



Universitat de Lleida

GUIA DOCENT

TEORIA DE LA COMUNICACIÓ

Coordinació: LOZANO AGUILAR, ARTURO

Any acadèmic 2023-24

Informació general de l'assignatura

Denominació	TEORIA DE LA COMUNICACIÓ			
Codi	101953			
Semestre d'impartició	2N Q(SEMESTRE) AVALUACIÓ CONTINUADA			
Caràcter	Grau/Màster	Curs	Caràcter	Modalitat
	Doble titulació: Grau en Llengües Aplicades i Traducció i Grau en Estudis Anglesos	2	TRONCAL/BÀSICA	Presencial
	Doble titulació: Grau en Llengües Aplicades i Traducció i Grau en Filologia Catalana i Estudis Occitans	2	TRONCAL/BÀSICA	Presencial
	Doble titulació: Grau en Llengües Aplicades i Traducció i Grau en Filologia Hispànica	2	TRONCAL/BÀSICA	Presencial
	Grau en Comunicació i Periodisme Audiovisuals	1	TRONCAL/BÀSICA	Presencial
Nombre de crèdits assignatura (ECTS)	6			
Tipus d'activitat, crèdits i grups	Tipus d'activitat	PRAULA	TEORIA	
	Nombre de crèdits	3	3	
	Nombre de grups	2	2	
Coordinació	LOZANO AGUILAR, ARTURO			
Departament/s	FILOLOGIA I COMUNICACIÓ			
Distribució càrrega docent entre la classe presencial i el treball autònom de l'estudiant	Hores presencials: 60 Treball autònom: 90			
Informació important sobre tractament de dades	Consulteu aquest enllaç per a més informació.			
Idioma/es d'impartició	Hi haurà dos grups classe. En el grup 1, l'idioma serà el català, i en el grup 2 serà l'anglès.			
Distribució de crèdits	6			

Professor/a (s/es)	Adreça electrònica professor/a (s/es)	Crèdits impartits pel professorat	Horari de tutoria/lloc
LOZANO AGUILAR, ARTURO	arturo.lozano@udl.cat	6	
MARTIN RUBIO, FRANCISCO JAVIER	xavier.martinrubio@udl.cat	7,2	

Objectius acadèmics de l'assignatura

- Identificar les diferents teories a l'àmbit de la comunicació mediàtica.
- Apreciar las característiques de la interacció comunicativa i les seves habilitats

Competències

Competències Generals:

CG 3. Aplicar els coneixements teòrics a l'activitat pràctica

CG 7. Desenvolupar un pensament i un raonament crític i saber comunicar-los de manera efectiva

CG 8. Valorar el respecte a la diversitat i pluralitat d'idees.

Competències específiques:

CE 4. Descriure les principals teories en l'àmbit dels mitjans de comunicació social i les seves elaboracions conceptuals.

CE 7. Identificar i aplicar el fonaments ètics i la deontologia professional a l'exercici de les activitats relacionades amb els mitjans de comunicació.

CE 8. Aplicar el mètode científic de forma adequada a la investigació, així com exposar els resultats del procés d'investigació.

Continguts fonamentals de l'assignatura

Unitat 1. Introducció. La teoria i l'estudi de la comunicació. Semiòtica i semiologia.

Unitat 2. Comunicació interpersonal. Interaccionisme simbòlic. El *framing*.

Unitat 3. Teories funcionalistes. Repàs històric (Agulla hipodèrmica, la teoria de les dues passes, Usos i gratificacions, *Agenda Setting*).

Unitat 4. Els paradigmes alternatius de la Teoria Crítica i dels Estudis Culturals.

Unitat 5. Teories de la comunicació internacional. Els estudis de la comunicació a l'era digital.

Eixos metodològics de l'assignatura

1. Classes magistrals. Exposició dels continguts de l'assignatura de forma oral per part d'un professor o professora.
2. Col·loquis. Activitats d'intercanvi d'opinions entre l'alumnat sota la direcció del professorat.
3. Conferències. Exposició pública sobre un tema duta a terme per una persona experta.
4. Debat dirigit. Promoure l'expressió i la comprensió oral en una conversa col·lectiva en la qual el tema pot ser preparat, però no el desenvolupament de les intervencions.
5. Seminari. Sessions de treball d'un grup més aviat reduït que investiga un tema mitjançant el diàleg i la discussió, sota la direcció d'un professor o un expert, per aprofundir sobre temes monogràfics, a partir de la informació proporcionada prèviament pel professorat.
6. Treball en grup. Activitat d'aprenentatge que s'ha de fer mitjançant la col·laboració entre els membres d'un grup.
7. Treball escrit. Activitat consistent en la presentació d'un document escrit.

Pla de desenvolupament de l'assignatura

Unitat 1. Introducció. La teoria i l'estudi de la comunicació. Semiòtica i semiologia.

6 sessions (5, 6, 12, 13, 19 i 20/Febrer)

Unitat 2. Comunicació interpersonal. Interaccionisme simbòlic. El *framing*.

6 sessions (26 i 27/Febrer i 4, 5, 11 i 12/Març)

Unitat 3. Teories funcionalistes. Repàs històric (Agulla hipodèrmica, la teoria de les dues passes, Usos i gratificacions, *Agenda Setting*).

5 sessions (18 i 19/Març i 1, 8 i 9/Abril)

Unitat 4. Els paradigmes alternatius de la Teoria Crítica i dels Estudis Culturals.

6 sessions (15, 16, 22, 23, 29 i 30/Abril)

Unitat 5. Teories de la comunicació internacional. Els estudis de la comunicació a la era digital.

4 sessions (6, 7, 13 i 14/Maig)

Les sessions dels dies 20 i 21 de Maig es dedicaran als projectes grupals.

Sistema d'avaluació

Bloc examen: 40%

Prova final el dilluns 27 de Maig a les 16:00 (Grup 1 a la 2.13 i Grup 2 a les aules 3.48 i 3.49). Per aprovar l'assignatura, és necessari una nota mínima de 3,5 a l'examen.

Recuperació el dimecres 19 de juny a les 18:30 (Grup 1 a la 2.13 i Grup 2 a les aules 3.48 i 3.49).

Bloc participació activa: 10%

No l'assistència a classe, sinó participar activament de les classes.

Bloc treball individual: 25%

Al grup 1, prova presencial sobre una ressenya elaborada al llarg del semestre.

Al group 2, elaboració d'un informe sobre les teories emprades al treball grupal i descripció del procés seguit.

Block treball grupal: 25%

En grups de 3-4 estudiants.

Grup 1. Anàlisi comparatiu dues notícies sobre un mateix fet seguint la metodologia estudiada a l'assignatura.

Al grup 2, elaboració d'un episodi de podcast de 30 minuts sorgits d'entre 2 i 4 entrevistes, i que constarà d'una introducció i una discussió final.

Assistir presencialmente a almenys un 80% de les classes és un requisit per aprovar pels alumnes que matriculin l'assignatura per primera vegada.

En cas de frau acadèmic o còpia espontània, s'aplicarà el que estableix la Normativa de l'avaluació i la qualificació de la docència en els graus i màsters de la UdL.

L'estudiant o l'estudianta que es vulgui acollir a l'avaluació alternativa haurà de presentar un contracte de treball o justificar, mitjançant un escrit dirigit a la degana, les raons que li impossibiliten fer l'avaluació continua en un termini de cinc (5) dies des del començament del quadrimestre. Per més informació, envieu un correu electrònic a lletres.secretariacentre@udl.cat o adreceu-vos a la Secretaria Acadèmica de la Facultat de Lletres.

Els alumnes que rebin l'avaluació alternativa tindran dret a un examen final (i la seva recuperació) que serà la única nota que tindran.

Bibliografia i recursos d'informació

Lectures obligatòries:

Grup 1:

Lazarsfeld, P. F. i Merton, R. K. (1948). *Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada*. A Muraro, H. (Ed.) (1977). *La comunicación de masas, Centro editor de América Latina*, Buenos Aires.

Rizo, M. (2004). *El interaccionismo simbólico y la Escuela de Palo Alto. Hacia un nuevo concepto de comunicación*. Portal de la Comunicación In-Com UAB.

Rodrigo Alsina, M. (2014). *Los modelos de la comunicación*. Portal de la Comunicación In-Com UAB.

Tranche, R (2019). *La mascara sobre la realidad. La información en la era digital*. Madrid: Alianza Editorial

Grup 2:

Rosenberry, J. i Vicker, L.A. (2017). *Applied Mass Communication Theory: A Guide for Media Practitioners*, Routledge. [Capítols 1 a 6]

Altres lectures possibles:

Ambriz, F. (2013). Hypodermic Needle Theory. *On My Level*. 31 May. Available online: <https://frankt1000.wordpress.com/2013/05/>

Bakshy, E., Mason, W.A., Hofman, J.M. i Watts, D.J. (2011). Everyone's an Influencer: Quantifying Influence on Twitter. WSDM Proceedings.

Blumer, H. (1933). Moulding of Mass Behaviour Through the Motion Picture. *Publications of the American Sociological Society*, 29 (1935): 115-127. Available online: https://brocku.ca/MeadProject/Blumer/Blumer_1935.html

- Boni, F. (2008). *Teorías de los medios de comunicación*. Aldea Global.
- Capeli, M.Q. (2019). Micro-influencers' impact on engagement levels for fashion retail brands on Instagram. Unpublished Master's Thesis, University of North Florida.
- Katz, E. (1957). The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on an Hypothesis. *Political Opinion Quarterly*, 21 (1): 61-78.
- Kim, S., Han, M., Choi, D. i Kim, J. (2013). Attribute agenda setting, priming and the media's influence on how to think about a controversial issue. *the International Communication Gazette*, 74 (1): 43-59.
- Łódzki, B. i Nowak, E. (2015). New trends in agenda-setting research. *Central European Journal of Communication*, 8 (2): 301-312. Available online: https://www.cejc.ptks.pl/attachments/INTERVIEW-News-trends-in-agenda-setting--interview-with-Professor-Maxwell-McCombs--one-of-the-two-founding-fathers-of-empirical-research-research-on-the-agenda-setting-function-of-the-press_2018-06-08_11-53-45.pdf
- Martin Serrano, M. (2007). *Teoría de la comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.
- Mattelart, A. i Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- McCombs, M.E. i Shaw, D.L. (1972). The agenda-setting function of the media. *Public Opinion Quarterly*, 36: 176-185.
- Nguyen, H.N. i Gehrau, V. (2010). Agenda Diffusion: an integrated model of agenda setting and interpersonal communication. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 87 (1): 100-116.
- Ostini, J. i Fung, A.Y.H. (2002). Beyond the Four Theories of the Press: a new model of national media systems. *Mass Communication & Society*, 6 (1): 41-56.
- Pooley, J. i Socolow, M.J. (2013). The Myth of the War of the Worlds Panic. *Slate* (October 28). Available online: <https://slate.com/culture/2013/10/orson-welles-war-of-the-worlds-panic-myth-the-infamous-radio-broadcast-did-not-cause-a-nationwide-hysteria.html>
- Price, V., Tewksbury, V. i Power, E. (1997). Switching trains of thought: The impact of new frames on readers' cognitive responses. *Communication Research*, 24: 481-506.
- Raacke, J. i Bonds-Raacke, J. (2008). MySpace and Facebook: Applying the Uses and Gratifications Theory to Exploring Friend-Networking Sites. *Cyberpsychology & Behaviour*, 11 (2): 169-174.
- Rodrigo Alsina, M. (1995). *Los modelos de la comunicación*. Madrid: Tecnos.
- Rodrigo Alsina, M. (2001). *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Rodrigo, M. i Estrada, A. (2008). *Las teorías de la comunicación*. Barcelona: UOC.
- Saperas, E. (1992). *Introducción a las teorías de la comunicación*. Barcelona: Pòrtic.
- Saperas, E. (1998). *Manual básico de teoría de la comunicación*. Barcelona: CIMS.
- Scheufele, D. A. (1999). Framing as a Theory of Media Effects. *Journal of Communication*, 49 (4): 103-22.
- Van de Vijver, L. (2017). The cinema is dead, long live the cinema!: Understanding the social experience of cinema-going today. *Participations: Journal of Audience & Reception Studies*, 14 (1): 129-144.
- Vostal, F. (2014) Thematizing speed: Between critical theory and cultural analysis. *European Journal of Social Theory*, 17 (1): 95-114.
- Weimann, G. i Brosius, H.B. (2017). Redirecting the agenda: agenda-setting in the online Era. *Agenda Setting Journal*, 1 (1): 63-101.
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

