



Guía docente

Datos Identificativos					2017/18
Asignatura (*)	Sociología de la comunicación y de la opinión pública		Código	615G01310	
Titulación	Grao en Socioloxía				
Descritores					
Ciclo	Periodo	Curso	Tipo	Créditos	
Grado	2º cuatrimestre	Tercero	Obligatoria	6	
Idioma	CastellanoGallego				
Modalidad docente	Presencial				
Prerrequisitos					
Departamento	Socioloxía e Ciencias da Comunicación				
Coordinador/a	Gonzalez Radio, Vicente	Correo electrónico	v.gradio@udc.es		
Profesorado	Gonzalez Radio, Vicente	Correo electrónico	v.gradio@udc.es		
Web	http://www.sociologia.es				
Descripción general	Se trata de presentar al alumno el contexto de la sociedad de la información y del conocimiento, la comunicación como variable que incide en el proceso social. Para ello se pretende observar la sociología de la comunicación y la opinión pública como materia aplicada y general de la sociología. Se desarrolla el marco teórico y su contextualización y se analiza el peso de la opinión en la sociedad.				

Competencias del título

Código	Competencias del título
A1	Conocimiento de los componentes básicos de las desigualdades sociales y las diferencias culturales.
A3	Introducción a la evolución de las sociedades contemporáneas y de sus movimientos sociales y políticos.
A4	Relaciones entre la población, los recursos y medio ambiente en su movimiento y estructura; y el estudio de las técnicas y métodos del análisis demográfico.
A5	Aprendizaje de los conceptos y de las técnicas estadísticas aplicadas a la sociedad humana.
A9	Análisis de los principales conceptos y generalizaciones sobre la sociedad humana y sus procesos.
A14	Capacidades en elaborar, utilizar, e interpretar indicadores sociales e instrumentos de medición social.
A16	Conocimientos y habilidades técnicas para la producción y el análisis de los datos cuantitativos y cualitativos.
A25	Habilidades en el desarrollo de las organizaciones (asesoramiento, diseño y gestión de organizaciones e instituciones).
A27	Conocimientos y habilidades de las técnicas de muestreo y de trabajo de campo.
B1	Capacidad de organización y planificación.
B2	Toma de decisiones.
B3	Capacidad de análisis y síntesis.
B4	Resolución de problemas.
B9	Reconocimiento a la diversidad y a la multiculturalidad.
B10	Habilidades en las relaciones interpersonales.
B21	Aprendizaje autónomo.
B22	Liderazgo.
B24	Habilidades para contextualizar e identificar los actores clave en cada situación.
B27	Capacidades en reconocer la complejidad de los fenómenos sociales.
C1	Expresarse correctamente, tanto de forma oral como escrita, en las lenguas oficiales de la comunidad autónoma.
C3	Utilizar las herramientas básicas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) necesarias para el ejercicio de su profesión y para el aprendizaje a lo largo de su vida.
C7	Asumir como profesional y ciudadano la importancia del aprendizaje a lo largo de la vida.
C8	Valorar la importancia que tiene la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico en el avance socioeconómico y cultural de la sociedad.

Resultados de aprendizaje



Resultados de aprendizaje	Competencias del título		
Desarrollar las habilidades en la información, en la transmisión, en la negociación, en la comunicación y en el conocimiento. Igualmente se van desarrollando los perfiles y significados de la opinión pública	A3 A4 A5 A9 A14 A16	B1 B2 B3 B4 B9 B10 B21 B22 B24 B27	C1 C3 C7 C8
Desarrollar capacidad de aprendizaxe autónomo mediante a búsqueda guiada polo profesor de textos relevantes da materia na Biblioteca o noutros canles de búsqueda	A1 A3 A4 A5 A9 A14 A16 A25 A27	B1 B2 B3 B4 B9 B10 B21 B22 B24 B27	C1 C3 C7 C8
Desenvolver coñecementos e habilidades terminolóxicas e categoriais mediante la exposición en el aula, en clases prácticas	A1 A3 A4 A5 A9 A14 A16 A25 A27	B1 B2 B3 B4 B9 B10 B21 B22 B24 B27	C1 C3 C7 C8

Contenidos	
Tema	Subtema
Lección 1.- Ámbitos, contextos, actores y manifestaciones de la sociología de la comunicación y opinión pública	1.1.- Información, Comunicación y Conocimiento 1.2.- Estado (Poder), Sociedad, Mercado e Individuo 1.3.-Actitudes, Comportamientos y Opiniones
Lección 2.-El estudio de la comunicación y la opinión pública.	2.1.-Sujeto, Objeto y Actividad 2.2.- Referencias y referentes y los imaginarios 2.3.-Procesos y resultados. Signos, señales, indicios, símbolos y mitos.
Lección 3.-La comunicación social: interacción, socialización y empatía	3.1.-Tipos de comunicación: animal, humana, de masas y masiva 3.2.-Modelos de información 3.3.-Modelos de comunicación
Lección 4. El proceso informativo. Los medios informativos y comunicativos	4.1.El emisor 4.2. Mensaje, transmisor y código 4.3.-El receptor (audiencias)
Lección 5.La producción social del conocimiento	5.1.-La civilización y cultura 5.2.-La institucionalización del saber y conocer 5.3.-Entendimiento, comprensión y explicación: la sociedad mediática



Lección 6.Actitudes y comportamientos	6.1.- El yo y la yoicidad: agente-actor-espectador-observador-interprete-traductor 6.2.-Las actitudes reactivas y proactivas: interesadas, antagónicas, coexistentiales, convivenciales comunitarias y comunicacionales 6.3.-Comportamiento: consenso, disenso y conflicto
Lección 7. La opinión pública como categoría mediática	7.1.-La opinión pública en los clásicos de la sociología 7.2.-La opinión pública en W.Lipmann, funcionalistas, estructuralistas, dialécticos, fenomenólogos y hermenéuticos 7.3.-Los enfoques actuales de la opinión pública y discurso único
Lección 8.-La opinión pública: soporte y extensión. La pedagogía social	8.1.-El periodismo y el rol de los medios de información y comunicación.- 8.2.la publicidad: comunicación persuasiva 8.3.-La propaganda: información persuasiva
Lección 9.Comunicación y pensamiento social	9.1.Perspectivas existenciales, dialógicas, fenomenológicas y hermenéuticas 9.2-Teoría crítica: racionalidad instrumental 9.3.-Medios y mediaciones en la sociedad de masas y masiva
Lección 10.-Teorías explicativas de la comunicación de masas	10.1.-Teoría de la agenda 10.2.-T de la espiral del silencio 10.3.-T. de los usos y gratificaciones
Lección 11.-La investigación de la opinión y de los medios de comunicación de masas.-	11.1.-La realidad y la actualidad Lo intangible; la imagen, lo virtual la visualización y el discurso 11.2.-Enfoque cualitativo de la comunicación de masas.- 11.3.-Enfoque cuantitativo de la comunicación de masas

Planificación				
Metodologías / pruebas	Competencias	Horas presenciales	Horas no presenciales / trabajo autónomo	Horas totales
Prueba de respuesta breve	A5 A9 A14 A16 B3 B9 B27 C8	5	57	62
Sesión magistral	A3 B3 B9 B27	30	0	30
Análisis de fuentes documentales	A1 A4 A27 B10 B21 B24 C1 C7	10	13	23
Trabajos tutelados	A14 A16 A25 B1 B2 B4 B22 C3	10	22	32
Atención personalizada		3	0	3
(*)Los datos que aparecen en la tabla de planificación són de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de los alumnos				

Metodologías	
Metodologías	Descripción
Prueba de respuesta breve	Prueba objetiva dirigida a provocar el recuerdo de un aprendizaje presentado. Se presenta un enunciado en forma de pregunta para responder con una frase específica, palabra, cifra o símbolo.
Sesión magistral	La clase magistral es también conocida como ?conferencia?, ?método expositivo? o ?lección magistral?. Esta última modalidad se suele reservar a un tipo especial de lección impartida por un profesor en ocasiones especiales, con un contenido que supone una elaboración original y basada en el uso casi exclusivo de la palabra como vía de transmisión de la información a la audiencia.
Análisis de fuentes documentales	Desarrollar un acercamiento a las fuentes documentales.



Trabajos tutelados	<p>Metodología diseñada para promover el aprendizaje autónomo de los estudiantes, bajo la tutela del profesor y en escenarios variados (académicos y profesionales). Está referida prioritariamente al aprendizaje del "cómo hacer las cosas". Constituye una opción basada en la asunción por los estudiantes de la responsabilidad por su propio aprendizaje.</p> <p>Este sistema de enseñanza se basa en dos elementos básicos: el aprendizaje independiente de los estudiantes y el seguimiento de ese aprendizaje por el profesor-tutor.</p>
--------------------	---

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Sesión magistral	Las tutorías se realizarán en función de la producción y distribución del conocimiento de la comunicación: bibliografías, uso de medios, conexión a banco de datos etc.
Trabajos tutelados	
Análisis de fuentes documentales	
	Con relación a los trabajos tutelados se realizarán tres: uno referido a la comunicación intrapersonal; otro es el seguimiento de un medio de comunicación escrito durante todo el mes de marzo; y el tercero es el seguimiento de la propaganda política directa en medios audiovisuales

Evaluación

Metodologías	Competencias	Descripción	Calificación
Sesión magistral	A3 B3 B9 B27	Descripción de los contenidos del programa. Esquema. presupuestos teóricos y técnicas cuantitativas y cualitativas	10
Trabajos tutelados	A14 A16 A25 B1 B2 B4 B22 C3	los tres trabajos representan una distribución desigual de atención. El criterio de presentación de los trabajos son: el primero en el mes de marzo, el segundo en mayo (el del seguimiento de los periodicos de de marzo) y el último con el examen final	20
Prueba de respuesta breve	A5 A9 A14 A16 B3 B9 B27 C8	Será contestar brevemente a los contenidos expuestos en el programa. Se pueden hacer dos exámenes parciales opcionales de 1,30 horas cada uno y el final de 2 horas. El valor de la prueba alcanza a 7 puntos, 1 punto de asistencia a clase, y dos puntos por los trabajos.	70

Observaciones evaluación

Hay que aprobar el examen para aprobar la asignatura.

Fuentes de información

--



<p>Básica</p>	<p>BIBLIOGRAFÍA Libro de texto: Jesús Galindo Cáceres (Coordinador) Comunicación, Ciencia e historia. McGrawHill Libro de texto: M.L.De Fleur y S Ball-Rokeach, Teorías de la comunicación de masas Libro complementario a los de texto Manuel Marín Serrano. Teoría de la comunicación. McGrawHill P. Berger y Th. Luckmann (1968) La construcción social de la realidad. Amorrortu. Buenos Aires. David K. Berlo(1988)El proceso de la comunicación. El Ateneo. Buenos Aires. Daniel Bougnoux (1998). Introducción a las ciencias de la comunicación. Nueva Visión. Buenos Aires. Pierre Boudieu(1992). Sentido práctico.Anagrama. Barcelona. Philippe Breton (2000) La utopía de la comunicación. Nueva Visión. Buenos Aires. C. Castilla del Pino(1970)La incomunicación. Península. Barcelona. Vicente González Radío (1998)Comunicación y pensamiento social. Tórculo. Santiago. Vicente González Radío (2004) Comunicación e corpo. Lea. Santiago Vicente González Radío (2005) La opinión pública. Tórculo. Santiago Vicente González Radío (2006) El estudio de la sociología en la sociedad de la información. Tórculo. Santiago Vicente González Radío (2006) Socioloxía da comunicación e opinión pública. Lea. Santiago Vicente González Radío (2007) La interpretación de la vida en el refranero. Serv. Publ. Diputación de Lugo Jüger Habermas(1995)Teoría de la acción comunicativa. Tecnos. Madrid Jüger Habermas (2002) Acción comunicativa y razón sin trascendencia. Piados. Barcelona Niklas Luhmann(2000)La realidad de los medios de masas. Anthropos. Barcelona. James Lull (1997)Medios, comunicación, cultura. Amorrortu. Buenos Aires. Enrique Martín López (1998)Sociología de la comunicación humana. Fufap. Madrid. Enrique Martín López(1990) Sociología de la opinión pública. Beramar. Madrid Mille, A (1.979) Psicología de la comunicación. Paidós. Buenos Aires. Roger Silverstone (2004) ¿Por qué estudiamos los medios?. Amorrortu. Buenos Aires Gerg Simmel (2002) Cuestiones fundamentales de sociología. Gedisa. Barcelona D. K.Stewart (1.973) Psicología de la comunicación. Paidós. Buenos Aires. John B. Thompson (1998)Los media y la modernidad. Piados. Barcelona. Enrique Tierno Galván (1.973) Conocimiento y ciencias sociales. Tecnos. Madrid. Dominique Wolton (2004)La otra mundialización. Gedisa. Barcelona</p>
<p>Complementaría</p>	

Recomendaciones

Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Asignaturas que continúan el temario

Otros comentarios

(*) La Guía Docente es el documento donde se visualiza la propuesta académica de la UDC. Este documento es público y no se puede modificar, salvo cosas excepcionales bajo la revisión del órgano competente de acuerdo a la normativa vigente que establece el proceso de elaboración de guías