

<b>PROGRAMA DE SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN</b>						
<b>I.- DATOS GENERALES</b>						
Nombre de la Carrera o Programa: <b>COMUNICACIÓN SOCIAL</b>						
Nombre de la Asignatura: Sociología de la Comunicación						
Departamento y/o cátedra: Ciencias de la Comunicación						
Régimen: <i>Semestral</i>				Número de Unidades Crédito: 5		
Ubicación en el plan de estudios: Tercer semestre						
Tipo de asignatura:				N° horas semanales:		2
Obligatoria		x Electiva		Teóricas:		Prácticas/Seminarios
Prelaciones/Requisitos:				Asignaturas a las que aporta: Del <u>ciclo básico</u> : Opinión Pública; Semiología; Ética de la Comunicación Social. De la concentración <u>Comunicaciones Integradas de Mercadeo</u> : Comportamiento del Consumidor. De la concentración <u>Periodismo</u> : Análisis de medios periodísticos y audiencias.		
Fecha de aprobación del Programa por el Consejo de Facultad: 28/9/2015						

<b>II.- JUSTIFICACIÓN</b>	
<p>Los profesionales de la comunicación social requieren la comprensión analítica del contexto sociopolítico y cultural en el que se dan los procesos de cambio social, ya que intervienen como mediadores a través de la producción de mensajes en las diversas plataformas de comunicación colectiva y en red, que operan a escala global y latinoamericana.</p> <p>Dicha comprensión incluye por una parte el conocimiento crítico de la sociedad y sus procesos comunicativos y por otra parte la capacitación en las estrategias de análisis que suministran las ciencias sociales con sus tradiciones paradigmáticas en el campo de los estudios de la comunicación social contemporánea.</p>	
<b>III.- CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS</b>	
Esta unidad curricular contribuye al desarrollo de las competencias generales, profesionales básicas y específicas siguientes:	
Competencia general: Aprender a aprender con calidad	
Abstrae, analiza y sintetiza información sociopolítica y cultural	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identifica elementos comunes en diferentes situaciones o contextos socioculturales</li> <li>2. Descompone, identifica, clasifica y jerarquiza elementos comunes de los procesos</li> <li>3. Resume información de forma clara y ordenada de los resultados obtenidos</li> </ol>

	4. Integra los elementos de forma coherente
Competencia general: Aprender a interactuar en el contexto global	
Se desempeña eficazmente en contextos internacionales	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reconoce diferencias entre una situación actual y deseada en contextos y situaciones en los que es necesaria la mejora comunicacional global y/o local</li> <li>2. Jerarquiza los factores que afectan los procesos</li> <li>3. Propone opciones de trabajo cooperativo con actores nacionales e internacionales</li> </ol>
Interpreta las nuevas tendencias del cambio social y comunicacional con propuestas alternativas de comunicación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reconoce diferencias entre una situación actual y la deseada en contextos y situaciones de cambio social, sea global o local</li> <li>2. Jerarquiza los factores que afectan los procesos de cambios comunicacional</li> <li>3. Propone opciones de trabajo cooperativo con actores nacionales e internacionales</li> </ol>
Competencia profesional básica: Interpreta la realidad social	
Investiga la realidad sociocultural y comunicacional	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identifica los enfoques de la teoría social que se han empleado en el análisis de las comunicaciones sociales</li> <li>2. Evalúa críticamente sus presupuestos sociológicos y metodológicos de los enfoques</li> </ol>
Interpreta las nuevas tendencias del cambio social y comunicacional con propuestas alternativas de comunicación	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Visualiza tendencias alternativas de acción comunicativa en los escenarios latinoamericano y venezolano</li> <li>2. Discierne la diversidad cultural en escenarios globales</li> </ol>

<b>IV.- CONTENIDOS</b>	
Unidad I. Antecedentes: Conceptos básicos de Ciencias Sociales aplicadas a Comunicación Social	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Los primeros intentos de comprensión de la comunicación de masas <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Del conocimiento vulgar y profesional al conocimiento científico</li> </ol> </li> <li>2. La influencia de los enfoques sociológicos de los clásicos para explicar el papel de la comunicación y de los medios masivos</li> <li>3. Las diferencias teóricas y metodológicas y el surgimiento de escuelas de investigación</li> </ol>
Unidad II. Perspectiva Funcionalista: El enfoque de la “Mass Communication Research” centrado en los efectos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Orígenes y principios <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. Lasswell, Lazarsfeld, Howland</li> </ol> </li> <li>2. Las funciones y disfunciones de la comunicación de masas <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Whright, Klapper, Katz</li> </ol> </li> <li>3. La discusión y crítica del funcionalismo</li> </ol>



	3.1. Wolff, Alsina, Beltrán
Unidad III. Perspectiva Crítica: El enfoque Crítico y sus derivaciones culturalistas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La Escuela de Fránckfort y las industrias culturales <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. T. Adorno, W. Benjamin, J. Habermas</li> </ol> </li> <li>2. La economía política <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. H.Schiller, A. Mattelart, E. Bustamante</li> </ol> </li> <li>3. Los estudios culturales <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Williams, Thompson, Martín Barbero</li> </ol> </li> <li>4. La discusión entre apocalípticos e integrados <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. U.Eco, E. Maigret</li> </ol> </li> </ol>
Unidad IV. Perspectiva Interpretativa: Nuevas tendencias y retos investigativos	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El Interaccionismo simbólico <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. GH. Mead, Goffman</li> </ol> </li> <li>2. El construccionismo <ol style="list-style-type: none"> <li>2.1. Berger, Lukmann</li> </ol> </li> <li>3. La etnometodología <ol style="list-style-type: none"> <li>3.1. Garfinkel, Lull</li> </ol> </li> <li>4. Internet y las redes sociales <ol style="list-style-type: none"> <li>4.1. Castells, de Kerckhove</li> </ol> </li> </ol>
Unidad V. Perspectivas latinoamericanas: Enfoques innovadores	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. La búsqueda de originalidad <ol style="list-style-type: none"> <li>1.1. L. Ramiro Beltrán, A. Pasquali, N. García Canclini</li> </ol> </li> <li>2. La evolución de las investigaciones de Comunicación en Venezuela</li> <li>3. Líneas de investigación según el Postgrado y el CIC-UCAB</li> </ol>

#### V.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

DOCENTES	ESTUDIANTES
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Clases expositivas del profesor con sesiones de preguntas y respuestas</li> <li>2. Lecturas dirigidas</li> <li>3. Búsqueda de información en fuentes diversas</li> <li>4. Elaboración de contenidos e-learning</li> <li>5. Exposición de investigadores en comunicación</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Atención y participación en clases</li> <li>2. Estudio autónomo de contenidos</li> <li>3. Consultas e-learning (Módulo 7)</li> <li>4. Búsquedas documentales en bases de datos</li> <li>5. Realización de presentaciones en formatos digitales (powerpoint, infografías, blogs...) sobre autores y/o escuelas</li> <li>6. Trabajo cooperativo en línea</li> </ol>

#### VI.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

Las estrategias de evaluación sugeridas para la asignatura *Sociología de la comunicación* son:

1. Evaluación formativa:
  - 1.1. Encuesta sobre conocimientos previos.
  - 1.2. Exámenes y quices.
  - 1.3. Trabajos en grupo
  - 1.4. Prueba diagnóstica.
2. Evaluación sumativa:
  - 2.1. Pruebas objetivas individuales sobre contenidos teóricos.



## VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### TEXTOS

#### Bibliografía básica general:

- AGUIRRE J.M. y BISBAL, M. (2012). *Prácticas y travesías de comunicación social en América Latina*. Caracas: Centro Gumilla, Caracas. (Digitalizado).
- ALSINA, Miguel Rodrigo. (2001). *Teorías de la comunicación*. UAB. Editores. Barcelona. (Digitalizado). TORRICO, E. (2004). *Abordajes y periodos de la teoría de la comunicación*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- ALSINA, Miguel Rodrigo. (2001). *Teorías de la comunicación*. UAB. Editores. Barcelona. (Digitalizado).
- BISBAL, M. y AGUIRRE, J.M. (2015). *Encrucijadas de la comunicación en Venezuela*. Caracas: Centro Gumilla/Bi&Co.
- CASTELLS, Manuel. (2001). *La galaxia de Internet*. España: Plaza & Janés.
- CASTELLS, Manuel. (2009). *Comunicación y poder*. España: Alianza Editorial.
- KERCKHOVE, Derrick. (1999). *La piel de la cultura: investigando la nueva realidad electrónica*. Barcelona: Gedisa.
- HERNÁNDEZ, G. (2012). *Cómo hacer un proyecto de investigación en comunicación*. Caracas: Ucab.
- KARAM, T. y CAÑIZÁLEZ, A. (2010). *Veinte formas de nombrar a los medios masivos*. ULA. (Digitalizado).
- MAIGRET, Éric. (2005). *Sociología de la comunicación y de los medios*. México: Fondo de Cultura Económica.
- MC QUAIL, Denis. (1991). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Paidós.
- TORRICO, E. (2004). *Abordajes y periodos de la teoría de la comunicación*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.

### PÁGINAS WEB

Módulo 7

[www.Agora-bit](http://www.Agora-bit)

[www.Infoamérica.org](http://www.Infoamérica.org)

[www.ucab.edu.ve](http://www.ucab.edu.ve): Módulo 7

Revista Comunicación <http://gumilla.org/biblioteca/>

Revista Temas de Comunicación

<http://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temas>

### GUÍAS Y MATERIAL DE APOYO

- AGUIRRE J.M. (2005). *Sociología de la Comunicación en América Latina: perspectiva de autores latinoamericanos*. UCAB (reproducido y digitalizado).
- AGUIRRE J.M. (2008). *Sociología de la Comunicación en América Latina: perspectiva de autores latinoamericanos*. UCAB (reproducido y digitalizado).



KARAM, T. y CAÑIZÁLEZ, A. (2010). *Veinte formas de nombrar a los medios masivos*. ULA. (Digitalizado).

Quiñones, R.; Bisbal, M. y Aguirre J.M. (2012). *Los medios de comunicación social en Venezuela. De los medios a las redes*. Caracas: Centro Gumilla.

