Universidad de Navarra

Teoría de la comunicación (Gr. Audiovisual)

Guía docente 2026-27

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 Configurable 1) 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

RA10 - 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. CAPACIDADES

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 presenciales (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.

Estudio personal del alumno (77 horas)

Trabajos dirigidos (10 horas)

Realización de examen (2h)

Tutoría con el profesor (1 hora)

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 unas 8-10 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.Todos los dispositivos electrónicos deberán estar apagados (no en modo avión ni silenciados) durante toda la realización de la prueba.

B. 20 puntos de 100 en trabajos dirigidos que serán presenciales en el aula o a través del Aula Virtual ADI.

C. 5 puntos de 100 en asistencia y participación en clase.

Para aprobar la asignatura es imprescindible aprobar el examen.

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).

Se recuerda que cualquier intento de fraude, copia, plagio u otro comportamiento irregular supone una infracción grave tal y como está contemplado en el título IV "Normas de disciplina académica de los estudiantes" dentro del Sistema de normas sobre la convivencia en la Universidad de Navarra.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

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

Estudiantes en convocatorias superiores

Los alumnos repetidores tienen el mismo sistema de evaluación que el resto de estudiantes matriculados en la asignatura.

Estudiantes con necesidades educativas especiales

Los estudiantes con necesidades educativas especiales deberán ponerse previamente en contacto con la Coordinación de Estudios de la Facultad de Comunicación para obtener la autorización correspondiente a las adaptaciones (por ejemplo, disponer de más tiempo en los exámenes). Dicha autorización deberá ser enviada por el alumno al profesor. Se recomienda realizar esta gestión al comienzo del cuatrimestre. En todo caso, es responsabilidad del alumno ponerse en contacto con el profesor por lo menos 7 días antes de la fecha del examen, para que éste puedan aplicar las adaptaciones autorizadas.

HORARIOS DE ATENCIÓN

D. Javier Serrano

- Despacho: 0610 Edificio Ismael Sánchez Bella. Planta Baja.

- Horario de tutoria: Lunes de 15:30 a 17:00 y Viernes de 12:30 a 14:00. Es necesario **reserva previa** en este enlace

El profesor D. Ignacio Laguía estará disponible por correo electrónico para concretar con el alumno el horario de atención para dudas y consultas con respecto a la asignatura:

ilaguia@unav.es

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía obligatoria

- ABELLÁN, A. (2014). "La comunicación madura en un clima de veracidad y confianza". *Dialogical Creatitvity,* 17 de enero de 2014.

- MARTÍN ALGARRA, M. (2003). "Modelos básicos para estudiar la comunicación. En *Teoría de la comunicación: una propuesta*, Tecnos, Madrid, 2003, pp. 95-114. Localízalo en la Biblioteca

- MARTÍN ALGARRA, M. (2001): "Hablar para entenderse". *Nuestro Tiempo*, 568, pp. 105-109. Localízalo en la Biblioteca

Recursos de interés (no obligatorio)

BERGER, Ch. R. Y CHAFFEE. S. H. (eds.). *Handbook of Communication Science*, Sage, Newbury Park, 1989. Localízalo en la Biblioteca electrónico Localízalo en la Biblioteca impreso

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. Localízalo en la Biblioteca

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.Localízalo en la Biblioteca

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.Localízalo en la Biblioteca

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

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.Localízalo en la Biblioteca

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

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

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

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

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.Localízalo en la Biblioteca

Universidad de Navarra

SCANNELL, P., *Media and Communication*, Sage, Londres, 2007.Localízalo en la Biblioteca