

SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

Curso 2014/2015

(Código:69024089)

1.PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura es una introducción en el análisis e interpretación sociológicos de los procesos de comunicación. Se ha centrado exclusivamente en la comunicación a través de los llamados medios de comunicación, dejando a un lado tanto la comunicación interpersonal cara a cara, como otros procesos de comunicación.

Se ha dado preferencia en la asignatura a una perspectiva histórica. Aun cuando tal perspectiva tiene como umbral la modernidad, se posibilita cierta distancia. Una distancia histórica que intenta convertirse en distancia sociológica a través del análisis paralelo de contexto social y descripción del funcionamiento de los medios. De esta manera, la distancia sociohistórica no es tanto una mirada hacia el pasado, como un intento de fundamentar el análisis del presente y las proyecciones sobre el futuro.

2.CONTEXTUALIZACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS

La asignatura se alimenta principalmente de los conocimientos adquiridos en las asignaturas que en el Plan de Estudios abordan la teoría sociológica y el análisis de las transformaciones históricas recientes. Desde este segundo punto de vista, es especialmente importante que el estudiante tenga claro cuál es el significado de procesos históricos como la Reforma, las revoluciones burguesas y, sobre todo, los ocurridos durante el siglo XX, así como las explicaciones sociológicas del propio cambio. De aquí, que la asignatura quede articulada con asignaturas como Historia Política y Social Contemporánea de España, Cambio Social I, Cambio Social II y las distintas asignaturas sobre teoría sociológica.

3.REQUISITOS PREVIOS REQUERIDOS PARA CURSAR LA ASIGNATURA

Ninguno

4.RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El estudio teórico y la realización de las prácticas propuestas pretenden conseguir los siguientes resultados de aprendizaje:

- Adquirir una concepción global de los medios de comunicación y su integración en los contextos sociales concretos.
- Proyectar la perspectiva sociológica, especialmente las teorías sociológicas aprendidas en asignaturas situadas en niveles anteriores del plan de estudios, para el análisis de un campo como es el de la comunicación.
- Conocer los procesos de cambio de los distintos medios de comunicación.
- Evaluar críticamente las innovaciones de los medios de comunicación.



5.CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

El desarrollo de los contenidos de la asignatura está concebido para que el estudiante tenga una concepción global del sistema social de la comunicación mediada, entrando tanto en sus elementos (distintos medios de comunicación, instituciones), como en la relación con otros sistemas sociales, como el sistema de mercado. Cada uno de los epígrafes o apartados de los diez primeros temas, se ha tomado desde el significado que tiene para entender el conjunto del sistema social de la comunicación mediada y su proceso de transformación. Desde el primer significado, se trata de reflejar cuál es el papel de tal aspecto o contenido dentro del sistema y con qué otros elementos se relaciona especialmente. Desde el segundo, en qué cambia el conjunto del sistema, qué novedad aporta al mismo. Los dos últimos temas adquieren distinto valor. El decimoprimer requiere una aplicación crítica de lo observado en los diez temas anteriores con respecto a distintos campos de transformación del propio sistema de comunicación mediada. El último subraya que, aun cuando en la asignatura ha dominado el tono descriptivo, se trata de concreción de teorías.

TEMA 1: Los medios como sistema.

El equilibrio entre los medios. Los medios de transporte. Continuidad y novedad de los medios. Coexistencia de medios: competencia y convergencia. Dispositivos de solidaridad en el sistema: de la reseña a la autopublicidad.

TEMA 2: Culturas y medios de comunicación.

Culturas orales. Comunidad, púlpito, universidad. Cultura escrita. La alfabetización. Los estilos de presentación. Los hábitos de lectura. Circulación manuscrita versus circulación impresa. Alfabetización y estandarización. La transformación de la lectura. La exclusión del analfabetismo. La cultura del teléfono.

TEMA 3: Procesos de cambios en el sistema de medios.

La sociedad ante el invento: enfoques empresarial, burocrático, político y militar. Impulsos. Resistencias. Consecuencias. Cambios y revoluciones. La imprenta. Nacimiento y difusión de la imprenta. El debate sobre el carácter revolucionario de la imprenta. Las consecuencias de la televisión.

TEMA 4: Sistema de medios y sistema sociedad.

La extensión de una civilización. El sistema postal y las redes postales. La censura. La educación. La búsqueda de apoyo de la sociedad. La revolución industrial y el sistema de medios de comunicación. La rotativa. La sociedad de masas. La aceleración del ritmo de vida. Las sociedades de la comunicación. Comunidad. Nacionalismo. Cosmopolitismo.

TEMA 5: Sistema de medios y sistema de mercado.

Flujos de información y mercancías. El mercado de los medios: el mercado del libro, el mercado de las biblias, el mercado de la Enciclopedia, el mercado del periódico. Sociedad de medios y sociedad de consumo. El libro barato. El editor. La publicidad. La industria de los medios: oligopolios y monopolios. La titularidad pública de los medios.

TEMA 6: La esfera pública.

La plaza. La Reforma. La opinión autónoma. Extensión e institucionalización de la esfera pública: el periódico. La esfera pública y la revolución inglesa: los periódicos no oficiales. La Ilustración y la revolución francesa. Los intelectuales. Las



especializaciones de la esfera pública: información económica, información científica, propaganda religiosa. Lengua cosmopolita, lengua vernácula y lengua estándar. Información en el mundo: soberanía e imperialismo cultural.

TEMA 7: La recepción.

De la comunicación personal a la difusión. Los mediadores en la recepción. Prácticas: hábitos y rituales. Proceso de privatización de la lectura. El proceso de racionalización crítica. Interactividad. La suscripción. Las cartas. El descubrimiento del público. La producción de las audiencias: radio. La medición de audiencia. Las transformaciones del mensaje: el convencionalismo, la abreviación del mensaje. El mercado global de la audiencia. Las amenazas a la privacidad.

TEMA 8: Otras esferas.

El hogar. El automóvil. Las salas. Educación y protección. La educación de adultos por radio. La educación por televisión. Sesame Street. El entretenimiento.

TEMA 9: Significado sociológico de los medios.

El folleto. El panfleto. El libro. El periódico. La radio. El cine. La televisión.

TEMA 10: Instituciones.

El interés público. El acontecimiento. El rumor. El programa. La fórmula. La fama. El plagio. La autoría. La propiedad intelectual. Las patentes. La piratería. La concesiones.

TEMA 11: La digitalización.

Nuevas infraestructuras y soportes. Transformación del sistema de medios: convergencias. Transformación de los medios. Transformación de las instituciones del sistema de medios. Transformación de la esfera pública: la ciudadanía digital. Transformaciones del consumo. Nuevas mercancías.

TEMA 12: La observación del sistema de medios.

La preocupación infantil. Bad News. Cultural Studies. Teoría crítica. La contribución francesa. La escuela canadiense: Innis, McLuhan, Ong.

6.EQUIPO DOCENTE

- [MANUEL JAVIER CALLEJO GALLEG0](#)

7.METODOLOGÍA Y ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

El proceso de enseñanza-aprendizaje de esta asignatura se desarrolla a través de varias actividades formativas que pueden ser clasificadas en dos categorías:



A) Trabajo autónomo/individual de los estudiantes

Lectura y asimilación del material escrito que desarrolla los temas que comprende el contenido de la asignatura. Desde este punto de vista, hay que señalar que el libro de referencia –tomado como manual- desarrolla todos los epígrafes presentes en el programa o contenido de la asignatura, aun cuando no lo hace en la misma sucesión, ni están presentes como tales epígrafes.

B) Realización de una práctica que consiste en la elaboración de un pequeño ensayo de carácter reflexivo, de entre 3.000 y 6.000 palabras, en el que se relacionen al menos dos de las siguientes obras:

- Pierre Bourdieu, *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama, 1997.
- Manuel Castells, *Comunicación y poder*, Madrid, Alianza, 2009.
- Jürgen Habermas, *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, Gustavo Gili, 1994 (hay ediciones posteriores).
- Niklas Luhmann, *La realidad de los medios de masas*, Barcelona, Anthropos, 2000.
- Walter J. Ong, *Oralidad y escritura: tecnologías de la palabra*, México, Fondo de Cultura Económica, 1994.
- John B. Thompson, *Los "media" y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós, 1998.

En la primera página del trabajo se hará constar nombre y apellidos del estudiante, así como los dos textos que se relacionan en el trabajo.

Este trabajo será voluntario y se calificará con un 20% de la nota final. Ahora bien, si se comprueba que el trabajo entregado está total o parcialmente plagiado se restarán dos puntos de la nota final.

8.EVALUACIÓN

La evaluación se ajusta a la metodología presentada anteriormente de manera que:

- 1) La comprensión de los temas se evalúa a partir de la realización de examen o prueba presencial, que consistirá en el desarrollo de dos epígrafes del programa, teniéndose en cuenta, además de la comprensión que se muestra del mismo, los aspectos formales de su expresión (redacción, estructura, ortografía, etc.). La máxima calificación de esta parte será de 8 puntos. Por lo tanto, el resultado de la prueba presencial aporta un 80% de la evaluación de la asignatura.
- 2) La correcta y completa realización del trabajo práctico (ensayo) se evaluará entre 0 y 2, de manera que aporta un 20% de la evaluación de la asignatura.

Los estudiantes que no participen en la práctica sólo podrán obtener como máximo un 80% del valor de la nota total.

9.BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

10.BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA



11.RECURSOS DE APOYO

Además del imprescindible apoyo de los profesores-tutores de los Centros Asociados, sobre todo de cara a la realización de la parte práctica (véase apartado tutorización), la asignatura cuenta con los recursos derivados de la virtualización. En especial, se recomienda el uso de las guardias virtuales y, en general, de los foros.

Por otro lado, durante el curso se realizará un programa de radio, que, además de abordar asuntos generales de la asignatura, enfoca algún aspecto actual vinculado a sus contenidos, con algún especialista en los mismos.

12.TUTORIZACIÓN

En los centros asociados donde exista tutor de la asignatura, los estudiantes del mismo deberán entregar o remitir copia del trabajo práctico al tutor asignado. A la vista del mismo, éste hará llegar al equipo docente su evaluación. Sobre esta cuestión conviene realizar dos puntualizaciones: a) es conveniente que el alumno entre en contacto con el tutor antes de emprender este trabajo durante el mismo, y no sólo al final del mismo; pues de esta manera podrá aprovechar sus consejos expertos, y, a su vez, el tutor tendrá una visión más informada del proceso llevado a cabo; b) sólo en caso de no disponer de tutor en el centro asociado, se remitirá directamente el trabajo a la asignatura a través de la plataforma Alf.

El equipo docente estará disponible para las consultas del estudiante los miércoles y jueves, entre 10:00 y 14:00 horas de la mañana y 16:00 y 20:00 horas de los miércoles, en el siguiente número de teléfono: 913987065. Si el estudiante opta por dejar un mensaje en el contestador, se ruega que lo haga con claridad y un ritmo pausado, para poder tomar nota.

