

Ficha Técnica

Titulación:	Grado en Periodismo		
Plan BOE:	BOE número 71 de 24 de marzo de 2014		
Asignatura:	Teoría de la Comunicación Social		
Módulo:	Teoría de la Comunicación Social		
Curso:	1º	Créditos ECTS:	6
Tipo de asignatura:	Básica	Tipo de formación:	Teórica

Presentación

Esta disciplina requiere del estudio interdisciplinar de conceptos básicos de las Ciencias de la Comunicación para detenerse, posteriormente, en las investigaciones que se han realizado sobre el proceso simbólico de la comunicación humana. A partir de ahí, analiza la función pública de la información y la estructura del sistema comunicativo, con especial atención a la responsabilidad que tienen los comunicadores con la sociedad. Esta asignatura comporta el estudio de los efectos que tienen los medios de comunicación en la opinión pública y el control del proceso informativo.

Competencias y/o resultados del aprendizaje

- Describir las principales tendencias de investigación en la comunicación social, así como sus diferentes modelos: behavioristas, funcionales, constructivistas y estructuralistas.
- Comprender la naturaleza y potencialidad comunicativa de las imágenes.
- Observar e identificar los recursos literarios en textos periodísticos.
- Conocer algunas de las tendencias y autores de la literatura y el periodismo literario, así como redactar breves textos de creación, análisis y crítica.
- Dominar las técnicas de persuasión ante pequeños y grandes auditorios.
- Definir el marco de actuación de los grandes grupos de medios y sus procesos de concentración.
- Describir la evolución general de la prensa, la publicidad y la propaganda a través de su desarrollo histórico.

Contenidos Didácticos

1. Introducción. La ciencia de la comunicación como ciencia social
 - 1.1. Introducción: el estudio de la comunicación como ciencia social
 - 1.2. El conocimiento
 - 1.2.1. Las fuentes del conocimiento
 - 1.3. Los métodos científicos
 - 1.3.1. El método deductivo
 - 1.3.2. El método inductivo
 - 1.3.3. El método hipotético-deductivo
 - 1.4. Conceptos comunes en la investigación científica
 - 1.4.1. Variables dependientes e independientes
 - 1.4.2. Hipótesis
 - 1.4.3. La operacionalización

- 1.4.4. La ley o teoría de cobertura
- 2. Elementos de la comunicación. Ámbitos científicos de la comunicación social
 - 2.1. La investigación empírica de los fenómenos comunicativos
 - 2.1.1. Investigación básica versus investigación aplicada
 - 2.1.2. Los paradigmas de investigación
 - 2.1.3. El problema de los valores
 - 2.1.4. La reactividad
 - 2.1.5. Metodología y técnica de investigación
 - 2.1.6. La unidad de análisis
 - 2.1.7. Estudios transversales y longitudinales
 - 2.2. El concepto de comunicación
 - 2.2.1. Definir la comunicación
 - 2.3. Ámbitos científicos de la comunicación
- 3. Trayectorias de la investigación en la comunicación social
 - 3.1. Los orígenes del estudio de la comunicación
 - 3.1.1. Grecia
 - 3.1.2. Los sofistas, primeros teóricos de la comunicación
 - 3.1.3. La retórica aristotélica
 - 3.1.4. Cicerón y los cánones de la retórica
 - 3.1.5. Quintiliano: la institución oratoria
 - 3.1.6. La retórica medieval: el ars predicandi y San Agustín
 - 3.2. El periodo moderno: la escisión entre la teoría de la argumentación y el arte de la pronunciación
 - 3.2.1. El humanismo antirretoricista
 - 3.2.2. La comunicación en el Barroco: de retórica a poética
 - 3.2.3. De la Ilustración a la sociedad de masas
 - 3.3. El siglo XX: la retórica de los mass media
 - 3.3.1. Las nuevas retóricas
 - 3.3.2. Las teorías de la comunicación mediática
- 4. La conducta comunicativa
 - 4.1. Acotación del concepto de conducta comunicativa
 - 4.2. La etología animal y el estudio de la comunicación humana
 - 4.3. Los antecedentes biológicos de la comunicación
 - 4.4. La comunicación intrapersonal
 - 4.5. Los patrones de conducta comunicativa
 - 4.5.1. Descripción física de la conducta comunicativa: estímulos desencadenadores y pautas fijas de acción comunicativa
 - 4.6. El estudio de la conducta comunicativa no verbal
 - 4.6.1. El movimiento del cuerpo como pauta de acción comunicativa
 - 4.6.2. El contenido latente de la comunicación no verbal: indicadores de actitudes, dominancia y engaño en los movimientos corporales
- 5. La transacción comunicativa
 - 5.1. Intercambio simbólico y cultura humana
 - 5.1.1. Rituales, convenciones y respuesta volitiva
 - 5.1.2. Comportamiento autómatas en el marco institucional
 - 5.2. El análisis transaccional
 - 5.2.1. El yo-niño
 - 5.2.2. El yo-padre
 - 5.2.3. El yo-adulto
 - 5.3. Análisis conciliatorio
 - 5.3.1. Conciliaciones complementarias y cruzadas
 - 5.3.2. Conciliaciones ulteriores o de dos niveles
- 6. Identidad, autoconcepto y comunicación

- 6.1. Micropolítica transaccional y autoconcepto: la interacción como negociación de identidades
 - 6.1.1. La estrategia de las emociones negativas
 - 6.1.2. La estrategia de las emociones positivas
 - 6.1.3. La estrategia de inducción de emociones en los otros
 - 6.1.4. La estrategia del compromiso mutuo
 - 6.1.5. La estrategia de la lástima o la comprensión
- 6.2. La presentación de uno mismo en los rituales cotidianos
 - 6.2.1. El interaccionismo simbólico
- 6.3. La construcción del autoconcepto y su expresión
 - 6.3.1. El constructivismo
- 6.4. El autoconcepto motivado para interactuar
 - 6.4.1. La teoría de la acción razonada
- 6.5. Pragmática conversacional
- 7. La comunicación en grupos y organizaciones
 - 7.1. El grupo social
 - 7.2. Las redes sociales, la sociometría y la comunicación intra e intergrupar
 - 7.3. Unidades y niveles de análisis de la comunicación grupal
 - 7.3.1. Los individuos como unidades de análisis
 - 7.3.2. Las díadas como unidades de análisis
 - 7.3.3. Las redes de comunicación personal como unidades de análisis
 - 7.4. La teoría de la difusión de las innovaciones
 - 7.4.1. El factor temporal
 - 7.4.2. Información e innovación
 - 7.4.3. Heterofilia y difusión
 - 7.4.4. El afán innovador
 - 7.5. La comunicación en las organizaciones
 - 7.5.1. Información y racionalidad instrumental en las organizaciones
- 8. Comunicación mediática (I). Teorías sobre los efectos poderosos de los medios
 - 8.1. La comunicación mediática
 - 8.2. Características de los medios y de sus mensajes
 - 8.2.1. Los medios de comunicación de masas
 - 8.2.2. Las funciones de los medios
 - 8.2.3. Los contenidos de los mass media
 - 8.3. Los efectos poderosos de los medios de masas
 - 8.3.1. Los medios nos dicen qué debemos pensar
 - 8.3.2. Los medios nos dicen qué no debemos pensar
- 9. Comunicación mediática (II). Los efectos limitados
 - 9.1. Planteamiento general sobre la inocuidad relativa de los medios
 - 9.2. Procesamiento selectivo
 - 9.3. Los usos y gratificaciones de la comunicación de masas
 - 9.3.1. Necesidades y motivación
 - 9.3.2. Gratificaciones buscadas y obtenidas
 - 9.3.3. La teoría del valor de la expectativa
 - 9.3.4. Las gratificaciones derivadas de usos disfuncionales: la dependencia al sistema de medios
- 10. La comunicación computerizada y la realidad virtual como objetos de estudio emergentes
 - 10.1. La comunicación mediante ordenadores: el problema de su integración teórica
 - 10.1.1. Definiciones de la comunicación computerizada
 - 10.2. Avances hacia la consolidación de un corpus teórico de la comunicación por ordenador
 - 10.2.1. Aproximaciones al objeto de estudio desde la ciencia aplicada
 - 10.2.2. Primeros pasos en la investigación académica
 - 10.3. Evolución de la teoría de los usos y gratificaciones
 - 10.3.1. Refuerzos de la teoría de la dependencia mediática

10.4. La realidad virtual como objeto de estudio emergente

10.4.1. Contribuciones teóricas al estudio de la comunicación en entornos virtuales

10.4.2. La inmersión psicológica del usuario

10.4.3. La telepresencia

Contenidos Prácticos

Durante el desarrollo de la asignatura se realizarán las siguientes actividades prácticas:

- Elaboración y entrega de un informe en torno a un texto clásico de la historia de la comunicación.
- Análisis de los elementos de Comunicación No Verbal en una pintura clásica.
- Comentario en torno a un artículo sobre la difusión de innovaciones: las redes sociales como elemento de cambio político.
- Informe en torno a los efectos del cine en la cultura contemporánea.

Evaluación

El sistema de evaluación del aprendizaje de la UDIMA contempla la realización de diferentes tipos de actividades de evaluación y aprendizaje. El criterio de valoración establecido se detalla a continuación:

Actividades de aprendizaje	10%
Controles	10%
Actividades de Evaluación Continua (AEC)	20%
Examen final presencial	60%
TOTAL	100%

Bibliografía

- De Miguel, R. (2010). *Teoría de la Comunicación Social*. Madrid: Ed. Udimia.
- Berganza, R. y RUIZ SAN ROMÁN, J.A. (eds.) (2004). *Investigar en comunicación*. Madrid: McGraw-Hill.
- Davis, F. (2002). *La comunicación no verbal*. Madrid: Alianza.
- Defleur, M.L. y BALL-ROKEACH, S. (1986)
- McQuail, M. (1995). *Introducción a la teoría de comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.