

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	34850
Nombre	Teorías de la Comunicación
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2020 - 2021

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1407 - Grado de Ingeniería Multimedia	Escuela Técnica Superior de Ingeniería	1	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1407 - Grado de Ingeniería Multimedia	15 - Teorías de la Comunicación	Formación Básica

Coordinación

Nombre	Departamento
VERES CORTES, LUIS ENRIQUE	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

En este módulo, se dotará a los estudiantes de los conocimientos conceptuales y teóricos fundamentales para el estudio en profundidad de las estructuras, procesos y dinámicas de la comunicación audiovisual en la sociedad contemporánea. El módulo está planteado como un recorrido por las principales escuelas o corrientes teóricas del siglo XX en el campo de la comunicación social. En concreto, se abordarán de forma detenida cuatro de estas grandes perspectivas sobre comunicación y sociedad: la Semiótica, en sus principales acepciones, como teoría de los signos, teoría de la producción significativa o teoría de la producción de textos; la Escuela de Chicago y sus derivaciones en la “mass communication research”; la Escuela de Frankfurt o Teoría Crítica; los enfoques que han explicado las relaciones entre virtualización cultural y postmodernidad. En conjunto, la asignatura permite construir un mapa cognitivo y crítico que resulte orientativo y a la vez matizado a la hora de comprender la evolución del pensamiento sobre comunicación audiovisual en las últimas décadas.



CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

No se exigen conocimientos específicos previos para cursar esta asignatura.

COMPETENCIAS

1405 - Grado de Ingeniería Multimedia

- G1 - Capacidad para relacionar y estructurar información proveniente de diversas fuentes y de integrar ideas y conocimientos. (RD1393/2007)
- G3 - Considerar el contexto económico y social en las soluciones de ingeniería, siendo consciente de la diversidad y la multiculturalidad, y garantizando la sostenibilidad y el respeto a los derechos humanos y a la igualdad hombre-mujer.
- MM4 - Conocer las teorías de comunicación y su aplicación al entorno de los sistemas multimedia.
- MM11 - Poseer conocimientos y capacidad para aplicar los diferentes mecanismos y elementos de la construcción de los relatos audiovisuales tanto lineales como no lineales atendiendo a diferentes formatos, tecnologías y soportes de producción.
- MM16 - Conocimiento teórico-práctico de las tecnologías aplicadas a los medios de comunicación audiovisuales (fotografía, radio, sonido, televisión, vídeo, cine, y soportes multimedia).
- MM21 - Comunicar de forma efectiva, tanto por escrito como oralmente, conocimientos, procedimientos, resultados e ideas relacionadas con las TIC y, concretamente de la Multimedia, conociendo su impacto socioeconómico.
- MM28 - Capacidad para resolver problemas con iniciativa, toma de decisiones, autonomía y creatividad. Capacidad para saber comunicar y transmitir los conocimientos, habilidades y destrezas de la profesión de Ingeniero Multimedia.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1. Capacidad para analizar de forma crítica y razonada la información, para estructurar e integrar adecuadamente las ideas y conocimientos provenientes de diferentes

ámbitos.

2. Comunicar de forma efectiva, tanto por escrito como oralmente, conocimientos, procedimientos, resultados e ideas relacionadas con los sistemas y productos



multimedia.

3. Capacidad para resolver problemas en su campo de estudio, analizando y evaluando de forma crítica los problemas y aportando soluciones adecuadas
4. Considerar el contexto económico y social en las soluciones de ingeniería, siendo consciente de la diversidad y la multiculturalidad, y garantizando las sostenibilidad y el respeto a los derechos humanos y a la igualdad hombre-mujer.
5. Poseer conocimiento y capacidad de comprensión de hechos esenciales, conceptos, principios y teorías relativas a los sistemas multimedia incluyendo todas las disciplinas que estos sistemas abarcan.
6. Conocimiento y aplicación de los diferentes mecanismos y elementos de la construcción narrativa.
7. Conocimiento y capacidad para aplicar recursos, elementos, métodos y procedimientos de los procesos de construcción y análisis de los relatos audiovisuales tanto lineales como no lineales, incluyendo el diseño, establecimiento y desarrollo de estrategias

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Elementos y procesos que constituyen la comunicación

- 1.1. De Saussure a Eco: teoría del signo y teoría del código.
- 1.2. La semiótica pragmática de Peirce.
- 1.3. Semiótica del texto e intertextualidad.
- 1.4. Semiótica de la cultura.

2. Los inicios de la investigación mediológica

- 2.1. Empirismo, positivismo y funcionalismo: Condiciones epistemológicas.
- 2.2. De la teoría hipodérmica a la teoría matemática de la comunicación.
- 2.3. Medios de comunicación y acción social.

3. Teoría Social como Teoría Crítica

- 3.1. Introducción general.
- 3.2. La primera generación de la Escuela de Frankfurt: Th. W. Adorno / M. Horkheimer.
- 3.3. Unidimensionalidad y subjetividad según H. Marcuse.
- 3.4. La teoría de la acción comunicativa.



4. La cultura de una sociedad postmoderna

4.1. Cultura y simulacro

4.2. Tecnología, virtualización e hiperrealidad

4.3. La crítica de la postmodernidad

5. Análisis del mensaje audiovisual desde el punto de vista del emisor y el receptor y los elementos constitutivos del mensaje mismo.

Análisis del mensaje audiovisual desde el punto de vista del emisor y el receptor y los elementos constitutivos del mensaje mismo.

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	35,00	100
Prácticas en aula	25,00	100
Elaboración de trabajos en grupo	10,00	0
Elaboración de trabajos individuales	10,00	0
Lecturas de material complementario	5,00	0
Preparación de clases de teoría	10,00	0
Resolución de casos prácticos	10,00	0
TOTAL	105,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

Las clases, todas ellas de carácter presencial, partirán de exposiciones teóricas por parte del profesor, y tendrán a abrir el espacio de aplicación analítica de contenidos y su discusión concreta por parte de los estudiantes.

La tarea del profesor no consiste sólo en ofrecer la información al estudiante, sino que debe facilitar el aprendizaje crítico, motivar al estudiante a partir de la materia de estudio y desarrollar así la capacidad de



reflexión, autoaprendizaje y discusión. El mejor formato para este enfoque debería ser la interacción de teoría, metodología y análisis aplicado. De esta forma el estudiante podrá disponer finalmente de las herramientas necesarias para realizar su trabajo de investigación particular, en cuya orientación serán tenidos en cuenta tanto los criterios organizadores del temario como los intereses particulares de cada estudiante o grupo de estudiantes en su caso.

EVALUACIÓN

La superación de la materia por parte del estudiante requerirá, como opción preferente, la realización de un examen final de carácter teórico, que supondrá el 50 % del valor total de la nota y que deberá alcanzar la calificación de aprobado. Dicho examen versará sobre los conceptos básicos desarrollados a lo largo de la actividad de las clases, que deberán ser desarrollados por el estudiante y puestos en relación con los supuestos y circunstancias que sirvan de ejemplo.

El otro 50 % se obtendrá del proceso de evaluación continua, de la siguiente manera: 25 % por la asistencia y participación activa en la discusión o resolución de supuestos o actividades planteadas en las clases y 25% por la elaboración y presentación de un trabajo de carácter **obligatorio que se realizara a lo largo del curso** sobre actividades relacionadas con la comunicación, siempre partiendo para ello de una base teórica razonada.

Como alternativa para aquellos alumnos que no superen el proceso de evaluación continua, se ofrecerá esta otra opción:

Examen de los contenidos teórico-prácticos con un valor máximo del 70% de la calificación, reduciéndose la evaluación continua al restante 30%. Por lo que, si no se aporta puntuación alguna por este concepto, el máximo de nota alcanzable será un 7 (con un 10 de examen) y para obtener un 5 hará falta un 6'3 de examen.

En cualquier caso, la evaluación de la asignatura se hará de acuerdo con el Reglamento de evaluación y calificación de la Universitat de València para los títulos de grado y master aprobado por Consejo de Gobierno de 30 de mayo de 2017 (ACGUV 108/2017)

REFERENCIAS



Básicas

- Bernardo, José María, El sistema de la comunicación mediática. De la comunicación interpersonal a la comunicación global, Valencia, Tirant lo Blanc, 2006.
- Gutiérrez Ordóñez, Salvador, De Pragmática y Semántica, Madrid, Arco Libros, 2000.
- López, Ángel, Escritura e información, Madrid, Cátedra, 1995.
- Mattelart, Arman y Mattelart, Michele, Historia de las teorías de la comunicación, Barcelona, Paidós, 1997.
- Luis Veres, Los lenguajes del terrorismo, Valencia, Tirant lo Blanc, 2017.
- Wolf, Mauro, Los efectos sociales de los Media, Barcelona, Paidós, 1994.

Complementarias

- Baylon, Christian, La comunicación, Madrid, Cátedra, 1996.
- Catalán, Miguel, Antropología de la mentira, Madrid, Taller de Mario Muchnik, 2003.
- Durand, Jaques, Las formas de la comunicación, Barcelona, Mitre, 1985.
- Eco, Umberto, Apocalípticos e integrados, Barcelona, Lumen, 1999.
- Ferrés, Joan, Televisión subliminal, Barcelona, Paidós, 1995.
- Gutiérrez Ordóñez, Salvador, Temas, remas, focos, complementos, tópicos y comentarios, Madrid, Arco, 2003.
- Lotman, Yuri, Estructura del texto artístico, Madrid, Istmo, 1978
- Martínez Fernández, José Enrique, La intertextualidad literaria, Madrid, Cátedra, 2001.
- Pizarroso, Alejandro, Historia de la propaganda, Madrid, Eudema, 1990.
- Pizarroso, Alejandro, González, Marta y Sapag, Pablo, Periodismo de guerra, Madrid, Síntesis, 2007.
- Rey, Juan, La significación publicitaria, Sevilla, Alfar, 1992.
- José Saborit, La imagen publicitaria en televisión, Madrid, Cátedra, 1996.
- Saperas, Enric, Los efectos cognitivos de la comunicación de masas, Madrid, Ariel, 1987.
- Sartori, Giovanni, Homo Videns, Madrid, Taurus, 1999.
- Saussure, Fernando de, Curso de Lingüística general, Buenos Aires, Losada, 1967.
- Semprini, Andrea, Semiótica de la marca: una aproximación semiótica, Barcelona, Paidós, 1999.
- Serrano, Sebastià, La semiótica: una introducción a la ciencia de los signos, Barcelona, Montesinos, 1988.
- Serrano, Sebastià, Comprender la comunicación, Barcelona, Paidós, 2000.
- Schuichiarino, Nicola, El vestido habla, Madrid, Cátedra, 2000.
- Ullman, Stephen, Semántica. Introducción a la ciencia del significado. Madrid, Taurus, 1991.
- Veres, Luis, La retórica del terror, Madrid, Ediciones de la Torre, 2007 (2ª ed.).
- Veres, Luis y Catalán, Miguel (Coords.), Estrategias de la desinformación, Valencia, Generalitat Valenciana, 2003.
- Wolf, Mauro, Los efectos sociales de los Media, Barcelona, Paidós, 1994.



ADENDA COVID-19

Esta adenda solo se activará si la situación sanitaria lo requiere y previo acuerdo del Consejo de Gobierno

La metodología docente de la asignatura seguirá el modelo docente aprobado por la Comisión Académica de los grados GII/GIM (<https://links.uv.es/catinfmult/modeloDocente2Q>).

En caso de que se produzca un cierre de las instalaciones debido a la situación sanitaria, y si eso afectara total o parcialmente a las clases de la asignatura, éstas serán sustituidas por clases donde la presencialidad física será sustituida por clases síncronas online siguiendo los horarios establecidos.

En caso de que se produzca un cierre de las instalaciones debido a la situación sanitaria, y si eso afectara a alguna de las pruebas presenciales de la asignatura, estas serán sustituidas por pruebas de naturaleza similar pero en modalidad virtual a través de las herramientas informáticas soportadas por la Universitat de València. Los porcentajes de evaluación permanecerán igual que los establecidos en la guía.