



DATOS IDENTIFICATIVOS

Comunicación: Teoría e historia de la comunicación

Asignatura	Comunicación: Teoría e historia de la comunicación			
Código	P04G190V01104			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione FB	Curso 1	Cuatrimestre 1c
Lengua Impartición	Castellano			
Departamento	Psicología evolutiva y comunicación			
Coordinador/a	Román Portas, María Mercedes Doval Avendaño, María Montserrat			
Profesorado	Doval Avendaño, María Montserrat Pouso Torres, Esperanza Román Portas, María Mercedes			
Correo-e	montse.doval@uvigo.es mroman@uvigo.es			
Web				
Descripción general	<p>La teoría de la comunicación pone los fundamentos intelectuales desde los que deberá ser considerada la teoría de la información. Analiza los factores que intervienen en el fenómeno de la comunicación, especialmente en la comunicación pública. Introduce en el estudio del fenómeno social de la comunicación colectiva. Muestra el contexto socio-político en el que se ejercen las profesiones informativas. Estudia el papel de los medios en la sociedad y en el sistema político actual, teniendo en cuenta emisores, contenidos y audiencias. Trata de la importancia que hoy tienen los procesos de comunicación, la labor mediadora que realizan los medios de comunicación al dar a conocer la realidad a los ciudadanos, la capacidad de influencia que tiene el sistema comunicativo al penetrar en el sistema social.</p> <p>La historia de la comunicación estudia la comunicación entendida como resultado de la acción de los medios de comunicación en un espacio y tiempo concretos. Con un enfoque diacrónico. Se destaca la trascendencia social de la comunicación. En esta parte de la materia interesan los procesos y hechos comunicativos que constituyen un factor fundamental en la articulación de los grupos sociales a lo largo de la historia</p>			

Competencias

Código	
A1	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.
A3	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.
B1	Competencias interpretativa y operativa de la comunicación como realidad y como campo de estudio desde el punto de vista humanístico y técnico: conocimiento teórico de la comunicación.
B2	Competencia interpretativa de la comunicación: capacidad de analizar los elementos de la comunicación y generar los conocimientos en esta disciplina.
B3	Competencia interpretativa del entorno: capacidad para analizar e interpretar el entorno económico, político, socio-cultural, tecnológico y comunicativo.
C2	Competencias socio-culturales: Conocimiento de los procesos sociopsicológicos que afectan al desarrollo de la comunicación en general, los específicos de la comunicación publicitaria y los propios de relaciones con los públicos
D3	Competencias colaborativas: capacidad de adaptación a los objetivos y valores organizacionales y de trabajo en equipo

Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje		
1. Definición y comprensión teórica y práctica de la comunicación y de la comunicación colectiva como realidades y como campo de estudio	A1 A3	B2 C2	
2. Descripción de las características esenciales de la comunicación, sus elementos y sus resultados, desde el punto de vista humanístico y técnico.	A3	B1 B2	C2
3. Examen y reconocimiento de la relación existente entre la evolución de la sociedad en el mundo contemporáneo y el ámbito de la comunicación.	A1 A3	B3	C2
4. Describir y diagnosticar las cuestiones fundamentales de la comunicación en la sociedad contemporánea	A3	B3	C2
5. Reflexionar sobre los procesos y fenómenos generados por los medios de comunicación	A3	B2 B3	C2
6. Analizar e interpretar el entorno económico, político, socio-cultural, tecnológico y comunicativo.		B2 B3	C2 D3
7. Analizar los elementos de la comunicación y generar los conocimientos en esta disciplina.	A3	B1 B2	C2
8. Análisis, síntesis y juicio crítico sobre las acciones comunicativas. Situar la comunicación y las acciones en ella implicadas en el ámbito de la libertad personal y de la creatividad.			D3
9. Interpretar los contenidos de las fuentes primarias y secundarias dando la opinión propia.		B2	D3
10. Adaptación a los objetivos y valores organizacionales y de trabajo en equipo. Expresarse en público.			D3

Contenidos

Tema	
I. Pensar en la Comunicación	1. Teoría de la Comunicación y Teoría de la Información 2. Disciplinariedad e interdisciplinariedad 3. Investigación y realidad social 4. Técnicas de investigación aplicadas a la comunicación
II. Definir la Comunicación	1. Comunicación implícita y explícita 2. Características esenciales de la comunicación 3. Los símbolos en la comunicación
III. Elementos de la Comunicación	1. Sistemas y modelos 2. Modelos básicos para el estudio de la Comunicación 3. Comparación de modelos y elementos comunes 4. El ecosistema comunicativo
IV. Las acciones comunicativas	1. Percepción 2. Interpretación y expresión
V. Perspectivas de la Comunicación	1. Perspectiva funcionalista 2. Perspectiva crítica 3. Perspectiva interpretativa
VI. Historia de la comunicación I	1. La Escuela de Chicago 2. Mass Communication Research 3. Walter Lippmann
VII. Historia de la comunicación II	1. Two-step flow 2. Difusión de innovaciones 3. Agenda-setting 4. Espiral del silencio
VIII. Historia de la comunicación III	La comunicación mediada
IX. Historia de la comunicación IV	El nuevo contexto comunicativo

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Sesión magistral	20	60	80
Trabajos de aula	15	30	45
Seminarios	10	10	20
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	5	0	5

*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

Metodologías

Descripción

Sesión magistral	En estas actividades predomina la transmisión, de forma expositiva, de conocimientos sobre un determinado ámbito profesional. Se trabaja fundamentalmente el saber (competencia técnica), aunque también se trabajan los otros saberes (saber hacer, saber ser y saber estar). El alumnado tiene como función tomar apuntes, notas, relacionar conceptos, preguntar a el/la docente.
Trabajos de aula	El estudiante desarrolla ejercicios o proyectos en el aula bajo las directrices y supervisión de la profesora. Su desarrollo puede estar vinculado con actividades autónomas del estudiante.
Seminarios	Trabajo en profundidad de un tema (monográfico). A partir de material audiovisual se repasará la historia de la comunicación en el siglo XX.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	El alumnado puede dirigirse al docente siempre que lo desee con sus dudas y preguntas durante las horas de clase y en las horas de tutoría.
Seminarios	El alumnado puede dirigirse al docente siempre que lo desee con sus dudas y preguntas durante las horas de seminario y en las horas de tutoría.
Trabajos de aula	El alumnado puede dirigirse al docente siempre que lo desee con sus dudas y preguntas durante las horas de prácticas y en las horas de tutoría.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Trabajos de aula	La evaluación de los trabajos de aula se realizará por asistencia y el contenido de los trabajos escritos. Se valorará la corrección en la redacción. La asistencia a las sesiones prácticas es obligatoria.	20	A3	B2	D3
Seminarios	La evaluación sobre los seminarios será por asistencia y la presentación de un trabajo en equipo. La asistencia a los seminarios es obligatoria.	10	A3		D3
Pruebas de respuesta larga, de desarrollo	Pruebas que incluyen preguntas abiertas sobre un tema. El alumnado debe desarrollar, relacionar, organizar y presentar los conocimientos que tiene sobre la materia.	70	A1 A3	B1 B2 B3	C2

Otros comentarios sobre la Evaluación

Es necesario aprobar tanto la parte teórica como la práctica de la asignatura.

La evaluación de los trabajos de aula se realizará por asistencia y el contenido de los trabajos escritos. Se valorará la corrección en la redacción. La asistencia a las sesiones prácticas es obligatoria.

La evaluación sobre los seminarios será por asistencia y la presentación de un trabajo en equipo.

En la segunda convocatoria se examinará la parte suspensa (teoría y/o práctica).

Fuentes de información

- Berganza, M.R.; Ruiz San Román, J. A.; García Galera, C. [et. al.], **Investigar en comunicación : guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación**, McGraw Hill,
- Bourdieu, Pierre, **Sobre la televisión**, Anagrama,
- Katz, Elihu y Lazarsfeld, Paul F., **La Influencia personal : el individuo en el proceso de comunicación de masas**, Hispano Europea,
- Lippmann, W., **La Opinión Pública**, Cuadernos de Langre,
- Martín Algarra, Manuel, **Teoría de la Comunicación: una propuesta**, Tecnos,
- McCombs, M., **Estableciendo la agenda : el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento**, Paidós,
- McLuhan, M., **Comprender los medios de comunicación : las extensiones del ser humano**, Paidós,
- Postman, Neil, **Divertirse hasta morir : el discurso público en la era del "show business"**, Ideas (Ediciones de la Tempestad),
- Postman, Neil, **Tecnópolis : la rendición de la cultura a la tecnología**, Galaxia Gutenberg,
- Rodrigo Alsina, Miquel, **Teorías de la Comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas**, Castellón: Biblioteca de la Universidad Jaume I,
- Scannell, Paddy, **Media and communication**, SAGE,

Recomendaciones

Asignaturas que continúan el temario

Comunicación: Historia de la propaganda y la publicidad/P04G190V01204
Teoría y práctica de la comunicación publicitaria/P04G190V01105

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Comunicación: Comunicación escrita/P04G190V01201
