Universidad de Navarra

Teoría de la comunicación (Gr. Audiovisual)

Guía docente 2025-26

PRESENTACIÓN

Breve descripción: La materia "Teoría de la comunicación" tiene como objetivo introducir a los estudiantes en el estudio de la "comunicación humana" como objeto de estudio académico, en contraste con el conocimiento cotidiano que de ella tenemos. El programa presta una especial atención a la imagen como modo de comunicación y forma de representación de lo real.

- **Titulación**: Grado en Comunicación Audiovisual
- **Módulo/Materia**: Módulo I: Fundamentos de la comunicación audiovisual / Materia 1: Teoría
- **ECTS**: 6
- **Curso, semestre**: 1º (Segundo semestre)
- **Carácter**: Básica
- **Profesorado**: Javier Serrano-Puche e Ignacio Laguía Cassany.
- **Idioma**: Español
- **Aula, Horario**: Lunes de 12:00 a 13:45 (Aula 5) y jueves de 12:00 a 13:45 (Aula 6)

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

1. CONOCIMIENTOS

RA1 - 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

2. HABILIDADES

RA2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.

3. COMPETENCIAS

RA19 - 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.

PROGRAMA

I. DEFINIR LA COMUNICACIÓN

1. ¿De qué hablamos cuando hablamos de comunicación?

2. Perspectivas de la comunicación

3. Características de la comunicación

4. Comunicación y significado

5. Los elementos de la comunicación

II. LAS ACCIONES COMUNICATIVAS

6. El conocimiento del mundo

7. La expresión comunicativa

8. La interpretación

9. La interacción comunicativa y sus resultados

III. LOS CONTEXTOS DE LA COMUNICACIÓN

10. Comunicación interpersonal

11. Comunicación grupal

12. Comunicación institucional

13. Comunicación pública

14. El espacio digital como ámbito de comunicación

IV. LOS EFECTOS DE LA COMUNICACIÓN

15.¿Qué son los efectos mediáticos y por qué estudiarlos?

16.Panorama histórico de la investigación sobre efectos mediáticos

a) Etapa de los efectos poderosos e inmediatos (1920-1940)

b) Etapa de los efectos limitados (1940-1970)

c) Etapas de los efectos poderosos bajo condiciones limitadas (1970-2000)

d) Investigar los efectos mediáticos en la era de Internet (2000-2020)

e) Los efectos de la comunicación en el panorama de la IA (actualidad)

V. TEORÍA DE LA IMAGEN

17. Aproximaciones a su estudio

18. Perspectiva hermenéutica

19. Perspectiva semiótica

ACTIVIDADES FORMATIVAS

Clases teóricas (60h)

En ellas se desarrollarán los temas del Programa y se dará la orientación bibliográfica. Se llevarán a cabo de manera presencial. El uso de dispositivos digitales dentro del aula no está permitido, salvo indicación o autorización expresa de los profesores.

Universidad de Navarra

Trabajo personal del alumno (90 horas)

- Estudio personal (87h)
- Realización de examen (2h)
- Tutoría voluntaria con el profesor (1h)

TOTAL: 150h

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

La nota final será la suma de:

A. La nota del examen final. 75 puntos de 100. El examen tendrá 8 preguntas. Habrá preguntas con respuestas breves y concretas (definir, enunciar...) y preguntas de mayor extensión (que no superarán media cara de folio). El examen durará una hora y media.

B. 20 puntos de 100 en actividades que serán presenciales en el aula.

C. 5 puntos de 100 en asistencia y participación.

Para aprobar la asignatura es imprescindible aprobar el examen.

Los alumnos en convocatorias superiores (3ª en adelante) se regirán por el mismo sistema de evaluación antes indicado.

La Facultad de Comunicación promueve el **uso ético de las fuentes documentales y los recursos informativos**. Por este motivo, en esta asignatura **no se admite el plagio**. Será sancionada toda copia en trabajos, ejercicios o exámenes. Se considera plagio la presentación de un trabajo que, en su totalidad o en parte, reproduce sin la debida atribución contenidos textuales, gráficos y/o audiovisuales ajenos.Asimismo, **no se admite el fraude**. Será sancionado cualquier engaño, simulación o falsificación empleado para mejorar, por vías ilegítimas, los resultados académicos.Los trabajos y exámenes deberán observar la debida **corrección ortográfica y gramatical**. Este factor incidirá en la evaluación. Los trabajos académicos que empleen libros, artículos, películas, sitios web o cualquier otro tipo de contenido como recurso documental, deberán **detallar las fuentes consultadas**. Para eso, cuando corresponda, se recomienda emplear el estilo de citación de la American Psychological Association (APA).

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

En la convocatoria extraordinaria de junio el 100 por cien de la nota se obtiene con el examen.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Los profesores estarán disponibles por correo electrónico para concretar con el alumno el horario de atención para dudas y consultas de los alumnos:

jserrano@unav.es

Universidad de Navarra

ilaguia@unav.es

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía obligatoria

MARTÍN ALGARRA, M., *Teoría de la comunicación: una propuesta*, Tecnos, Madrid, 2008 [2003].

Localízalo en la Biblioteca

TORREGROSA, M. Y MARTÍN ALGARRA, M. "El objeto de estudio de Teoría de la comunicación", en *Manual de Teoría de la información y de la comunicación*, Editorial Universitas, Madrid, 2009, 351-371. Disponible en ADI. Localízalo en la Biblioteca

TORREGROSA, M. Y MARTÍN ALGARRA, M. "Investigaciones sobre los efectos de la comunicación", en *Manual de Teoría de la información y de la comunicación*, Editorial Universitas, Madrid, 2009, 351-371. Disponible en ADI. Localízalo en la Biblioteca

Además de los apuntes, las fotocopias repartidas en clase y a través de la página ADI de la asignatura.

Recursos de interés (no obligatorio)

BERGER, Ch. R. Y CHAFFEE. S. H. (eds.). *Handbook of Communication Science*, Sage, Newbury Park, 1989.

CARVAJAL, M., "Cadena de favores: Influencias de la propiedad del medio en la construcción de la agenda", en JURADO, M y CARVAJAL, M. (eds.), *La arquitectura de la información. ¿Quién construye la agenda?,* Diego Marín Ed., Murcia, 2008, 117-122.

CATALÀ, J. M., "Una breve historia de las imágenes", *La forma de lo real. Introducción al pensamiento visual*, UOC, Barcelona, 2008, 99-162.

CRAIG, R. T., "Communication Theory as a Field", en *Communication Theory*, 9, 1999, pp. 119-161.

LAZARSFELD, P. F. y MERTON, R. K., "Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada", de MORAGAS, M. (ed.), *Sociología de la comunicación de masas*, vol. 2, Gustavo Gili, Barcelona, 1985, 22–49.

LITTLEJOHN, S. W., *Theories of Human Communication*, Wadsworth, Belmont, 1996 (o ediciones posteriores).

MARTÍN ALGARRA, M. y LÓPEZ-ESCOBAR, E., "La teoría dramatística de la comunicación de Kenneth Burke. Análisis de un caso", en AA. VV., *Estudios en honor de Luka Brajnovic*, Eunsa, Pamplona, 1992, pp. 449-466.

McQUAIL, D. y WINDHAL, S., *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*, Eunsa, Pamplona, 1997 (o ediciones anteriores).

PETERS, J. D., "Institutional Sources of Intellectual Poverty in Communication Research", en *Communication Research*, 13, 1986, pp. 527-559.

PETERS, J. D., *Speaking into the Air. A History of the Idea of Communication*, Chicago University Press, Chicago, 1999.

RODRIGO ALSINA, M., *Los modelos de la comunicación*, Tecnos, Madrid, 1993.

SANTAELLA, L. Y NÖTH, W., “Imagen, pintura y fotografía a la luz de la semiotica Peirceana”, en *Imagen, comunicación, semiótica y medios*, Reichemberger, 2003, 161-176.

SCANNELL, P., *Media and Communication*, Sage, Londres, 2007.