



Universitat de Lleida

GUÍA DOCENTE **TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN**

Coordinación: LOZANO AGUILAR, ARTURO

Año académico 2023-24

Información general de la asignatura

Denominación	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN			
Código	101953			
Semestre de impartición	2o Q(SEMESTRE) EVALUACIÓN CONTINUADA			
Carácter	Grado/Máster	Curso	Carácter	Modalidad
	Doble titulación: Grado en Lenguas Aplicadas y Traducción y Grado en Estudios Ingleses	2	TRONCAL/BÁSICA	Presencial
	Doble titulación: Grado en Lenguas Aplicadas y Traducción y Grado en Filología Catalana y Estudios Occitanos	2	TRONCAL/BÁSICA	Presencial
	Doble titulación: Grado en Lenguas Aplicadas y Traducción y Grado en Filología Hispánica	2	TRONCAL/BÁSICA	Presencial
	Grado en Comunicación y Periodismo Audiovisuales	1	TRONCAL/BÁSICA	Presencial
Número de créditos de la asignatura (ECTS)	6			
Tipo de actividad, créditos y grupos	Tipo de actividad	PRAULA	TEORIA	
	Número de créditos	3	3	
	Número de grupos	2	2	
Coordinación	LOZANO AGUILAR, ARTURO			
Departamento/s	FILOLOGÍA Y COMUNICACIÓN			
Distribución carga docente entre la clase presencial y el trabajo autónomo del estudiante	Horas presenciales: 60 Trabajo autónomo: 90			
Información importante sobre tratamiento de datos	Consulte este enlace para obtener más información.			
Idioma/es de impartición	Habrá dos idiomas de impartición. Para el grupo 1, será el catalán, y para el grupo 2 el inglés.			

Profesor/a (es/as)	Dirección electrónica\nprofesor/a (es/as)	Créditos impartidos por el profesorado	Horario de tutoría/lugar
LOZANO AGUILAR, ARTURO	arturo.lozano@udl.cat	6	
MARTIN RUBIO, FRANCISCO JAVIER	xavier.martinrubio@udl.cat	7,2	

Objetivos académicos de la asignatura

- Identificar las diferentes teorías en el ámbito de la comunicación mediática.
- Apreciar las características de la interacción comunicativa y sus habilidades.

Competencias

Competencias generales:

CG3. Aplicar los conocimientos teóricos en la actividad práctica.

CG7. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento críticos y saber comunicarlos de manera efectiva.

CG8. Valorar el respeto a la diversidad y pluralidad de ideas.

Competencias específicas:

CE4. Describir las principales teorías en el ámbito de los medios de comunicación social y sus elaboraciones conceptuales.

CE7. Identificar y aplicar los fundamentos éticos y la deontología profesional en el ejercicio de las actividades relacionadas con los medios de comunicación.

CE8. Aplicar el método científico de forma adecuada a la investigación en el ámbito de la comunicación, así como exponer los resultados del proceso de investigación.

Contenidos fundamentales de la asignatura

Unidad 1. Introducción. La teoría y el estudio de la comunicación. Semiótica y semiología.

Unidad 2. Comunicación interpersonal. Interaccionismo simbólico. El *framing*.

Unidad 3. Teorías funcionalistas. Repaso histórico (Aguja hipodérmica, la teoría de los dos pasos, Usos y gratificaciones, *Agenda Setting*).

Unidad 4. Los paradigmas alternativos de la Teoría Crítica y de los Estudios Culturales.

Unidad 5. Teorías de la comunicación internacional. Los estudios de la comunicación en la era digital.

Ejes metodológicos de la asignatura

1. Clases magistrales
2. Coloquios
3. Conferencias
4. Debate dirigido
5. Seminario
6. Trabajo en grupo
7. Trabajo escrito

Plan de desarrollo de la asignatura

Unidad 1. Introducción. La teoría y el estudio de la comunicación. Semiótica y semiología.

6 sesiones (5, 6, 12, 13, 19 y 20/Febrero)

Unidad 2. Comunicación interpersonal. Interaccionismo simbólico. El *framing*.

6 sesiones (26 y 27/Febrero y 4, 5, 11 y 12/Marzo)

Unidad 3. Teorías funcionalistas. Repaso histórico (Aguja hipodérmica, la teoría de los dos pasos, Usos y gratificaciones, *Agenda Setting*).

5 sesiones (18 y 19/Marzo y 1, 8 y 9/Abril)

Unidad 4. Los paradigmas alternativos de la Teoría Crítica y de los Estudios Culturales.

6 sesiones (15, 16, 22, 23, 19 y 30/Abril)

Unidad 5. Teorías de la comunicación internacional. Los estudios de la comunicación en la era digital.

4 sesiones (6, 7, 13 y 14/Mayo)

Las sesiones de los días 20 y 21 de Mayo se dedicaran a los proyectos grupales.

Sistema de evaluación

Bloque examen: 40%

Examen final el lunes 27 de Mayo a las 16:00 (Grupo 1 en la 2.13 y Grupo 2 en las aulas 3.48 y 3.49). Para aprobar la asignatura se necesita una nota mínima de 3,5 en el examen.

Recuperación el miércoles 19 de junio a las 18:30 (Grupo 1 en la 2.13 y Grupo 2 en las aulas 3.48 y 3.49).

Bloque participación activa: 10%

No la asistencia a clase, sino participar activamente en las clases.

Bloque trabajo individual: 25%

En el grupo 1, prueba presencial sobre una crítica elaborada a lo largo del semestre.

En el grupo 2, elaboración de un informe sobre las teorías empleadas en el trabajo grupal y descripción del proceso seguido.

Bloque trabajo grupal: 25%

En grupos de 3-4 estudiantes.

Grup 1. Análisis de dos noticias sobre un mismo hecho siguiendo la metodología explicada en la asignatura

En el grupo 2, elaboración de un episodio de podcast de 30 minutos surgido de entre 2 y 4 entrevistas, y que constará de una introducción y una discusión final.

Asistir presencialmente a un mínimo del 80% de las clases es un requisito para aprobar para los alumnos que matriculen la asignatura por primera vez.

En caso de fraude académico o copia espontánea, se aplicará lo establecido en la Normativa de evaluación y calificación de la docencia en los grados y másteres de la UdL.

El estudiante o la estudiante que se quiera acoger a la evaluación alternativa deberá presentar un contrato de trabajo o justificar, mediante escrito dirigido a la decana, las razones que le imposibilitan realizar la evaluación continua en un plazo de cinco (5) días desde el comienzo del cuatrimestre. Para más información, envíe un correo electrónico a iletres.secretariacentre@udl.cat o dirijase a la Secretaría Académica de la Facultad de Letras.

Los alumnos que opten por la evaluación alternativa realizarán el examen final (con su correspondiente recuperación) como único elemento de evaluación.

Bibliografía y recursos de información

Lecturas obligatorias:

Grupo 1:

Lazarsfeld, P. F. y Merton, R. K. (1948). Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada. En 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

Grupo 2:

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

Otras lecturas posibles:

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. y 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, Unviversity 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. y 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. y 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. y Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- McCombs, M.E. y Shaw, D.L. (1972). The agenda-setting function of the media. *Public Opinion Quarterly*, 36: 176-185.
- Nguyen, H.N. y 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. y 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. y Power, E. (1997). Switching trains of thought: The impact of new frames on readers' cognitive responses. *Communication Research*, 24: 481-506.
- Raacke, J. y 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. y Estrada, A. (2008). *Les teories de la comunicació*. Barcelona: UOC.
- Saperas, E. (1992). *Introducció a les teories de la comunicació*. 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. y 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.