



Guía Docente 2016/2017

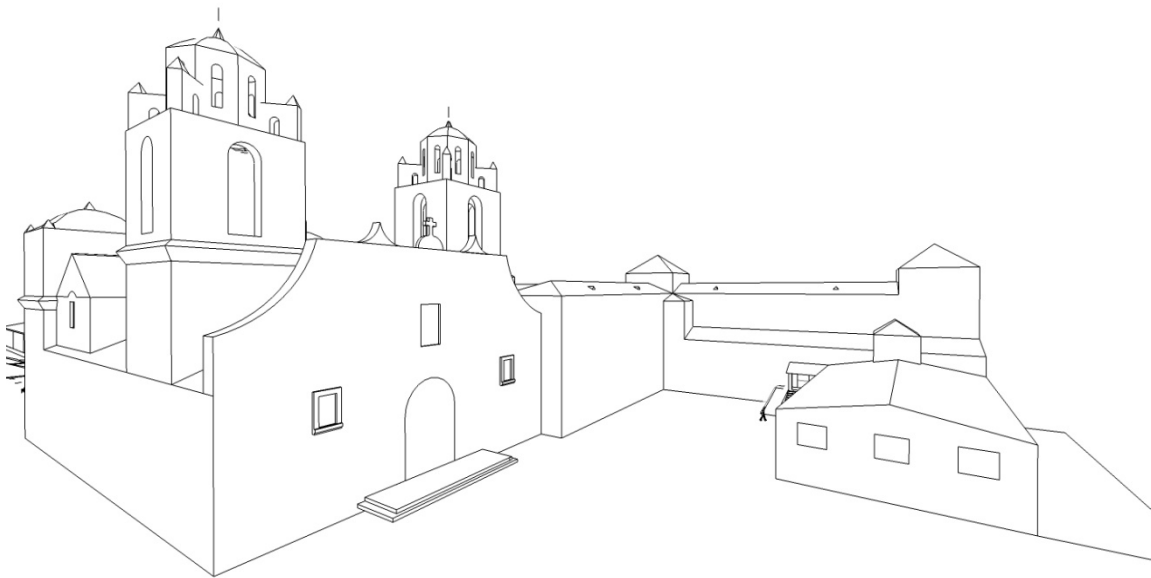
Introducción a la

Teoría de la Comunicación

Introduction to Communication Theory

Grado en Turismo

Modalidad de enseñanza presencial



Índice

Introducción a la Teoría de la Comunicación	3
Breve descripción de la asignatura	3
Requisitos Previos	4
Objetivos de la asignatura	4
Competencias y resultados del aprendizaje	4
Metodología	6
Temario.....	7
Relación con otras asignaturas del plan de estudios	9
Sistema de evaluación	10
Bibliografía y fuentes de referencia	11
Webs relacionadas	12
Recomendaciones para el estudio.....	13
Material didáctico	13
Tutorías	13

Introducción a la Teoría de la Comunicación

Introducción a la Teoría de la Comunicación

Módulo: **Teoría de la Comunicación Turística.**

Materia: **Teoría de la Comunicación.**

Carácter: **Básica.**

Nº de créditos: **6 ECTS.**

Unidad Temporal: **Primer Curso – Primer Semestre.**

Profesor: **José Manuel Noguera Vivo**

e-mail: **jmnoguera@ucam.edu**

Horario de atención a los alumnos: **miércoles de 17 a 19 h. con cita previa**

Profesor/a coordinador de módulo, materia o curso: **M^a Dolores Gil Quiles**

Breve descripción de la asignatura

En la presente asignatura se abordan los principios conceptuales básicos de la comunicación interpersonal y la comunicación de masas, así como las principales tradiciones teóricas desde las que se ha desarrollado la investigación en comunicación en los estudios sobre turismo. Así, se propone una aproximación interdisciplinar al fenómeno comunicativo desde campos tan variados como la sociología, la semiótica o la cibernética. Se ahonda en las principales perspectivas y corrientes de pensamiento que han influido en el estudio de la comunicación de masas e interpersonal (funcionalista, cultural, interpretativa, semiótica) y se ofrecen reflexiones sobre el papel de la comunicación en la posmodernidad, la sociedad de la información, los procesos que atraviesan la actual espectacularización mediática y la influencia de los medios en la sociedad de consumo.

Brief Description

This course addresses the basic conceptual principles of interpersonal communication and mass communication, and the main theoretical traditions from which communication research has been developed in tourism studies. Thus, we propose an interdisciplinary approach to the phenomenon of communication from fields as diverse as sociology, semiotics and cybernetics. Introduction to Communication Theory delves into the main perspectives and schools of thought that have influenced the study of media and communication (functionalist, cultural, interpretive, semiotics) and offers reflections on the role of communication in postmodernity, information society, the processes affecting current spectacle media and the influence of mass media in the consumer society.

Requisitos Previos

No se establecen requisitos previos.

Objetivos de la asignatura

1. Estudiar la naturaleza de la comunicación mediática y no mediática y su relación con el sector turístico.
2. Profundizar en el conocimiento de la relación medios de comunicación-sociedad desde una perspectiva cultural.
3. Conocer los conceptos básicos de las teorías sociológicas de la comunicación.
4. Proporcionar al alumno un primer contacto con el ámbito de la investigación científica en comunicación turística.
5. Estudiar las tradiciones teóricas sociológicas que se han interesado en el análisis de la comunicación.
6. Fomentar la capacidad de formular preguntas relevantes, hipótesis y conclusiones sobre la sociedad contemporánea.
7. Fomentar la capacidad de relacionar conceptos y principios teóricos para aplicarlos críticamente a productos comunicativos diversos (publicidad, planes de comunicación, etc.).
8. Fomentar la capacidad de poner en diálogo a las distintas corrientes teóricas.
9. Fomentar la comprensión de la sociedad contemporánea a través de la racionalización, la relación y el fundamento de las ideas.
10. Potenciar y desarrollar una actitud crítica ante los elementos que integran el proceso comunicativo (mensajes, emisores, audiencias, efectos, cultura y sociedad).
11. Potenciar y desarrollar el espíritu analítico y reflexivo ante la sociedad posmoderna de la información.
12. Despertar el interés por la profundización en la comunicación mediática.
13. Sensibilizar acerca de la importancia de la cultura y la teoría como actitudes éticas y plenas ante la vida.

Competencias y resultados del aprendizaje

Competencias transversales

T1: Capacidad de análisis y síntesis.

T6: Capacidad de gestión de la información.

Introducción a la Teoría de la Comunicación

T16: Aprendizaje autónomo.

T24: Capacidad de reflexión.

UCAM1. Ser capaz de expresarse correctamente en castellano en su ámbito disciplinar.

UCAM3: Ser capaz de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo.

UCAM7: Desarrollar habilidades de iniciación a la investigación.

Competencias específicas

E13: Manejar técnicas de comunicación.

E34: Conocimiento y estudio de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de la comunicación.

E36: Conocimiento de los procesos informativos y comunicativos.

Resultados de aprendizaje

Pensar de forma razonada y crítica acerca de cuestiones relacionadas con su ámbito de estudio.

Gestionar de manera proactiva su proceso de aprendizaje.

Organizar y saber utilizar la información procedente de diferentes contextos.

Comprender, razonar y sintetizar contenidos de diversos ámbitos de conocimiento.

Adquirir un compromiso ético en la construcción de una sociedad democrática y plural.

Emprender acciones que fomenten el interés y la motivación por la investigación.

Poseer y comprender los conocimientos fundamentales de la Teoría de la Comunicación.

Conocer las técnicas de comunicación y saber elegir las que se han de utilizar en función de la situación comunicativa.

Conocer la transformación de los medios de comunicación tradicionales y valorar los medios no convencionales y emergentes.

Conocer y comprender que la comunicación es un proceso de interacción social.

Conocer y comprender los procesos cognitivos y emocionales de los sujetos que intervienen en las acciones comunicativas.

Analizar, planificar y desarrollar acciones de comunicación aplicando el conocimiento de los procesos psicosociales, cognitivos y emocionales de los emisores y receptores de las mismas.

Poseer los conocimientos y comprender como se estructuran y funcionan los procesos informativos.

Utilizar adecuadamente las normas ortográficas y gramaticales en el lenguaje oral y escrito.

Introducción a la Teoría de la Comunicación

Poseer los conocimientos y comprender como se estructuran y funcionan los procesos de comunicación persuasiva.

Metodología

Metodología	Horas	Horas de trabajo presencial	Horas de trabajo no presencial
Lección magistral	42	60 horas (40 %)	
Clases prácticas	9		
Tutorización	6		
Evaluación	3		
Estudio personal	40,5	90 horas (60 %)	
Realización de trabajos	27		
Preparación de clases prácticas	13,5		
Búsquedas bibliográficas	9		
TOTAL	150	60	90

Exposición teórica: en esta asignatura, el alumno empleará 42 horas al seguimiento de los seminarios teóricos donde se desarrollará el programa de enseñanza teórica.

Seminarios prácticos: el alumno realizará en esta materia 9 sesiones de carácter práctico que permitirán la aplicación de los contenidos teóricos.

Tutoría: en esta asignatura, el alumno dispondrá de 6 horas de tutoría que servirán de complemento y ayuda para la resolución de dudas teórico-prácticas y guiarán la realización de las prácticas evaluables.

Estudio personal: el alumno empleará 40,5 horas al estudio de los contenidos teórico-prácticos de la asignatura.

Realización de trabajos: el alumno utilizará 27 horas para realizar algunos de los trabajos vinculados a la asignatura.

Búsquedas bibliográficas: en esta materia, el alumno dedicará 9 horas a la localización de material bibliográfico.

Preparación de las clases prácticas: el alumno deberá preparar específicamente el desarrollo de las clases prácticas y ello le ocupará 13,5 horas.

Temario

Programa de la enseñanza teórica

Tema 1. La Comunicación como objeto de estudio.

- I. La comunicación, definida (tipos de comunicación y elementos del proceso comunicativo)
- II. La comunicación masiva, definida
- III. La comunicación de masas en nuestra vida diaria
- IV. Medios masivos, cultura y sociedad
- V. Críticas a la relación entre *mass media* y cultura
- VI. La alfabetización mediática

Tema 2. Historia y auge de los medios de masas.

- I. El medio es el mensaje
- II. Tecnologías para la comunicación
- III. Medios de comunicación de masas
 - IV. La revolución de los nuevos medios

Tema 3. Las teorías de la comunicación en el contexto turístico.

- I. Primeras perspectivas sobre la relación entre medios y sociedad
- II. El concepto de “masa”
 - III. Pensando en la comunicación
 - IV. Los fundamentos psicológicos
- V. Teorías de la comunicación

Tema 4. Estrategias de comunicación publicitaria e institucional para el mercado turístico.

Antecedentes de la tradición funcionalista

- I. El funcionalismo
- II. La Mass Communication Research
- III. Cómo funciona la publicidad
- IV. Los canales propios del turismo

Introducción a la Teoría de la Comunicación

- V. Diseño y temática del mensaje turístico
- VI. Comunicación institucional y de crisis

Tema 5. La imagen turística y el rol de los medios en su formación.

Antecedentes de la tradición interpretativa

- I. La Escuela de Chicago y el interaccionismo simbólico
- II. El *gatekeeping* y la lógica mediática
- III. La Escuela de Palo Alto
 - IV. La construcción social del destino turístico
 - V. *Place branding*, gestión y percepción de la imagen de un territorio.

Tema 6. La comunicación del destino turístico y de la hospitalidad.

Antecedentes del estudio sobre la comunicación interpersonal

- I. La comunicación interpersonal en el sector turístico
- II. La agencia de viajes
- III. El guía turístico
- IV. El hotel
- V. Otras organizaciones

Tema 7. Lenguaje turístico y de persuasión.

Antecedentes de la tradición semiótica-lingüística

- I. La semiótica y la obra abierta
- II. Propiedades del lenguaje turístico
- III. El texto promocional turístico
- IV. El turista como niño
- V. *Storytelling* y relato turístico

Tema 8. Turismo y ficción audiovisual (*film-induced tourism*).

Antecedentes de la tradición culturalista

- I. El turismo cinematográfico
- II. *On location*: cine, turismo y desarrollo social
- III. *Off location*: estudios cinematográficos y turismo
- IV. El cine como souvenir

Introducción a la Teoría de la Comunicación

Tema 9. NTIC y nuevos medios en la comunicación turística.

- I. Estrategias para el Turismo 2.0
- II. Las características del nuevo ecosistema mediático
- III. Blogs de viajes
- IV. La lógica de las recomendaciones
- V. Campañas y gestión del *feedback* en las redes sociales
- VI. El sitio web experiencial

Tema 10. El turismo en la posmodernidad.

- I. Características de la posmodernidad
- II. El individuo posmoderno y el post-turista.
- III. El auge de la cultura visual y del espectáculo
- IV. El turismo posmoderno

Programa de la enseñanza práctica

Seminario 1. La comunicación y la experiencia: saber comunicarse no significa saber de comunicación.

Seminario 2. El determinismo tecnológico: *Homo videns* y *Superficiales*.

Seminario 3. Aproximaciones conceptuales para pensar la relación entre la comunicación y el turismo.

Seminario 4. Diseño, producción y locución de cuñas/programas de viajes radiofónicos para la promoción turística.

Seminario 5. Los medios y su influencia en la formación de la imagen del destino turístico (IDT).

Documental: *Cómo hemos cambiado: Turismo* (TVE).

Seminario 6. Taller de fundamentos de la comunicación interpersonal para el turismo y la hospitalidad.

Seminario 7. Elaboración de textos promocionales sobre el patrimonio turístico de la Región de Murcia.

Seminario 8. El cine como motor del tejido turístico: Nueva Zelanda y *El Señor de los Anillos*.

Relación con otras materias

Introducción a la Teoría de la Comunicación está profundamente relacionada con otras asignaturas de su módulo, tales como Estructura de las Industrias de la Comunicación, Fundamentos artísticos de la Comunicación y Creatividad en la Comunicación, dado que en la presente asignatura se

Introducción a la Teoría de la Comunicación

imparten los principios teóricos básicos que subyacen bajo la actividad comunicativa de cualquier orden en nuestro entorno social.

Sistema de evaluación

Convocatoria de Febrero/Junio:

Los exámenes supondrán un 70% de la calificación final. Habrá un examen parcial (30%) y un examen final (40%). Las pruebas evaluarán contenidos teórico-prácticos.

El examen constará de dos partes que se evalúan de forma independiente para obtener la calificación final. La primera parte, tipo test, supone un 60% de la nota de la prueba, mientras que la parte de exposición teórica (desarrollo) supone el 40% restante.

El 30% restante se repartirá del siguiente modo: un 20% corresponderá a la realización de ejercicios prácticos (demostración de habilidades y competencias) y un 10% se vinculará con la participación.

Para poder realizar la media ponderada entre los exámenes, trabajos y participación se ha de superar la nota de corte establecida para cada una de ellas (5).

En caso contrario, el alumno solo tendrá que examinarse de la parte no superada, pues se conservará la nota de la parte superada durante el curso académico.

Convocatoria de Septiembre:

Los exámenes supondrán un 70% de la calificación final. Habrá un examen parcial (30%) y un examen final (40%). Las pruebas evaluarán contenidos teórico-prácticos.

El examen constará de dos partes que se evalúan de forma independiente para obtener la calificación final. La primera parte, tipo test, supone un 60% de la nota de la prueba, mientras que la parte de exposición teórica (desarrollo) supone el 40% restante.

El 30% restante se repartirá del siguiente modo: un 20% corresponderá a la realización de ejercicios prácticos (demostración de habilidades y competencias) y un 10% se vinculará con la participación. Cada ejercicio práctico de los contemplados en la enseñanza práctica computará un 2,5% hasta sumar el 20% consignado.

Para poder realizar la media ponderada entre los exámenes, trabajos y participación se ha de superar la nota de corte establecida para cada una de ellas (5).

En caso contrario, el alumno solo tendrá que examinarse de la parte no superada, pues se conservará la nota de la parte superada durante el curso académico.

Introducción a la Teoría de la Comunicación

Penalizaciones

Faltas de ortografía o gramaticales en exámenes y trabajos:

Se aplicará una penalización de -1 punto por falta (ortográfica, gramatical o semántico-pragmática) y de -1 punto por cada 3 tildes no puestas o mal colocadas.

Plagios:

En ningún caso se aceptarán reproducciones literales de párrafos de los textos o fuentes consultadas. Todo trabajo que incurra en plagios tendrá una calificación de 0.

Bibliografía y fuentes de referencia

Bibliografía básica

De Esteban Curiel, J. (2010): *Métodos de investigación aplicados al turismo*. Madrid: Dykinson (Tema 3, 4).

Rodrigo Alsina, M. (2002): *Teorías de la Comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: Área Global (Tema 2 y 3).

San Eugenio Vela, J. (2012): *Manual de comunicación turística: de la información a la persuasión, de la promoción a la emoción*. Barcelona: Universitas (Temas 1, 3, 4, 5, 8, 9).

Bibliografía complementaria

Alba Fort, C. (2005): *Multiculturalidad y Comunicación: Bases socioculturales para turismo y relaciones públicas*. Barcelona: Laertes Enseñanza (Tema 5).

Aramberri, J. (2011): *Turismo de masas y modernidad: un enfoque sociológico*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas (Tema 3, 5, 10).

Beeton, S. (2005): *Film-induced Tourism*. Clevedon: Channel View Publications (Tema 8).

Berger, P. y Luckmann, T. (1966): *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu, 1991 (Tema 5).

Calvi, M. V. (2006): *Lengua y comunicación en el español del Turismo*. Madrid: Arco Libros (Tema 7).

Carrasco Fernández, S. (2013): *Comunicación y atención al cliente en hostelería y turismo*. Madrid: Paraninfo (Tema 6).

De Esteban Curiel, J. (2010): *Métodos de investigación aplicados al turismo*. Madrid: Dykinson (Tema 3, 4).

Introducción a la Teoría de la Comunicación

Mateos Rusillo, S. M. (2012): *Manual de comunicación para museos y atractivos patrimoniales*. Gijón: Ediciones Trea (Tema 6).

Molina, S. (2006): *El posturismo: turismo y posmodernidad*. México DF: Editorial Trillas (Tema 10).

Rodríguez Ruibal, A. (2009): *Periodismo turístico: Análisis del turismo a través de las portadas*. Barcelona: Editorial UOC (Tema 5).

Webs relacionadas

Blog Publicidad y Turismo: <http://publicidadyturismo.blogspot.com.es/> Blog sobre la publicidad turística elaborado por Ángel González, publicista de dilatada trayectoria en este ámbito.

El Portal de la Comunicación: <http://www.portalcomunicacion.com/> Portal de la Universidad Autónoma de Barcelona que aborda la reflexión sobre la comunicación en sociedad desde una gran variedad de ámbitos de interés.

Information, Technology and

Tourism: <http://www.springer.com/business+%26+management/business+information+systems/journal/40558> Es la primera revista científica interdisciplinaria centrada en la naturaleza y el papel de las tecnologías de la información en el contexto del turismo, los viajes y la hospitalidad.

Los 25 blogs de viajes más recomendables: <http://blogs.elpais.com/paco-nadal/2013/12/25-blogs-viajes-recomendables.html> Recomendados por Paco Nadal, de los blogs de El Viajero de El País.

Tourism Culture & Communication: <https://www.cognizantcommunication.com/journal-titles/tourism-culture-a-communication> Revista internacional sobre identidades culturales y su relación con el turismo y la hospitalidad.

Recomendaciones para el estudio

Se le recomienda al alumno que dedique a la asignatura un total de 90 horas de trabajo en el que no debe computar el realizado presencialmente en clase. Además, se ha de prestar especial atención en la lectura de textos de notable calidad lingüística, con el fin de adquirir competencia comunicativa.

Por otro lado, con objeto de que el curso se desenvuelva de la manera lo más provechosa posible, el estudiante debe tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Llevar al día el seguimiento de la materia y el estudio de los contenidos.
2. Todo alumno es protagonista y debe ayudar a marcar el ritmo de la asignatura (flexibilidad).
3. Participar activamente en las actividades programadas.
4. Atender a la corrección ortográfica y gramatical.
5. MUY IMPORTANTE: En caso de dudas o dificultades, es recomendable contactar con el profesor o el tutor/a.

Material didáctico

Generales

- Documento PDF de la guía de la asignatura.
- Presentación Powerpoint con los aspectos básicos de la asignatura (Tema 0): temario, sistema de evaluación, prácticas, normas de clase, etc.

Específicos

Parte teórica

- Documentos PDF relativos a cada tema de la asignatura.
- Presentaciones Powerpoint relativas a cada tema de la asignatura.
- Carpeta de Recursos de utilidad con lecturas complementarias, documentos audiovisuales, etc.

Parte práctica

- Presentaciones Powerpoint y documentos PDF de las prácticas de la asignatura.
- Consignas para la realización de las prácticas evaluables en documento PDF.
- Fragmentos de los libros requeridos para las lecturas obligatorias.
- Vídeo del documental *Cómo hemos cambiado: Turismo* (TVE) (Práctica 5).
- Estudios de radiotelevisión de la UCAM (Práctica 4).

Introducción a la Teoría de la Comunicación

- Ordenador portátil, tableta o equivalente para la redacción de los textos necesarios para completar la práctica.
- *Software* informático: exploradores, procesador de texto, Adobe Reader, Tagcrowd (Práctica 5), Audacity (Práctica 4).
- Folios.
- Bolígrafo.

Tutorías

Breve descripción

La tutoría académica tiene como objetivo principal el refuerzo de los contenidos teóricos y prácticos de la asignatura. Debido a su carácter personalizado, responderá a las necesidades de cada alumno con la intención de reforzar aquellos aspectos de su aprendizaje que se encuentren menos desarrollados. Se trata fundamentalmente de sesiones de apoyo y refuerzo: el alumno podrá preguntar dudas sobre la parte teórica de la asignatura y recibir ayuda para la realización, corrección y evaluación de los trabajos prácticos.