

Plan 302 Lic.Publicidad y R. Públicas

Asignatura 30732 SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION

Grupo 1

Presentación

Programa Básico

OBJETIVOS

- * Generar en los alumnos la capacidad de análisis sociológico de la comunicación, centrado en las realidades a que se enfrentarán en su trabajo futuro y el contexto más global de la sociedad en que estamos inmersos.
- * Lograr que capten la aplicabilidad del conocimiento que aporta la sociología de la comunicación y puedan mostrarlo a través de los trabajos de investigación y el modelo de examen.

CONTENIDO

- ° Principales modelos de comunicación.
- ° Principales teorías sociológicas.
- ° Comunicación en y de las organizaciones.
- ° Medios de Comunicación de masas.
- ° McLuhan y su obra.
- ° La sociedad telemática.

Objetivos

Generar en los alumnos la capacidad de análisis sociológico de la comunicación, centrado en las realidades a que se enfrentarán en su trabajo futuro y el contexto más global de la sociedad en que estamos inmersos. Lograr que capten la aplicabilidad del conocimiento que aporta la sociología de la comunicación y puedan mostrarlo a través de los trabajos de investigación y el modelo de examen.

Programa de Teoría

PROGRAMA SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

Profesor: Manuel Montañés Serrano

CONTENIDO

- 1) Introducción a la sociología de la comunicación.
- 2) La comunicación según el modelo lineal, el modelo interaccionista y el enfoque constructivista.
- 3) Principales teorías sociológicas: Estructura y acción. Individuo y sociedad. El Funcionalismo estructural, Teoría del conflicto y la realidad social desde una perspectiva compleja.
- 4) Tipología de la organización comunicativa.
- 5) La comunicación mediada (tipología y elección).
- 6) La comunicación en y de las organizaciones.
- 7) Los medios de comunicación de masas (los mass media) I: Tipología. Funciones asignadas.
- 8) Los medios de comunicación de masas (los mass media) II: La relación de los medios con la audiencia, y viceversa.
- 9) McLuhan (Aproximación a su obra. Valoración crítica).
- 10) Los medios de comunicación de masas (los mass media) III: Sus efectos según diferentes teorías.
- 11) Telépolis.

METODOLOGÍA DOCENTE

En las sesiones se ofrecerá una exposición oral, se motivará al alumnado para que participe en clase y se realizarán

debates grupales y en plenario. Para incrementar el interés por la asignatura se orientará la realización de trabajo y exposiciones individuales sobre alguno de los temas comprendidos en programa.

Cuando así se estime conveniente, por la dificultad del tema o por el interés que el mismo despierte, se entregarán escritos ad hoc.

EVALUACIÓN

Se evaluará la participación en el aula. Asimismo, se tendrá en cuenta tanto la exposición de los temas o apartado comprendido en el temario como los trabajos que en el cuatrimestre se presenten, ambas actividades de carácter voluntario. Al final se realizará un examen que confirmará el aprendizaje adquirido.

La participación individual supondrá un 5% de la nota final. La participación grupal en las prácticas en clase supondrá un 5%. La exposición voluntaria supondrá un 15%. El trabajo individual supondrá un 10%. Y el examen, siempre que se participe en clase (tanto individual como grupalmente), se haga una exposición y se realice un trabajo individual, supondrá el 65% restante.

Los porcentajes asignados a las actividades se sumarán al porcentaje asignado al examen cuando éstas no sean realizadas. Así, por ejemplo, quien participe individual y grupalmente pero no haga ninguna exposición ni presente trabajo individual alguno, tendrá en la valoración del examen el 85% de la nota final.

BIBLIOGRAFÍA

- Curran, J. et all. (1981): Sociedad y comunicación de masas. FCE, México.
- Bourdieu, Pierre; Chamboredon, Jean-Claude (1994): El oficio del sociólogo. Siglo XXI, Madrid.
- Durkheim, Emile (1982): Las reglas del método sociológico. Ediciones Morata, Barcelona.
- Defleur, M. L. Y Ball-Rokeach, S. J. (1993): Teoría de la Comunicación de Masas. Paidós, Barcelona.
- Echeverría, Javier (1994): Telépolis. Destino, Barcelona.
- Encina, Javier et all (2004): Participación, Comunicación y Desarrollo Comunitario. Atrapasueños, Sevilla.
- Fernández, G. (1988): La empresa y la comunicación social. Dagur, Madrid.
- Habermas, J. (1985): Conciencia moral y acción comunicativa. Península, Barcelona.
- Finkelstein, S. (1970): McLuhan, profeta o impostor. Mame, París.
- Foester, H. von: Las semillas de la cibernética. Gedisa, Barcelona. 1991.
- Garmendía, J. A. y Parra Luna, F. (1993): Sociología Industrial y de los recursos humanos. Taurus, Madrid.
- Giner, Salvador (1994): Sociología. Península, Barcelona
- Lucas Marín, A. (1992): Sociología de la empresa. Ibérico Europea. Madrid.
- Lucas Marín, A. (1997): La comunicación en la empresa y en las organizaciones, Boch, Madrid.
- Martín-Barbero, Jesús (1987): De los medios a las mediaciones. Gustavo Gili, Barcelona.
- Maturana, H. y Varela, F.: El árbol del conocimiento. Las bases biológicas del conocimiento humano. Debate, Madrid, 1996.
- McLuhan, M. (1964): Understanding Media: The Extension of Man. McGraw-Hill, Nueva York.
- McLuhan, M. (1969): La comprensión de los medios. Diana, México.
- Merton, R. K. (1975): Teoría y estructura sociales. FCE, México.
- Montañés, Manuel (2001): "Introducción al análisis e interpretación de textos y discurso" en Prácticas locales de creatividad social. El viejo Topo. Barcelona.
- Montañés, Manuel (2002): "Interpretación de textos y discursos al servicio del desarrollo local" en Metodologías y presupuestos participativos. IEPALA editorial, Madrid.
- Montañés, Manuel (2004): "Los mass media median y son mediados" en Participación, Comunicación y Desarrollo Comunitario. Atrapasueños, Sevilla.
- Morin, E. (1994): Introducción al pensamiento complejo, Gedisa, Barcelona.
- Vilches, Lorenzo (1993): La televisión. Los efectos del bien y del mal. Paidós, Barcelona.
- Vilches, Lorenzo (1993): "Factores que condicionan la parrilla de programación", en La televisión que viene. Universidad del País Vasco.
- Watzlawick, P.: ¿Es real la realidad? Confusión, desinformación, comunicación. Heder, Barcelona, 1981.
- Watzlawick, P. et all. (1989): Teoría de la comunicación humana. Herder, Barcelona.
- Watzlawick, P. (1990): La realidad inventada. Gedisa, Barcelona.
- WEBER, Max (1977): Economía y sociedad. FCE, México.
- Wolf, M. (1994): Los efectos sociales de los media. Paidós, Barcelona.
- Wright, C. B. (1969): La comunicación de masas. Paidós, Buenos Aires.

Bibliografía

- Bryan, J. y Zillmann (Comp.) (1996) Los efectos de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.
 - Fleur, M. de y Ball-Rokeach, J. (1993, 2ª ed.) Teorías de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós.
 - García Blanco, J.M. y Navarro Sustaeta, P. (eds.) (2002) ¿Más allá de la modernidad? Las dimensiones de la información, la comunicación y sus nuevas tecnologías. Madrid: CIS.
 - Giddens, A. (2002) Sociología. Madrid: Alianza Universidad Textos.
 - Giner, S., Lamo De Espinosa, E, y Torres, C. (1998) Diccionario de Sociología. Madrid: Ciencias Sociales, Alianza Editorial.
 - Lucas Marín, A.; García Galera, C. y Ruiz San Román, J.A. (1999) Sociología de la comunicación. Madrid: Trotta.
 - Macionis, J.J. y Plummer, K. (1999) Sociología. Madrid: Prentice Hall.
 - McQuail, D. (1991) Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós.
 - Moragas, M. de (ed.) (1981) Sociología de la Comunicación de Masas. Barcelona: Gustavo Gili. (Varios tomos)
 - Wolf, M. (1994) Los efectos sociales de los media. Barcelona: Paidós.
-