

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	36616
Nombre	Sociología de la comunicación
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2022 - 2023

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1334 - Grado en Periodismo	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	1	Segundo cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Carácter
1334 - Grado en Periodismo	4 - Sociología	Formación Básica

Coordinación

Nombre	Departamento
PECOURT GRACIA, JUAN	330 - Sociología y Antropología Social

RESUMEN

La asignatura de Sociología de la Comunicación se integra en el módulo de Formación Básica del Grado de Periodismo, junto con las de Historia del Mundo Actual, Derecho de la Comunicación, Historia de la Comunicación, Introducción a la Economía Actual, Instituciones Políticas contemporáneas, Expresión Oral y Escrita para medios de comunicación Y (en castellano), Expresión Oral y Escrita para medios de comunicación II (en valenciano), Teorías de la Comunicación y Documentación Comunicativa. Con la asignatura de Sociología de la Comunicación el estudiantado del Grado de Periodismo obtendrá conocimiento sobre las grandes estructuras sociales (Sido. mercado, clases sociales, identidades colectivas) y las micro-interacciones (frente a frente, ritualizadas, mediatizadas) que condicionan los procesos comunicativos en la sociedad actual. Se abordarán también elementos claves como la estructura social de la esfera pública contemporánea y algunos de los conflictos culturales más significativos que tienen lugar en este espacio comunicativo.



CONOCIMIENTOS PREVIOS

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Otros tipos de requisitos

Relación con otras asignaturas de la misma titulación

En el Grado de Periodismo, la Sociología de la Comunicación es una materia básica de la rama de comunicación, por lo cual tiene una especial relación con las asignaturas de la misma característica: Historia de la comunicación, Teorías de la comunicación, Documentación comunicativa e Instituciones políticas y políticas de comunicación.

Otros tipos de requisitos

El alumnado que se matricule en la asignatura de Sociología de la Comunicación no tendrá

COMPETENCIAS (RD 1393/2007) // RESULTADOS DEL APRENDIZAJE (RD 822/2021)

1334 - Grado en Periodismo

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes sean capaces de trabajar en equipo, de comunicar las propias ideas y de integrarse en proyectos comunes destinados a la obtención de resultados.
- Que los estudiantes manifiesten respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respeto por los derechos humanos.
- Capacidad para buscar, seleccionar, leer, interpretar y analizar textos y documentos tanto escritos como audiovisuales (capacidad analítica, sintética y crítica).
- Conocer los aspectos sociales, históricos, económicos y culturales de los contextos propios y ajenos relevantes.



RESULTADOS DE APRENDIZAJE (RD 1393/2007) // SIN CONTENIDO (RD 822/2021)

Los resultados de aprendizaje que pretenden obtenerse al acabar el curso son los siguientes:

- Mostrar un conocimiento adecuado de las ciencias de la comunicación en el marco de las ciencias sociales.
- Enumerar los conceptos, modelos y elementos críticos que describen, explican e intentan comprender la comunicación en sus diferentes facetas mediante un conocimiento de naturaleza teórica.
- Adoptar una posición crítica que permita valorar y revisar las diferentes corrientes de estudio sobre la comunicación a partir de los elementos socioculturales que encuentran en su nacimiento y desarrollo.
- Reconocer y aplicar diferentes perspectivas teóricas explicativas de los procesos de producción, distribución y recepción de la comunicación.
- Realizar y presentar correctamente un trabajo desde el punto de vista científico.
- Encontrar técnicas de búsqueda, identificación, selección y recogida de información.

Las destrezas que tienen que adquirirse son:

1. La imaginación sociológica, capacidad de ruptura del conocimiento del 'sentido común' en ámbitos culturales y comunicativos.
2. La capacidad de uso básico de las herramientas conceptuales generales de la sociología.
3. Observación de los contextos específicos de la producción, transmisión y recepción mediática.
4. La capacidad de relacionar las cuestiones de la desigualdad y la diferencia en los contextos comunicativos.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. LA TRADICIÓN SOCIOLÓGICA

- 1.1. Sociedad moderna y conocimiento sociológico
- 1.2. La tradición clásica: Durkheim, Marx, Weber
- 1.3. La tradición clásica y la comunicación

2. LA PERSPECTIVA MICRO-SOCIOLÓGICA: LAS INTERACCIONES SOCIALES

- 2.1. Teorías de la "interacción social"
- 2.2. Los mass media y la interacción social
- 2.3. La transformación de la visibilidad y las nuevas celebridades
- 2.4. Estudio de caso: el smartphone y la interacción social



3. LA PERSPECTIVA MACRO-SOCIOLÓGICA: LAS ESTRUCTURAS SOCIALES

- 3.1. El "campo" como estructura social
- 3.2. El "capital" y las formas de poder
- 3.3. El habitus y el conocimiento práctico
- 3.4. La estructura del "campo periodístico": la doble dependencia
- 3.5. Estudio de caso: las revistas políticas durante el franquismo (1939-1975)

4. SOCIEDAD MODERNA Y ESFERA PÚBLICA

- 4.1. La estructura de la "esfera pública"
- 4.2. La crítica de la esfera pública: los "públicos subalternos"
- 4.3. Esfera pública y "espacio de opinión"
- 4.4. La sociología de los intelectuales mediáticos
- 4.5. Estudio de caso: las controversias intelectuales en la España post 15-M

5. SOCIEDAD MODERNA Y CONFLICTO CULTURAL

- 5.1. La concepción sociológica de la cultura
- 5.2. La cultura como ideología: Marx versus Mannheim
- 5.3. La cultura como hegemonía: Gramsci
- 5.4. Mass media y conflicto cultural: los "pánicos sociales"
- 5.5. Estudio de caso: los pánicos morales en la España post 15-M

6. SOCIEDAD DIGITAL Y CULTURA POSTMODERNA

- 6.1. De la "sociedad de la información" a la "sociedad red"
- 6.2. La arquitectura de Internet: redes centralizadas versus redes delstribuídas
- 6.3. Redes sociales y "cultura de la convergencia"
- 6.4. La postmodernidad cultural: "hiperrealidad" y "esquizofrenia"
- 6.5. Estudio de caso: el activismo político en la era digital.



VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	60,00	100
Elaboración de trabajos en grupo	46,00	0
Estudio y trabajo autónomo	26,00	0
Preparación de actividades de evaluación	18,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGÍA DOCENTE

Las actividades formativas se dividen en presenciales y no presenciales.

Las presenciales se centrarán en:

- Clases teóricas: desarrollo del temario a través de la construcción de conocimiento en el aula (física o virtual).
- Clases prácticas:
 - Actividades orientadas a la asimilación de los conceptos teóricos, realización de ejercicios prácticos y tutorización de trabajos grupales.

Las no presenciales se centrarán en:

- Trabajo grupal: construcción de un caso analítico relacionado con los contenidos de la asignatura
- Lectura: textos de naturaleza científica o crítica proporcionados por el profesor como preparación de las prácticas de clase.
- Estudio: para las pruebas objetivas realizadas al final del cuatrimestre.

EVALUACIÓN

En primera convocatoria:

La evaluación constará de dos partes diferenciadas, a saber:

- Prueba escrita individual a la finalización del cuatrimestre..... 50%
- Trabajos grupales de reflexión sobre la materia..... 50%

La prueba escrita incluirá toda la materia contenida en los contenidos de la materia y es recuperable.

Los trabajos en grupo serán tutorizados por el profesor y tanto el trabajo como la nota serán homogéneos para los componentes del grupo; así mismo, será recuperable.

Para aprobar el conjunto de la asignatura es necesario llegar al menos a una nota de cinco tanto en el examen escrito como en el trabajo de equipo.



En segunda convocatoria: se mantendrán los criterios de la primera.

REFERENCIAS

Básicas

- Bourdieu, P. (2006), Sobre la televisión, Anagrama, Barcelona.
- Castells, M. (1997), La era de la información, Economía, sociedad y cultura. La sociedad red, Alianza, Madrid.
- Castells, M. (2009), Comunicación y poder, Alianza, Madrid.
- Giddens, A. y Sutton, P. W. (2018), Sociología, Alianza, Madrid.
- Habermas, J. (1981), Historia y crítica de la opinión pública, Gustavo Gili, Barcelona.
- Thompson, J.B. (1998), Los medios y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación, Paidós, Barcelona.

Complementarias

- Baudrillard, J. (2005), Cultura y simulacro, Kairós, Barcelona.
- Benkler, Y. (2015), La riqueza de las redes: cómo la producción social transforma los mercados y la libertad, Icaria, Barcelona.
- Bourdieu, P. y Wacquant, L. (2008), Una invitación a la sociología reflexiva, Siglo XXI, Buenos Aires.
- Cohen, S. (2017), Demonios populares y pánicos morales: delincuencia juvenil, subculturas, vandalismo y drogas, Gedisa, Barcelona.
- Collins, R. (2009), Cadenas de rituales de interacción, Anthropos, Barcelona.
- Eagleton, T. (2001), La idea de cultura. Una mirada política sobre los conflictos culturales, Paidós, Barcelona.
- Goffman, E. (1993), La presentación de la persona en la vida cotidiana, Amorrortu, Buenos Aires.
- Jamerson, F. (1991), El postmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado, Paidós, Barcelona.
- Jenkins, H. (2006), Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación, Paidós, Barcelona.



Larraín, J. (2010), El concepto de ideología (4 vols), LOM Ediciones, Santiago de Chile.

