



Titulación: **Periodismo, Comunicación Audiovisual y Publicidad y Relaciones Públicas**

Asignatura: Sociología de la Comunicación

Curso: 1º

Duración: Trimestral

Carácter: Obligatorio

Créditos: 6

Profesor: Pilar Antolinez Merchán

OBJETIVOS

Los objetivos de esta asignatura se dirigen a desarrollar los conocimientos necesarios para permitir una comprensión reflexiva en torno a la comunicación, sus interrelaciones e importancia con la realidad social.

METODOLOGÍA

La metodología utilizada para el desarrollo de la asignatura será una combinación de:

- a.- Exposiciones orales del profesor en el aula sobre el contenido teórico-práctico del programa.
- b.- Participación activa de los estudiantes en el aula a partir de los materiales y propuestas aportadas en el aula.
- c.- Desarrollo de las lecturas y trabajos individuales y/o en grupo.

Se impulsará y generará el contexto necesario para que el desarrollo de las clases sea participativo. En este sentido, es imprescindible la participación del estudiante para discutir los temas de debate de actualidad relacionados con la materia que se propongan en clase.

TEMARIO

Tema 1.- La comunicación en las ciencias sociales

- 1.1.- Introducción
- 1.2.- La comunicación de masas como objeto de estudio
- 1.3.- Paradigmas teóricos
- 1.4.- Métodos y técnicas de investigación en la comunicación de masas

Bibliografía: LUCAS MARÍN, ANTONIO (2003): Sociología de la Comunicación. Editorial Trotta.

Tema 2.- Los modelos de la comunicación

- 2.1.- Los modelos básicos
 - 2.1.1.- El modelo de comunicación de Lasswell
 - 2.1.2.- Los modelos de Shannon y Weaver, Osgood y Schramm, y Dance
 - 2.1.3.- El modelo de Gerbner
 - 2.1.4.- El modelo de Maletzke

- 2.2.- Influencia personal, difusión y efectos de la comunicación sobre los individuos
 - 2.2.1.- Los modelos estímulo-respuesta
 - 2.2.2.- El modelo "Two-Step Flor"
 - 2.2.3.- El modelo de la curva en J

Bibliografía: MCQUAIL, D. Y WINDAHL, S. (1997): Modelos para el estudio de la comunicación colectiva. Pamplona. Ediciones Universidad de Navarra, S.A.

Tema 3.- Los efectos de la comunicación de masas

- 3.1.- La investigación de los efectos de la comunicación de masas. Tres periodos fundamentales.
- 3.2.- Teorías sobre los efectos de los medios de comunicación de masas
 - 3.2.1.- Teoría de la bala mágica
 - 3.2.2.- Teoría de efectos limitados o percepción selectiva
 - 3.2.3.- Usos y gratificaciones de la comunicación colectiva
 - 3.2.4.- Tesis de los indicadores culturas
 - 3.2.5.- La agenda-setting.
 - 3.2.6.- La Espiral del Silencio

Bibliografía: WOLF, MAURO., La investigación de la comunicación de masas. Barcelona. Paidós 1991;

WOLF, Mauro (1994): Los efectos sociales de los media. Barcelona. Paidós.

Texto de lectura: CANTRIL, Hadley (1994): "La invasión desde Marte". En sociología de la comunicación de masas. Estructura, funciones y efectos, vol 2, Miguel de Moragas (ed.). Barcelona: Gustavo Pili, pp.91-110

Film para visionado: MOORE, Michael (director) (2002). Bowling for Columbine. USA-Canada: Manga Films. (Documental)

Tema 4.- El estudio de las audiencias de los medios de comunicación

- 4.1.- Introducción. El concepto de audiencia y su evolución
- 4.2.- Diferentes valoraciones y concreciones sobre las audiencias
- 4.3.- Métodos de investigación social aplicados al estudio de las audiencias
- 4.4.- Organismo y sistemas de medición de audiencia en España

Bibliografía: CALLEJO, J. (2001). Investigar las audiencias. Un análisis cualitativo. Barcelona. Paidós.

Tema 5.- La comunicación personal

- 5.1. La comunicación cara a cara
- 5.2. Modelos de comunicación personal
- 5.2. La comunicación no verbal
 - 5.2.1.- El movimiento como comunicación
 - 5.2.2.- El paralenguaje
 - 5.2.3.- Lenguaje de objetos
 - 5.2.4.- Proxémica
 - 5.2.5.- Cronémica

Bibliografía: DAVIS, F.(1981): La comunicación no verbal. Madrid. Alianza Editorial

Film para visionado: ORSON, Welles (director) (1941). Ciudadano Kane.

Tema 6.- La comunicación social

- 6.1. – La comunicación mediada
- 6.2.- La Comunicación social

Bibliografía:

LUCAS MARÍN, ANTONIO (2003): Sociología de la Comunicación. Editorial Trotta.
BAYLON, C. Y MIGNOT, X., La comunicación, Madrid: Cátedra, 1996.

Bibliografía específica: SARTORI, G. (1997): Homo Videns. La sociedad teledirigida. Madrid. Editorial Taurus

Tema 7.- La comunicación en las organizaciones

- 7.1.- Teoría de las organizaciones
- 7.2.- Tendencias de investigación en la comunicación organizacional
- 7.3.- La comunicación interna
- 7.4.- La comunicación externa

Bibliografía: LUCAS MARÍN, ANTONIO (2002): Sociología de las organizaciones. Editorial McGraw-Hill

Tema 8.- Las nuevas tecnologías de la información

- 8.1.- Características generales
- 8.2.- Internet
- 8.3.- El impacto social de las nuevas tecnologías

Bibliografía: LUCAS, A. (2000). LA nueva sociedad de la información. Madrid. Trotta.
Texto de lectura: MORAGAS, Miquel de: "Internet: Facilidades tecnológicas, dificultades de comunicación". Portal de la comunicación

EVALUACIÓN

1. fichas de asistencia a clase

Par un mejor conocimiento de los/as alumno/as matriculados en esta asignatura, se agradecerá presenten su ficha debidamente cumplimentada y con una fotografía adecuada, antes del 28 de febrero.

2. Créditos de la asignatura

La asignatura se compone de 6 créditos (4 teóricos y 2 prácticos). Es imprescindible aprobar la parte teórica y práctica para aprobar la asignatura.

a) Los créditos teóricos

Los créditos teóricos se obtienen con el examen final.

b) Créditos prácticos

Los créditos prácticos se obtienen con las lecturas y trabajos desarrollados por los por los alumnos:

- Lecturas obligatorias:

WOLF, Mauro (1994): Los efectos sociales de los media. Barcelona. Paidós (Prueba de lectura: 13 de marzo).

DAVIS, Flora (1981): La comunicación no verbal. Madrid. Alianza Editorial (Prueba de lectura: 17 de abril).

SARTORI, G. (1997): Homo Videns. La sociedad teledirigida. Madrid. Taurus. (Prueba de lectura: 22 de mayo).

- Trabajo individual:

La comunicación no verbal en Ciudadano Kane.

- Trabajo en grupo:

Trabajo de investigación

c) Asistencia y participación

Para la evaluación final de la asignatura se tendrá en cuenta la asistencia y participación de los alumnos en las clases.

BIBLIOGRAFÍA

BAYLON, C. Y MIGNOT, X., La comunicación, Madrid: Cátedra, 1996.

DAVIS, FLORA, La comunicación no verbal, Madrid: Alianza, 1976

LUCAS MARÍN, A., Sociología de la comunicación, Madrid: Trotta, 2003

MCQUAIL, D., Introducción a la teoría de la comunicación de masas, Barcelona: Paidós, 1999

MORAGAS, M. de, Sociología de la comunicación de masas, Barcelona: Gustavo Gili, 1979

BATESON, BIRDWHISTELL, GOFFMAN....., La nueva comunicación, Barcelona: Kairós, 1994

BOURDIEU PIERRE, Sobre la Televisión, Barcelona: Anagrama, 1997

RAMONET, IGNACIO, La tiranía de la comunicación, Debate, 1998

SARTORI, G., Homo videns. La sociedad teledirigida, Madrid: Taurus 1998.

WOLF, MAURO., La investigación de la comunicación de masas. Barcelona. Paidós 1991

WOLF, MAURO, Los efectos sociales de los media. Barcelona. Paidós. 1994