

INTRODUCCIÓN A LA SOCIOLOGÍA (2017-18)

DATOS GENERALES

Código 18503

Créditos ECTS 6

Departamentos y áreas

Departamento	Área	Dpt. Resp.	Dpt. Acta
SOCIOLOGÍA I	SOCIOLOGIA	SÍ	SÍ

Estudios en que se imparte

GRADO EN CRIMINOLOGÍA

DOBLE GRADO EN DERECHO Y CRIMINOLOGÍA

Contexto de la asignatura

Una perspectiva general de la Sociología debiera proporcionar instrumentos intelectuales, teóricos y metodológicos suficientes para el análisis de cualquier sociedad compleja. La actual sociedad de consumo, quizá la más compleja de todas, aparte de su dimensión material y productiva, tiene, al igual que el capitalismo actual, una naturaleza fundamentalmente semántica. De ahí, su enorme capacidad para redefinirse continuamente en función de los distintos contextos sociohistóricos de la edad contemporánea. Con la única condición del mantenimiento del principio de la extracción del valor, colectivamente generado, en forma de plusvalía a favor de una minoría, el capitalismo y la sociedad de consumo se adaptan, dentro de un orden, a cualquier circunstancia espacio-temporal.

Como consecuencia, conceptos como las clases sociales, la política, los grupos o las organizaciones sociales, tan útiles en la comprensión de la sociedad industrial, deben ser complementados con el análisis sociológico de la publicidad y el consumo, mucho más explicativos de la actual sociedad postmoderna. La Sociología del objeto y de la satisfacción de necesidades, propia de las sociedades industriales, evoluciona hacia una Sociología de lo simbólico y lo semántico en la actual sociedad de consumo. El objeto convertido en signo avala el paso de una sociedad, como la industrial, basada en la mercancía y en la satisfacción de necesidades a una asentada en la significación, como la de consumo. Aún con el mantenimiento y multiplicación de los imprescindibles aspectos materiales, en el paso de la sociedad industrial a la de consumo se ha producido una progresiva desmaterialización. El objeto convertido en signo ha elevado a esta última de lo real a lo mitológico. La propia sociedad de consumo es un mito. Todo es posible con sólo definirlo. El mito de la felicidad, con sólo definirlo semánticamente, vertebró esta sociedad. La mera idea de consumo, constituida en mito fundacional, configura la propia esencia de la sociedad de consumo. No es el goce real, sino la anticipación del placer y de la felicidad venideros lo que genera la integración social de los individuos. No hace falta generar un cambio social en la realidad, es suficiente con definirlo publicitariamente. Si el consumo de los objetos, producidos en masa a partir de la sociedad industrial, es necesario para la satisfacción de las necesidades materiales en cualquier sociedad, lo que define a la sociedad de consumo es la idea de consumo.

Es evidente que el estudio sociológico de una sociedad tan compleja y multidimensional como la actual, nos llevaría a la inevitable tarea de integración de conocimientos mínimamente especializados. Se quebraría así, la perspectiva general de una Introducción a la Sociología. Por tanto, sólo existe una posibilidad ante esta problemática: el análisis de un fenómeno que abarque transversalmente toda la complejidad de la sociedad de consumo y a la vez no exija ese grado de especialización. Es decir, un fenómeno que, además de responder a la complejidad de la sociedad de consumo, sea simple. Este fenómeno es la publicidad. Por tanto, el objetivo de esta asignatura no es el análisis sociológico del fenómeno publicitario para comprender la publicidad, sino el análisis de la publicidad para explicar la sociedad de consumo.

Para más información dirigirse en el campus virtual a Recursos de aprendizaje -> Materiales -> Ver. Muchas gracias

OBJETIVOS

Objetivos específicos aportados por el profesorado (2017-18)

COMPETENCIAS DE LA ASIGNATURA

Esta asignatura desarrolla dos tipos de competencias, y, dentro de cada uno de ellos, las siguientes:

Entre las **competencias transversales o generales** -aquellas que trascienden entre las distintas asignaturas, materias o titulaciones- la Sociología desarrolla las siguientes:

- Comunicación oral y escrita (CT1)
- Capacidad de organización y planificación (CT2)
- Capacidad de análisis y síntesis (CT3)
- Desarrollo de un pensamiento crítico y autocrítico (CT6)
- Capacidad de trabajo en equipo (CT7).

Entre las **competencias específicas** -aquellas implicadas en el desarrollo del objeto de estudio de la asignatura- se encuentran distintas clases de competencia. En primer lugar se pueden considerar las *competencias específicas de formación disciplinar (saber)*. Estas competencias son las que se presentan en el último epígrafe de este campo como objetivos de la asignatura. El segundo tipo son las *competencias específicas de formación profesional (saber hacer)*. Son aquellas que basadas en el aprendizaje cooperativo, metodología docente empleada en la asignatura, desarrollan capacidades profesionales o instrumentales. Básicamente se trabajan las siguientes:

- Dominio de los métodos y técnicas de investigación social.
- Capacidad de aplicación de los métodos y técnicas cualitativas y cuantitativas de investigación social fundamentales.
- Manejo de un vocabulario correcto desde un punto de vista sociológico.

Finalmente las *competencias específicas de formación personal (saber ser)* -aquellas resultantes de experiencias de aprendizaje- confluyen prácticamente con las competencias transversales, ya mencionadas. Son, por tanto, las menos específicas dentro de este segundo tipo. Quizá la más destacable sea el desarrollo de la Capacidad de gestión de información.

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA

- Conocer los fundamentos de la Sociología.
- Interpretar la realidad social desde una perspectiva sociológica.
- Conocer las características básicas que definen la identidad de la Sociología como disciplina científica y su objeto de estudio.
- Conocer los conceptos sociológicos fundamentales.
- Conocer las teorías sociológicas fundamentales.
- Saber contextualizar y explicar los fenómenos sociales.

Para más información dirigirse en el campus virtual a Recursos de aprendizaje -> Materiales -> Ver. Muchas gracias.

CONTENIDOS

Contenidos teóricos y prácticos (2017-18)

El curso queda estructurado en torno a tres bloques temáticos. En los dos primeros se desarrolla la perspectiva más general y clásica de cualquier programa de Sociología. En la organización ahora presentada, se condensan estos contenidos tradicionales en los programas de Sociología en un primer bloque que aborda la percepción de la Sociología como ciencia y otro que desarrolla su objeto de estudio: la sociedad. En el primer bloque se establece la Sociología como una ciencia con un objeto de estudio determinado. El estudio de sus aspectos teóricos y metodológicos abarcan el objetivo general de este bloque temático. El segundo, se encarga del desarrollo conceptual y de las estructuras cognitivas de este objeto de estudio sistémico: la sociedad. El tercer bloque representa el objetivo último de este curso: el análisis sociológico de la sociedad de consumo. Por las razones apuntadas ya en la contextualización, este tipo de análisis es fundamental para comprender de una forma esencial el funcionamiento de la actual sociedad contemporánea. Esta perspectiva, aparte de ser la más adecuada a la complejidad de las sociedades actuales, tiene una doble dimensión: una más específica, otra, general. La primera, pretende el análisis del consumo como fenómeno social. Proporciona, por tanto, la comprensión del fenómeno más transversal de nuestras sociedades. La segunda, más amplia y general, posibilita el establecimiento de las principales consecuencias y efectos que el capitalismo y el control publicitario de la percepción colectiva tienen sobre los actores sociales. De ahí, que la parte más importante de los contenidos del programa se dediquen al análisis sociológico de la sociedad de consumo.

PARTE I. FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS DE LA SOCIOLOGÍA.

Desde la comprensión profunda de lo que implica la ciencia con respecto a otras formas de conocimiento, el estudiante se adentrará progresivamente en las peculiaridades de la Sociología como ciencia. Antes de establecer las características esenciales del proceso científico y de la Sociología y su estatuto científico en el entorno de las demás ciencias, el alumno deberá entender su causa última: la complejidad de su objeto de estudio. El alumno deberá tener un cierto dominio del carácter dual de ese objeto, de su difícil aprehensión teórica y práctica, para entender posteriormente las diferencias de la Sociología con otras ciencias. Una vez establecida la problemática de la Sociología como ciencia y la complejidad de su objeto de estudio, se puede percibir perfectamente por parte del estudiante la polarización teórica, metodológica y sustantiva con que esta forma de conocimiento se nos presenta. Comprendidos la multidimensionalidad y el multiparadigmatismo de la Sociología a nivel teórico, el estudiante no debe tener problemas para comprender estas características a nivel metodológico y de técnicas de investigación social.

Por tanto, siendo éstos los objetivos generales de este bloque, los consecuentes objetivos específicos del mismo serán los siguientes:

1. El estudiante debe conocer las peculiaridades del objeto de estudio de la Sociología, su estatuto científico y la polarización de sus paradigmas.
2. El conocimiento elemental de la formación de teorías como elemento fundamental de la ciencia es un objetivo importante para el estudiante.
3. Del multiparadigmatismo teórico de la Sociología, el estudiante debe pasar sin dificultad al multiparadigmatismo metodológico de la misma.
4. Con esta base se puede establecer un soporte de comparación muy elemental entre las técnicas de investigación social paradigmáticas de cada una de sus perspectivas metodológicas. Con ello, se establece una base introductoria a las asignaturas de las técnicas de investigación social.

TEMA 1. Sociología y sociedad.

TEMA 2. Perspectivas metodológicas en Sociología.

PARTE II. LA SOCIEDAD COMO SISTEMA SOCIAL: CONCEPTOS FUNDAMENTALES.

Uno de los aspectos más determinantes de una ciencia y su complejidad es su objeto de estudio. Establecidos en la primera parte los contenidos esenciales de este objeto, su complejidad y la multidimensionalidad y multiparadigmatismo derivados del mismo, parece muy conveniente a continuación desarrollar éste con un mayor grado de concreción. Este es el objetivo básico de esta segunda parte.

En el zigzagueante desarrollo histórico de su objeto de estudio, la Sociología ha generado conceptos elementales de una sensible profundidad y grandes estructuras analíticas. Por coherencia didáctica, el alumno debería acceder en primer lugar a los conceptos más elementales y después a las estructuras de mayor profundidad analítica. Entre otras razones, porque estas últimas no se pueden entender sin los primeros, y porque simplemente los integran, los relacionan y complejizan al llevarlos a espacios de mayor relevancia y generalización sociológica. Como consecuencia, el diseño de esta parte sigue esta estructura lógica y didáctica. El alumno, por tanto, deberá, en primer lugar, obtener, como efecto del estudio de esta parte, una idea aproximada de conceptos tan básicos y generales como los encuadrados en el área de lo cultural, lo institucional, de la desviación social, y de la estructuración social y desigualdad social. A partir de esta base, el alumno deberá, en segundo lugar, tener el camino bastante allanado para captar grandes estructuras analíticas de la Sociología tan importantes como el poder, el Estado y la religión. Temáticas todas éstas que han proporcionado a esta

disciplina algunos de sus más brillantes momentos y logros históricos.

Por tanto, siendo éstos los objetivos generales de este bloque, los consecuentes objetivos específicos del mismo serán los siguientes:

1. El dominio por parte del alumno de los conceptos básicos dentro de órdenes analíticos tan característicos como la cultura, el sistema institucional, el parentesco, la desviación social o la desigualdad social.
2. El conocimiento elemental de las teorías que sustentan estos conceptos es otro de los objetivos fundamentales por los que el alumno debe esforzarse.
3. Con esta base cognitiva, el estudiante está perfectamente capacitado para sumergirse en el estudio de las grandes instituciones sociales y de las interpretaciones de las distintas escuelas sociológicas encargadas de su estudio.
4. Tanto en el caso de los conceptos elementales y de las teorías que los sustentan, como en el de las grandes instituciones sociales es necesario que el alumno tenga una idea aproximada de los cambios históricos sobrevenidos en todos ellos a lo largo del tiempo. Esta concepción se desarrollará simultáneamente al el estudio de cada uno de estos apartados.

TEMA 3. Cultura y sociedad.

TEMA 4. La demografía.

TEMA 5. La desigualdad social.

TEMA 6. Grandes instituciones sociales

PARTE III. SOCIOLOGÍA Y SOCIEDAD DE CONSUMO.

El tercer bloque temático establece el análisis de la sociedad de consumo y sus múltiples dimensiones. Aparte de su evidente conveniencia en licenciaturas con este objetivo académico específico como, por ejemplo, la titulación en Publicidad y Relaciones Públicas, el análisis de la sociedad de consumo resulta ser imprescindible e inevitable en el viaje al corazón o al núcleo de la sociedad contemporánea y de una Sociología más moderna. Por todo ello, este nivel de análisis debería figurar en cualquier programa de Sociología General con el mismo rango, tal y como es tradición, de temas clásicos como la sociedad industrial. El análisis sociológico de la sociedad de consumo debiera de convertirse, pues, en un clásico de cualquier programa de Sociología. La sociedad de consumo es la piedra de clave conceptual para entender cómo en una sociedad, en la que lo perceptivo y lo imaginario sustituyen progresivamente a lo tangible, el control de la percepción colectiva es la fuente última de cualquier forma de poder. La política, la economía, la distribución social de rangos y prestigio social o los deseos más profundos de los actores sociales son, en último término, consecuencia de la percepción colectiva más o menos dirigida masivamente.

Por tanto, siendo éstos los objetivos generales de este bloque, los consecuentes objetivos específicos del mismo serán los siguientes:

1. La comprensión de las características fundamentales de la sociedad de consumo, tanto desde un punto de vista de los aspectos infraestructurales como de los superestructurales o culturales.
2. El conocimiento de las teorías y fundamentos de las perspectivas sociológicas -crítica y legitimadora- en torno al substrato socio-cultural de la postmodernidad.
3. El conocimiento de la génesis lingüística y social del discurso publicitario y su relación con el resto de los discursos sociales propios del poder.
4. El conocimiento del control social desde el capitalismo de producción al capitalismo de consumo.
5. La comprensión de la multidimensionalidad social del consumo como conformadora de la conducta básica en la sociedad contemporánea.

TEMA 7. La sociedad de consumo.

TEMA 8. Sustrato socio-cultural de la postmodernidad.

TEMA 9. El poder

TEMA 10. Del control social en las sociedades industriales al control social en la era del acceso.

La bibliografía de consulta para el desarrollo de este programa es la siguiente:

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA. PARTES I y II

No hay un único libro de texto. Se recomienda emplear conjuntamente algunos de los textos citados a continuación. Su empleo como libros de consulta conjuntamente con las aportaciones de las clases constituyen la base de este curso. Aparte de los muchos manuales sobre la materia que pueda consultar el alumno, se consideran los siguientes.

- BERGER, P., *Introducción a la Sociología*, México, Limusa, 1990.
DEL CAMPO, S., *Tratado de Sociología*, Madrid, Taurus, 1991.
GARCÍA FERRANDO, M., et al. *Pensar nuestra sociedad*, Valencia Tirant lo Blanc, 1997.
GARCÍA FERRANDO, M., *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación social*, Madrid, Alianza Universidad, 1990.
GIDDENS, A., *Sociología*, Madrid, Alianza Universidad, 1998.
MORALES Y ABAD, *Introducción a la Sociología*, Madrid, Tecnos, 1991.
MORIN, E., *Sociología*, Madrid, Tecnos, 1996.

BIBLIOGRAFÍA PARA PUBLICIDAD. PARTE III

- ALONSO, L. E., *La era del consumo*, Madrid, Siglo XXI, 2005.
ALONSO, L. E., *La era del consumo*, Barcelona, Paidós, 2003.
BAUDRILLARD, J., *Crítica de la Economía Política del Signo*, Madrid, Siglo XXI, 1987 (7ª edición).
BAUDRILLARD, J., *El intercambio simbólico y la muerte*, Caracas, Monte Ávila Latinoamericana, C. A., 1992.
BAUDRILLARD, J., *El sistema de los objetos*, Madrid, Siglo XXI, 1994 (13ª edición).
BAUDRILLARD, J., *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*, Barcelona, Plaza & Janés, 1974 (1ª edición).
BAUDRILLARD, J., *Pantalla total*, Barcelona, Anagrama, 2000.
BAUMAN, Z., *Vida de consumo*, Madrid, F.C.E., 2007.
BAUMAN, Z., *Vida de consumo*, Barcelona, Paidós, 2007.
GALTUNG, J., *Investigaciones teóricas*, Madrid, Tecnos, 1995.
GOFFMAN, E., *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu, 1977.
IBAÑEZ, J., *Por una Sociología de la vida cotidiana*, Madrid, Siglo XXI, 1994.
IBAÑEZ, J., *Por una Sociología de la vida cotidiana*, Madrid, Trotta, 2001.
KUHN, T., *La estructura de las revoluciones científicas*, Méjico, F.C.E., 1962.
LIPOVETSKY, G., *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, Barcelona, Anagrama, 1986.
LIPOVETSKY, G., *El imperio de lo efímero. La moda y su destino en las sociedades modernas*, Barcelona, Anagrama, 1990.
MARX, K., *Contribución a la crítica de la economía política*, Madrid, Siglo XXI, 1986.
MARX, K., *Manuscritos economía y filosofía*, Madrid, Alianza Editorial, 1985.
MERTON, R., *Teoría y estructura sociales*, Méjico, F.C.E., 1962.
RIFKIN, J., *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*, Barcelona, Paidós, 2000.
RIFKIN, J., *El fin del trabajo*, Barcelona, Paidós, 1996.
ROJAS, E., *El hombre light. Una vida sin valores*, Madrid, Temas de Hoy, 1992.
SARTORI, G., *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Madrid, Taurus, 1998.
SENNETT, R., *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el capitalismo*, Barcelona, Anagrama, 1998.
VEBLEN, T., *Teoría de la clase ociosa*, México, F.C.E., 1995.
VERDÚ, V., *El estilo del mundo. La vida en el capitalismo de ficción*, Barcelona, Anagrama, 2003.
BARTHES, R., *El sistema de la moda*, Barcelona, Paidós, 2003.
BARTHES, R., *Mitologías*, Madrid, Siglo XXI, 2010.
FROMM, E., *Del tener al ser*, Barcelona, Paidós, 2003.
JUNG, C. G., *Civilizaciones en transición*, Madrid, Trotta, 2001.

El temario de este programa puede sufrir algunas variaciones que se notificarán con la suficiente antelación a los alumnos en el programa distribuido en papel.

EVALUACIÓN

Instrumentos y criterios de Evaluación 2017-18

EVALUACIÓN GENERAL

El proceso de evaluación se realizará de una forma mixta. Los créditos prácticos se evaluarán de una forma continua, los teóricos a través de un examen en la convocatoria oficial. La evaluación continua, realizada a través de aprendizaje cooperativo, es resultado de la media de todas las notas obtenidas a lo largo del curso. El otro sistema de evaluación propuesto, para los créditos teóricos, es el examen final.

Evaluación continua: implica la evaluación de los grupos de trabajo vinculados al aprendizaje cooperativo. El grupo debe elaborar un informe escrito, un poster, un cuadro, o cualquier otro formato adecuado, que explique sus conclusiones sobre el material propuesto para el curso. Este material corresponde a una serie de textos –los más seminales- seleccionados entre todos los que forman el temario o programa de la asignatura.

La evaluación del trabajo se realizará en grupo. La nota obtenida, por tanto, lo será de todo él.

Se hará en sesión pública presencial para que se puedan beneficiar todos los alumnos de sus aportaciones y puedan intervenir. Corresponde al 50% de la nota final. La evaluación se hará en semanas y cuando, por distintas contingencias, lo indique el profesor.

Evaluación no continua: en función del número de estudiantes de cada convocatoria, el profesor decidirá entre un examen multitest de preguntas cerradas con penalización por respuestas erróneas (normalmente 3 errores resta 1 acierto) o un examen de tipo desarrollo con preguntas generales. Cuando el número de estudiantes sea reducido, el profesor decidirá si es conveniente o no la realización del examen de tipo desarrollo, lo que se comunicará con tiempo suficiente por los canales usuales (anuncios en el campus, clase, programa en papel, etc.). De forma normal, y por defecto, se realizará el examen multitest. Sin embargo, a juicio del profesor, se podrá asociar a este test una o varias preguntas de amplitud variable. En el primer caso (sólo test), su peso en este tipo de evaluación será el 100%. En el segundo (test más preguntas), cada prueba tendrá un peso del 50% de la nota de la misma. Aunque se realice masivamente el examen tipo test por parte del grupo, en casos excepcionales, y dadas las peculiaridades académicas de algunos estudiantes, previamente valoradas por el profesor, estos podrán optar como alternativa a un único examen de tipo desarrollo, renunciando previamente al test. Todas estas pruebas, con las indicaciones mencionadas, se realizarán en la convocatoria oficial.

LA NOTA FINAL será la media aritmética entre la evaluación continua y la no continua (cada una supone el 50% de la nota final). Ahora bien, para que ésta media pueda ser aplicada, independientemente de la calificación obtenida por el alumno en la evaluación continua (prácticas de textos), éste debe conseguir en la evaluación no continua (el examen final en la convocatoria oficial) una calificación mínima de 3,5 puntos. En el caso de que no se iguale o supere esta nota, la calificación final de la asignatura será la obtenida en el examen final, sin realizar, por tanto, la media aritmética con la nota de la evaluación continua.

En las convocatorias extraordinarias sólo podrá recuperarse la teoría. Las prácticas, dada su naturaleza, no serán recuperables. Para la nota final se mantendrá la nota de prácticas de la convocatoria ordinaria.



Tipo	Criterio	Descripción	Ponderación
EXAMEN FINAL	<p>Según las condiciones cambiantes en el número de alumnos y sus distintas dificultades, se elegirá a criterio del profesor el tipo de examen. Siempre habrá un examen masivo de tipo test con penalización por respuesta mal contestada (usualmente 3 preguntas mal contestadas restan 1 bien contestada), al que coyunturalmente, y a juicio del profesor, se le podrá asociar una o varias preguntas de amplitud variable. En el primer caso (sólo examen de tipo test), su valor sería el 100% del examen final. En el segundo (test y preguntas) cada prueba supondrá el 50% del examen final. Para casos excepcionales se realizará sólo un examen de tipo desarrollo. El examen de tipo desarrollo se ajustará a preguntas mucho más generales que las asociadas coyunturalmente al examen de tipo test, y su corrección dependerá de la información aportada por el alumno, de su conocimiento y de su capacidad expositiva.</p>	<p>Examen tipo test, asociado o no a preguntas de amplitud variable, o excepcionalmente examen de desarrollo según las condiciones individuales de los estudiantes</p>	50
ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN DURANTE EL SEMESTRE	<p>Este tipo de evaluación se realizará a través del trabajo directo de los alumnos sobre textos o materiales didácticos y también sobre la solución de problemas prácticos. Como la evaluación de cada uno de estos materiales se realizará a lo largo del curso, en la práctica resulta una evaluación continua, ya que al final se habrán obtenido por parte del alumno varias calificaciones repartidas durante todo el curso. La nota final de esta evaluación continua será resultado de la media entre todas las calificaciones del alumno.</p>	<p>Evaluación a través de trabajo directo sobre textos o de solución de problemas</p>	50

