, 14/05/2016. <http://qz.com/684618/the-politicians-investigating-facebooks-bias-are-looking-for-the-wrong-kind-of-bias/>