

1. DATOS BÁSICOS

Asignatura	Teoría de la Comunicación
Titulación	Grado en Periodismo
Escuela/ Facultad	Facultad de Ciencias Económicas, Empresariales y de la Comunicación
Curso	Primero
ECTS	6 ECTS
Carácter	Obligatorio
Idioma/s	Castellano
Modalidad	Presencial
Semestre	Primer semestre
Curso académico	2024/2025
Docente	Rosa M ^a Sánchez del Pulgar Legido

2. PRESENTACIÓN

La asignatura “Teoría de la Comunicación” es una asignatura de carácter obligatorio dentro de la planificación de las enseñanzas del Grado en Periodismo de la Universidad Europea de Madrid. Dicha asignatura forma parte de uno de los ejes principales en el proceso formativo del futuro egresado en periodismo.

Esta materia tiene como principales objetivos el análisis de los elementos, formas, procesos y estructuras de la comunicación, así como sus métodos de trabajo, documentación e investigación para permitir un conocimiento y entendimiento globalizado del fenómeno de la comunicación humana, referido no solo al hecho comunicativo, sino también a la realidad social de la Información.

A lo largo de la asignatura, se estudian los distintos sistemas y medios de comunicación desde sus orígenes y las implicaciones producidas por ellos en el desarrollo político, económico y social en la sociedad humana en sus diferentes etapas de evolución. Los contenidos de esta asignatura resultan relevantes para estudiantes enfrentados día a día al hecho de la comunicación.

3. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Competencias básicas:

- CB1. 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.
- CB4. Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado

Competencias transversales:

- CT1: Aprendizaje Autónomo: Habilidad para elegir las estrategias, las herramientas y los momentos que considere más efectivos para aprender y poner en práctica de manera independiente lo que ha aprendido.
- CT4: Capacidad de análisis y síntesis: ser capaz de descomponer situaciones complejas en sus partes constituyentes; también evaluar otras alternativas y perspectivas para encontrar soluciones óptimas. La síntesis busca reducir la complejidad con el fin de entenderla mejor y/o resolver problemas.
- CT6: Comunicación oral/ comunicación escrita: capacidad para transmitir y recibir datos, ideas, opiniones y actitudes para lograr comprensión y acción, siendo oral la que se realiza mediante palabras y gestos y, escrita, mediante la escritura y/o los apoyos gráficos.
- CT8: Gestión de la información: Capacidad para buscar, seleccionar, analizar e integrar información proveniente de fuentes diversas.
- CT12: Razonamiento crítico: Capacidad para analizar una idea, fenómeno o situación desde diferentes perspectivas y asumir ante él/ella un enfoque propio y personal, construido desde el rigor y la objetividad argumentada, y no desde la intuición.

Competencias específicas:

- CE4. Capacidad para analizar, sintetizar y comunicar efectivamente contenidos de carácter muy diverso a públicos receptores igualmente diversos.
- CE6. Capacidad para jerarquizar la importancia de las informaciones, u otros contenidos que deba cubrir, y los recursos que deba dedicar a ellas.
- CE15. Conocimiento avanzado de la terminología específica de la profesión periodística.

Resultados de aprendizaje:

- RA1. Reconocer y analizar los elementos (procesos, formas y estructuras) de la comunicación.
- RA2. Analizar las implicaciones de los sistemas y medios de comunicación en la sociedad (en su desarrollo político, económico y social).
- RA3. Utilizar información, recursos y tecnologías con autonomía para alcanzar sus objetivos de aprendizaje.
- RA4. Participar y colaborar de forma activa en equipos de trabajo.
- RA5. Solicitar ideas y opiniones para la toma de decisiones y planes conjuntos.
- RA6. Asumir responsabilidades compartidas en proyectos comunes.

En la tabla inferior se muestra la relación entre las competencias que se desarrollan en la asignatura y los resultados de aprendizaje que se persiguen:

Competencias	Resultados de aprendizaje
CB1, CT6, CE1	RA1. Reconocer y analizar los elementos (procesos, formas y estructuras) de la comunicación.

CB1, CT6, CE1	RA2. Analizar las implicaciones de los sistemas y medios de comunicación en la sociedad (en su desarrollo político, económico y social).
CB4, CT2, CE1, CE8	RA3. Utilizar información, recursos y tecnologías con autonomía para alcanzar sus objetivos de aprendizaje.
CB1, CT6, CE1	RA4. Participar y colaborar de forma activa en equipos de trabajo.
CB1, CT6, CT7, CE1, CE8	RA5. Solicitar ideas y opiniones para la toma de decisiones y planes conjuntos.
CB1, CT2, CT7, CE1, CE8	RA6. Asumir responsabilidades compartidas en proyectos comunes.

4. CONTENIDOS

La materia está organizada en seis unidades de aprendizaje, las cuales, a su vez, están divididas en temas (cuatro o cinco temas dependiendo de las unidades):

Unidad 1. Introducción a los conceptos de Teoría y de Comunicación

- 1.1. Introducción a los conceptos de Teoría y de Comunicación

Unidad 2. Los primeros estudios sobre comunicación de masas

- 2.1. La Escuela de Chicago
- 2.2. La Mass Communication Research
- 2.3. Los efectos de los medios

Unidad 3. Teorías de la recepción y de la interpretación

- 3.1. La construcción de la realidad
- 3.2. La agenda-setting
- 3.3. Los conceptos de frame y framing
- 3.4. El análisis crítico del discurso (T. A. van Dijk)
- 3.5. Aplicación: ejercicio sobre framing

Unidad 4. Comunicación y cultura

- 4.1. La Escuela de Frankfurt
- 4.2. Semiótica y sociología (R. Barthes, U. Eco, E. Morin)
- 4.3. Los cultural studies británicos
- 4.4. Aplicación: ejercicio inspirado en Mitologías de R. Barthes

Unidad 5. Desinformación en red

- 5.1. Conceptos de Fake news, desinformación y postverdad
- 5.2. Inicios del periodismo de verificación.
- 5.3. Newsroom vs NGO. Modelos de negocio en los medios de verificación de información.
- 5.4. Aplicación: ejercicio de fact-checking.

Unidad 6. Comunicación y globalización

- 6.1. Armand Mattelart
- 6.2. Manuel Castells
- 6.3 Aplicación: comunicación de masas y autocomunicación de masas

5. METODOLOGÍAS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

A continuación, se indican los tipos de metodologías de enseñanza-aprendizaje que se aplicarán:

- Clase magistral.
- Método del caso.
- Aprendizaje basado en proyectos y problemas

6. ACTIVIDADES FORMATIVAS

A continuación, se identifican los tipos de actividades formativas que se realizarán y la dedicación en horas del estudiante a cada una de ellas:

Modalidad presencial:

Actividad formativa	Número de horas
Clases magistrales y magistrales asíncronas	30
Evaluación formativa	15
Análisis de casos	15
Exposiciones orales de trabajos	
Elaboración de informes y escritos	15
Trabajo autónomo	54
Debates y coloquios	15
Tutoría grupal	5
Pruebas de evaluación presenciales	1
TOTAL	150

7. EVALUACIÓN

A continuación, se relacionan los sistemas de evaluación, así como su peso sobre la calificación total de la asignatura:

Modalidad presencial:

Sistema de evaluación	Peso
Prueba de conocimiento	40%
Entrega de informes y escritos y casos	40%
Observación del desempeño	20%

En el Campus Virtual, cuando accedas a la asignatura, podrás consultar en detalle las actividades de evaluación que debes realizar, así como las fechas de entrega y los procedimientos de evaluación de cada una de ellas.

7.1. Convocatoria ordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

7.2. Convocatoria extraordinaria

Para superar la asignatura en convocatoria ordinaria deberás obtener una calificación mayor o igual que 5,0 sobre 10,0 en la calificación final (media ponderada) de la asignatura.

En todo caso, será necesario que obtengas una calificación mayor o igual que 4,0 en la prueba final, para que la misma pueda hacer media con el resto de actividades.

Se deben entregar las actividades no superadas en convocatoria ordinaria, tras haber recibido las correcciones correspondientes a las mismas por parte del docente, o bien aquellas que no fueron entregadas.

8. CRONOGRAMA

En este apartado se indica el cronograma con fechas de entrega de actividades evaluables de la asignatura:

Actividades evaluables	Fecha
Actividad 1. Entorno comunicacional	Semana 2-3
Actividad 2. Aplicación práctica. Esquemas comunicativos	Semana 4-5
Actividad 3. Investigación grupal de los principales modelos comunicativos: Estructuralismo, Funcionalismo y Escuela de Francfort.	Semana 6-7
Actividad 4. Prueba objetiva parcial de conocimientos	Semana 8
Actividad 5. Analizar la agenda setting de un medio	Semana 9-10
Actividad 6. Verificación de una información (fact-checking)	Semana 13-14
Actividad 7. Análisis de un texto. Comunicación de masas y autocomunicación de masas	Semana 16
Actividad 8. Prueba de conocimientos final	Semana 18

Este cronograma podrá sufrir modificaciones por razones logísticas de las actividades. Cualquier modificación será notificada al estudiante en tiempo y forma.

9. BIBLIOGRAFÍA

A continuación, se indica bibliografía recomendada:

- Andaluz Antón, L. 2021. "Medidas preventivas en contra de la desinformación en Europa". En Manuel Blanco Pérez (coord.), *El progreso de la Comunicación en la era de los prosumidores* (pp.171-194). Dykinson S.L.
- Andaluz Antón, L. 2022. "Emociones morales, orientación política e identificación social como estrategia en la difusión y viralización de bulos en Twitter durante la travesía del barco Aquarius". En *Transmitiendo la persuasión: la comunicación que influye*. Fragua.
- Andaluz Antón, L. 2022. "La expansión actual de las iniciativas de fact-checking. Organizaciones en activo". En *Mediaciones comunicativas*. Thomson Reuters-Aranzadi.
- Jiménez-Ramírez, Jorge. 2016. "Lengua y caos: esbozo de las implicaciones de la teoría de los sistemas complejos para la Lingüística". En *Nuevas investigaciones lingüísticas*. Santander: Editorial Difunde-Universidad de Cantabria.
- Revilla Guijarro, Almudena. 2016. "El podcast y el club de lectura para padres: propuestas de promoción de la lectura para personas con discapacidad intelectual". A. Ocampo González (ed.), Madrid: Asociación Española de Comprensión lectora.
- Revilla Guijarro, Almudena. 2015. "Una aproximación a la metodología de textos periodísticos adaptados". A. Ocampo González (ed.), *Lectura para todos. El aporte de la fácil lectura como vía para la equiparación de oportunidades*. Madrid: Asociación Española de Comprensión lectora.
- Andaluz Antón, L., Fernández Fernández, Á., & Sacaluga Rodríguez, I. 2022. *Las tendencias Edtech para la Alfabetización mediática en el aula. Herramientas de fact-checking*. Aula de Encuentro.
- Díaz, J., Cordero, R., Ramiro, Jorge, Silva, A, Fonseca, A. 2022. "Construyendo la escuela del futuro: Guía (ciber)humanista para orientarse en la jungla digital". Viento Sur.
- Fernández Fernández, Á., Revilla Guijarro, A., & Andaluz Antón, L. 2020. Análisis de la caracterización discursiva de los relatos migratorios en Twitter. El caso Aquarius. *Revista Latina de Comunicación Social*, (77), p. 1- 18.
- Fernández Fernández, Á., Andaluz Antón, L., & Sacaluga Rodríguez, I. 2022. El papel de las narraciones digitales interactivas en los procesos de alfabetización mediática y comunicacional. *Etic@ net*. Revista científica electrónica de Educación y Comunicación en la Sociedad del Conocimiento, 22(1), 70-89.
- Barthes, R.: *Mitologías*, Barcelona, Paidós, 1980. o Castells, M.: *Redes de indignación y esperanza*, Madrid, Alianza Editorial, 2012.

- Chillón, A.: La palabra facticia. Literatura, periodismo y comunicación, Barcelona, UAB, 2014. o Duch, L. y A. Chillón, Un ser de mediaciones. Antropología de la comunicación, Vol. 1, Barcelona, Herder, 2012.
- Duch, L. y A. Chillón: Sociedad mediática y totalismo. Antropología de la comunicación, Vol. 2, Barcelona, Herder, 2016.
- Eco, U.: Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas, Barcelona, Lumen, 1993.
- Fortner, Robert S. y P. Mark Fackler (eds.): The handbook of Media and Mass Communication Theory, Oxford, Wiley Blackwell, 2014.
- Habermas, J.: Teoría de la acción comunicativa, Madrid, Taurus, 1999. o Han, B-Ch.: Hipericulturalidad, Barcelona, Herder, 2018.
- Innerarity, D.: La democracia del conocimiento, Barcelona, Paidós, 2011.
- Moragas, M. de: Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa, Barcelona, Gedisa, 2011.
- Pons, S.: Conceptos y aplicaciones de la teoría de la relevancia, Madrid, Arco/Libros, 2004.
- Sperber, D.: Explicar la cultura. Un enfoque naturalista, Madrid, Morata, 2005.

10. UNIDAD DE ORIENTACIÓN EDUCATIVA, DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

Desde la Unidad de Orientación Educativa, Diversidad e Inclusión (ODI) ofrecemos acompañamiento a nuestros estudiantes a lo largo de su vida universitaria para ayudarles a alcanzar sus logros académicos. Otros de los pilares de nuestra actuación son la inclusión del estudiante con necesidades específicas de apoyo educativo, la accesibilidad universal en los distintos campus de la universidad y la equiparación de oportunidades. Desde esta Unidad se ofrece a los estudiantes: Acompañamiento y seguimiento mediante la realización de asesorías y planes personalizados a estudiantes que necesitan mejorar su rendimiento académico. En materia de atención a la diversidad, se realizan ajustes curriculares no significativos, es decir, a nivel de metodología y evaluación, en aquellos alumnos con necesidades específicas de apoyo educativo persiguiendo con ello una equidad de oportunidades para todos los estudiantes. Ofrecemos a los estudiantes diferentes recursos formativos extracurriculares para desarrollar diversas competencias que les enriquecerán en su desarrollo personal y profesional. Orientación vocacional mediante la dotación de herramientas y asesorías a estudiantes con dudas vocacionales o que creen que se han equivocado en la elección de la titulación. Los estudiantes que necesiten apoyo educativo pueden escribirnos a: orientacioneducativa@universidadeuropea.es

11. ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN

¡Tú opinión importa!

La Universidad Europea te anima a participar en las encuestas de satisfacción para detectar puntos fuertes y áreas de mejora sobre el profesorado, la titulación y el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las encuestas estarán disponibles en el espacio de encuestas de tu campus virtual o a través de tu correo electrónico.

Tu valoración es necesaria para mejorar la calidad de la titulación.

Muchas gracias por tu participación.