



## Teaching Guide

Identifying Data					2017/18
<b>Subject (*)</b>	Sociology of communication and public opinion		<b>Code</b>	615G01310	
<b>Study programme</b>	Grao en Socioloxía				
Descriptors					
<b>Cycle</b>	<b>Period</b>	<b>Year</b>	<b>Type</b>	<b>Credits</b>	
Graduate	2nd four-month period	Third	Obligatoria	6	
<b>Language</b>	SpanishGalician				
<b>Teaching method</b>	Face-to-face				
<b>Prerequisites</b>					
<b>Department</b>	Socioloxía e Ciencias da Comunicación				
<b>Coordinador</b>	Gonzalez Radio, Vicente	<b>E-mail</b>	v.gradio@udc.es		
<b>Lecturers</b>	Gonzalez Radio, Vicente	<b>E-mail</b>	v.gradio@udc.es		
<b>Web</b>	<a href="http://www.sociologia.es">http://www.sociologia.es</a>				
<b>General description</b>	Trátase de presentar ao alumno o contexto da sociedade da información e do coñecemento, a comunicación como variable que incide no proceso social. Para iso preténdese observar a socioloxía da comunicación e a opinión pública como materia aplicada e xeneral da socioloxía. Desenvólvese o marco teórico e o seu contextualización e analízase o peso da opinión na sociedade.				

## Study programme competences

Code	Study programme competences
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.

## Learning outcomes



Learning outcomes	Study programme competences		
Desenvolver as habilidades na información, na transmisión, na negociación, na comunicación e no coñecemento. Igualmente desenvólvense os perfís e significados da opinión pública	A3 A4 A5 A9 A14 A16	B1 B2 B3 B4 B9 B10 B21 B22 B24 B27	C1 C3 C7 C8
Desarrollar capacidade 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

Contents	
Topic	Sub-topic
Lección 1. Ámbitos, contextos, actores e manifestacions da socioloxía da comunicación e opinión pública	1.1. Información, comunicación e coñecemento. 1.2.-Estado (Poder); Sociedade; Mercado; e Individuo 1.3.-Actitudes; comportamentos; e opinións.
Lección 2.-O estudo da comunicación e opinión pública.	2.1.- Suxeito, obxecto e actividades 2.2.-Variables: lugar, tempo e relación 2.3.-Procesos e resultados. Signos, señales, indicios, imaxes, símbolos e mitos
Lección 3.Comunicación social: interacción e socialización	3.1.-Tipos de comunicación: animal; humano; de masas; e masiva 3.2.-Modelos de comunicación: funcionalistas, conductistas, dialécticos, estruturalistas, matemáticos, sistémicos, semióticos e comunicacionais 3.3.-Interacción, socialización e empatía
Lección 4.O proceso informativo. Os medios de comunicación	4.1.-Emisor 4.2.-Mensaxe (transmisor e código) 4.3.-Receptor (audiencias)



Lección 5.-A produción social do coñecemento	5.1.Referencias e imaxinarios 5.2.-Referentes. Visualización 5.3.-Entendemento, comprensión, explicación
Lección 6.-O Actitudes e comportamentos	6.1.- A yoicidade.Eu; Mi, Se.(axente-actor-espectador-observador-interprete-tradutor) . Tu. Outro Demais. Alteridade 6.2.-Relación: outro, demais, alguen, alteridades 6.3.-Actitudes reactivas e proactivas: antagónicas, interesadas, coexistentes, convivenciais, comunitarias e comunicativas
Lección 7.-A opinión pública como categoría mediática	7.1.-A opinión pública nos clásicos da socioloxía 2.-Lipmann e a Escola de Chicago 7.3.-Os enfoques modernos no estudio da opinión pública
Lección 8.-A opinión pública e a pedagogía social	8.1. O xornalismo 8.2.-A publicidade 8.3.-A propaganda
Lección 9.-Comunicación e pensamento social	9.1.-Perspectivas existenciais, dialóxicas e analíticas, 9.2.-Teoría crítica: a racionalidade instrumental 9.3.-Pragmatismo, fenomenoloxía e hemenéutica
Lección 10.-Teorías explicativas da comunicación de masas	10.1.-T. da Axenda 10.2.-Espiral do silencio 10.3.-T. dos usos e gratificacións
Lección 11.-A investigación dos medios de comunicación de masas.-	11.1.A realidade, a actualidade, o intanxible, a imaxe,o virtual,a visualización e o discurso 11.2.-Enfoque cualitativo da comunicación de masas.- 11.3.-Enfoque cuantitativo da comunicación de masas

Planning				
Methodologies / tests	Competencies	Ordinary class hours	Student?s personal work hours	Total hours
Short answer questions	A5 A9 A14 A16 B3 B9 B27 C8	5	57	62
Guest lecture / keynote speech	A3 B3 B9 B27	30	0	30
Document analysis	A1 A4 A27 B10 B21 B24 C1 C7	10	13	23
Supervised projects	A14 A16 A25 B1 B2 B4 B22 C3	10	22	32
Personalized attention		3	0	3

(\*)The information in the planning table is for guidance only and does not take into account the heterogeneity of the students.

Methodologies	
Methodologies	Description
Short answer questions	Proba obxectiva dirixida a provocar o recordo dun aprendizaxe presentado. Presentase un enunciado en forma de pregunta para responder cunha frase específica, palabra, cifra ou símbolo.
Guest lecture / keynote speech	A clase maxistral é tamén coñecida como ?conferencia?, ?método expositivo? ou ?lección maxistral?. Esta última modalidade sóese reservar a un tipo especial de lección impartida por un profesor en ocasións especiais, cun contido que supón unha elaboración orixinal e baseada no uso casi exclusivo da palabra como vía de transmisión da información á audiencia.
Document analysis	Desenvolver un achegamento ás fontes documentais



Supervised projects	<p>Metodoloxía deseñada para promover o aprendizaxe autónomo dos estudantes, baixo a tutela do profesor e en escenarios variados (académicos e profesionais). Está referida prioritariamente á aprendizaxe do ?como facer as cousas?. Constitúe unha opción baseada na asunción polos estudantes da responsabilidade pola súa propia aprendizaxe.</p> <p>Este sistema de ensinanza basease en dous elementos básicos: a aprendizaxe independente dos estudantes e o seguemento desa aprendizaxe polo profesor-titor.</p>
---------------------	--

## Personalized attention

Methodologies	Description
Guest lecture / keynote speech	As tutorías realizaránse en función da produción e distribución do coñecemento da comunicación: bibliografías, uso de medios, conexión a banco de datos etc.
Supervised projects Document analysis	Con relación aos traballos tutelados realizaránse tres: un referido á comunicación intrapersonal; outro é o seguemento dun medio de comunicación escrito durante todo o mes de marzo; e o terceiro é o seguemento da propaganda política directa en medios audiovisuais

## Assessment

Methodologies	Competencies	Description	Qualification
Guest lecture / keynote speech	A3 B3 B9 B27	Descrición dos contidos do programa. Esquema. presupostos teóricos e técnicas cuantitativas e cualitativas	10
Supervised projects	A14 A16 A25 B1 B2 B4 B22 C3	Os tres traballos representan unha distribución desigual de atención. O criterio de presentación dos traballos son: o 1º de marzo, o 2º en mayo (o do seguemento dos periódicos de marzo) e o último co exame final	20
Short answer questions	A5 A9 A14 A16 B3 B9 B27 C8	Será contestar brevemente aos contidos expostos no programa. Pódense facer dous exámenes parciais opcionais de 1,30 horas cada un e o final de 2 horas. O valor da proba alcanza a 7 puntos, 1 punto de asistencia á aula, e 2 puntos polos traballos.	70

## Assessment comments

Hai que aprobar o exame para aprobar a materia.

## Sources of information



<b>Basic</b>	<p><b>BIBLIOGRAFÍA</b> Libro de texto: Jesús Galindo Cáceres (Coordinador) Comunicación, Ciencia e historia. McGrawHill</p> <p>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 Bounoux (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 Radó (1998)Comunicación y pensamiento social. Tórculo. Santiago. Vicente González Radó (2004) Comunicación e corpo. Lea. Santiago Vicente González Radó (2005) La opinión pública. Tórculo. Santiago Vicente González Radó (2006) El estudio de la sociología en la sociedad de la información. Tórculo. Santiago Vicente González Radó (2006) Socioloxía da comunicación e opinión pública. Lea. Santiago Vicente González Radó (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>
<b>Complementary</b>	

**Recommendations**

**Subjects that it is recommended to have taken before**

**Subjects that are recommended to be taken simultaneously**

**Subjects that continue the syllabus**

**Other comments**

(\*)The teaching guide is the document in which the URV publishes the information about all its courses. It is a public document and cannot be modified. Only in exceptional cases can it be revised by the competent agent or duly revised so that it is in line with current legislation.