

# SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

## Tecnología y procesos comunicativos

### I. LA NUEVA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

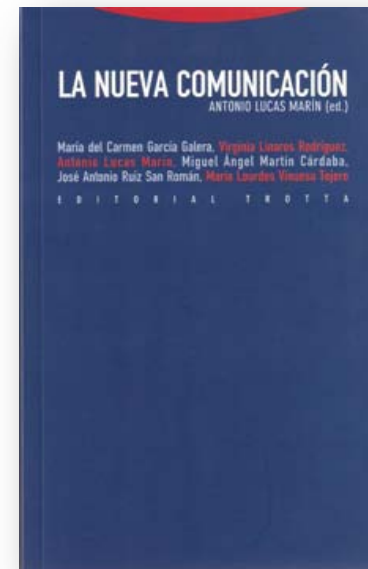
1. *El camino hacia las sociedades industriales avanzadas*
2. *La nueva sociedades informacionales*
3. *Los ordenadores y la evolución e la sociedad informacional*
4. *Internet: la red de redes*
5. *Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación*
6. *El estudio de las comunicaciones: el teléfono móvil*
7. *Más allá de un tratamiento crítico de las nuevas tecnologías*

### II. EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN: PERSPECTIVA TECNOLÓGICA

8. *La comunicación en las ciencias sociales*
9. *La comunicación personal*
10. *La comunicación mediada*
11. *La comunicación en las organizaciones*

### III. LA COMUNICACIÓN DE MASAS

12. *La comunicación colectiva y sus funciones*
13. *Análisis de los medios de comunicación de masas*
14. *Teorías generales y críticas sobre los medios*
15. *Estudios generales sobre los efectos de los medios*
16. *Teorías sobre los efectos de los medios*



# Capítulo 8

## La comunicación en las Ciencias Sociales



1. Hacia una sociedad de la información y la comunicación
2. La comunicación en las ciencias sociales
3. La comunicación de masas como objeto de estudio
4. Paradigmas teóricos generales
5. Principales líneas de investigación
6. Métodos y técnicas de investigación en comunicación

# La comunicación en las Ciencias Sociales

---

## 1. Hacia una sociedad de la información y la comunicación

- ✓ Una tendencia histórica: la modernización
  - No solo industrialización: cambio de formas productivas
  - Cambio de mentalidad: modernización
- ✓ Desde las sociedades tradicionales a industriales a informacionales
  - Tradicional
  - Industrial
  - Informacional: de las TI a las TIC (ordenadores, internet, web y móviles)
- ✓ Una creciente movilidad frente a las sociedades tradicionales
  - Física
  - Social
  - Psicológica
- ✓ Creciente valoración de los procesos comunicativos: la mediación
  - La escritura
  - Los medios de comunicación de masas
  - La aparición del *móvil*

# El proceso de modernización

	SOCIEDAD TRADICIONAL	SOCIEDAD INDUSTRIAL	SOCIEDAD INFORMACIONAL
<b>I. EVOLUCIÓN DEMOGRÁFICA</b>			
<b>Población</b>	Estancada	Creciente	Estable
<b>Urbanización</b>	Muy escasa	Abundante	Suburbana
<b>Educación</b>	Minoritaria	Generalizada	Especializada
<b>Modelo Familiar</b>	Extenso	Nuclear	Informal
<b>Emancipación Femenina</b>	Escasa	Creciente	Total
<b>II. CAMBIO</b>			
<b>Movilidad física</b>	Poca: orgánica	Creciente: mecánica	Muy grande: electrónica
<b>Movilidad social</b>	Nula: status adquirido	Posible: status adquirido	Creciente: acceso a información
<b>Movilidad psíquica</b>	Poca	En expansión	Grande
<b>Aceleración</b>	Nula	Grande	Muy grande
<b>III. RACIONALIZACIÓN</b>			
<b>Racionalidad</b>	Poco valorada	Valorada	Supuesta
<b>Capitalismo</b>	Testimonial	Creciente	Generalizado (crisis)
<b>Burocratización</b>	Ninguna	En Expansión	Flexibilizada
<b>Democracia</b>	Inexistente	En expansión	Ampliándose
<b>Tecnología</b>	Escasa	Abundante	Necesaria
<b>IV. PRODUCCIÓN Y CONSUMO</b>			
<b>Mercado y consumo</b>	Limitado, regional	Expansivo, nacional	Total, bloques
<b>Tipo y consumo</b>	Agrícola, extractiva, individual	Industrial, fabricación, en grupo	Servicios, información, en red
<b>Forma de producción</b>	Artesanal	En serie	Adaptable
<b>Masificación</b>	Inconsciente	Toma de conciencia	En la diversidad
<b>V. COMPLEJIDAD Y CONFLICTIVIDAD</b>			
<b>Problemas sociales</b>	Implícitos	Explícitos	Intentos de solución
<b>Comunicación</b>	Personal	Mediada, colectiva	Global nuevos medios
<b>Valoración del tiempo</b>	Escasa	Grande: puntualidad	Muy grande: flexibilidad
<b>Medio ambiente</b>	Natural	Alterado	Intentos de control
<b>Gobierno</b>	Autocrático, comunitarismo	Consultivo, capitalismo	Democrático, participativo
<b>Organización</b>	Afectiva	Burocrática	Desregulada
<b>Conflictos</b>	Personales, territoriales	De trabajo	Nuevos: sexo, minorías, cultura
<b>Seguridad</b>	Poco valorada	En aparición	Fundamental



# El cambio hacia la sociedad de la información y la comunicación

## Movilidad

	SOCIEDAD TRADICIONAL	SOCIEDAD INDUSTRIAL	SOCIEDAD INFORMACIONAL
MOVILIDAD FÍSICA	Poca: orgánica	Creciente: mecánica	Muy grande: electrónica
MOVILIDAD SOCIAL	Nula: status adscrito	Posible: status adquirido	Creciente: acceso a la información
MOVILIDAD PSÍQUICA	Poca	En expansión	Grande
ACELERACIÓN	Nula	Grande	Muy grande



# El cambio hacia la sociedad de la información y la comunicación

## Comunicación

	SOCIEDAD TRADICIONAL	SOCIEDAD INDUSTRIAL	SOCIEDAD INFORMACIONAL
<b>CARA A CARA</b> • Personal	La forma normal	Una forma importante	Se mantiene importante
<b>MEDIADA</b> • Artefactos	Muy escasa	En expansión	Expansión moderada:
<b>SOCIAL</b>	Poca	En expansión	Se expande buscando flexibilidad
<b>PERSONAL</b>	Nula	Grande	Muy grande Nuevas formas



# La comunicación en las Ciencias Sociales

---

## 2. La comunicación en las ciencias sociales

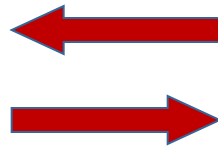
- ✓ Una preocupación reciente para un fenómeno antiguo y omnipresente
- ✓ Importancia: socialización y construcción social de la realidad: cultura
- ✓ Diferentes niveles de estudio:
  - Físico: transmisión y acumulación de información
  - Semántico: significado de los signos lingüísticos
  - Sociocultural: aspectos sociales del comportamiento común
- ✓ Comunicación como actividad física, animal y humana
  - Una primera definición
  - Señal y símbolo: en función de la proximidad al objeto de referencia
  - Acto comunicativo: transmitir, significar y afectar (sólo seguro si tengo *feedback*)
- ✓ Interacción social y comunicación
  - Solo 1 de los 9 tipos posibles de interacción es comunicación
  - Otras formas de acción social

# DIALÉCTICA SOCIAL

## SOCIALIZACIÓN

- ▶ Cultura
  - ▶ Realidad
  - ▶ Estética
  - ▶ Mundo normativo
    - ▶ Sanciones
    - ▶ Normas
    - ▶ Valores
  - ▶ Universos simbólicos
    - ▶ Teórico
    - ▶ Pre-teórico
    - ▶ Lingüística
- ▶ Legitimación
- ▶ Institucionalización
- ▶ Habitación

**HOMBRE**



**SOCIEDAD**

## OBJETIVIZACIÓN SOCIAL

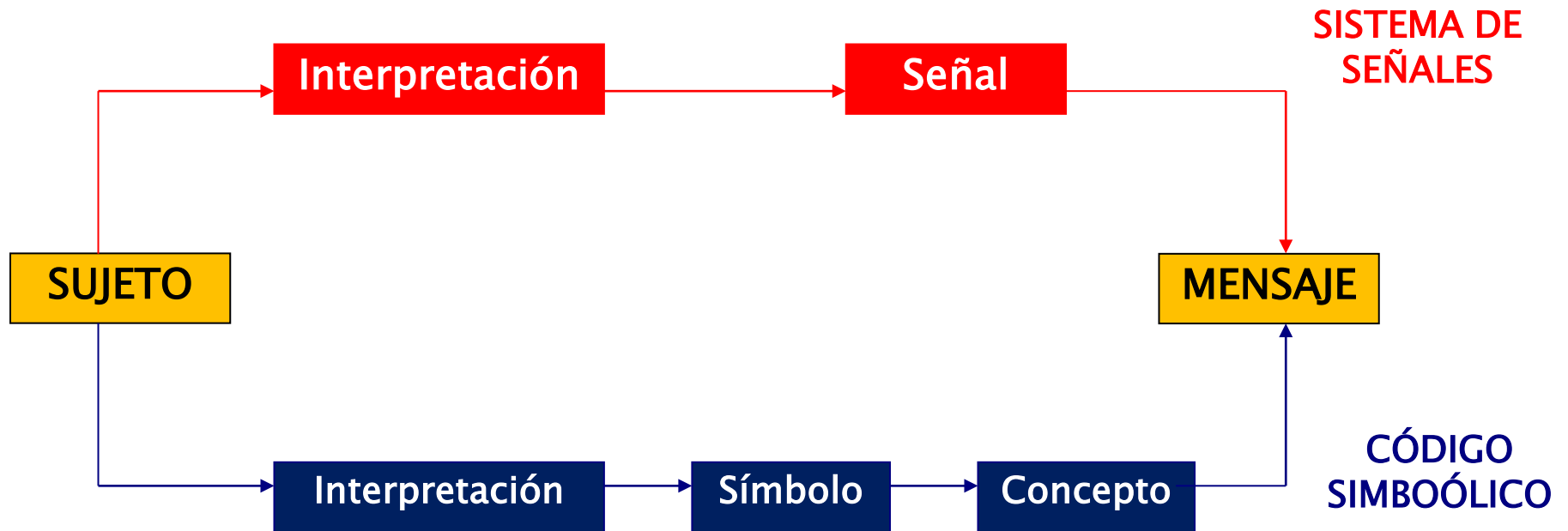


## DEFINICIÓN DE COMUNICACIÓN FÍSICA, ANIMAL Y HUMANA

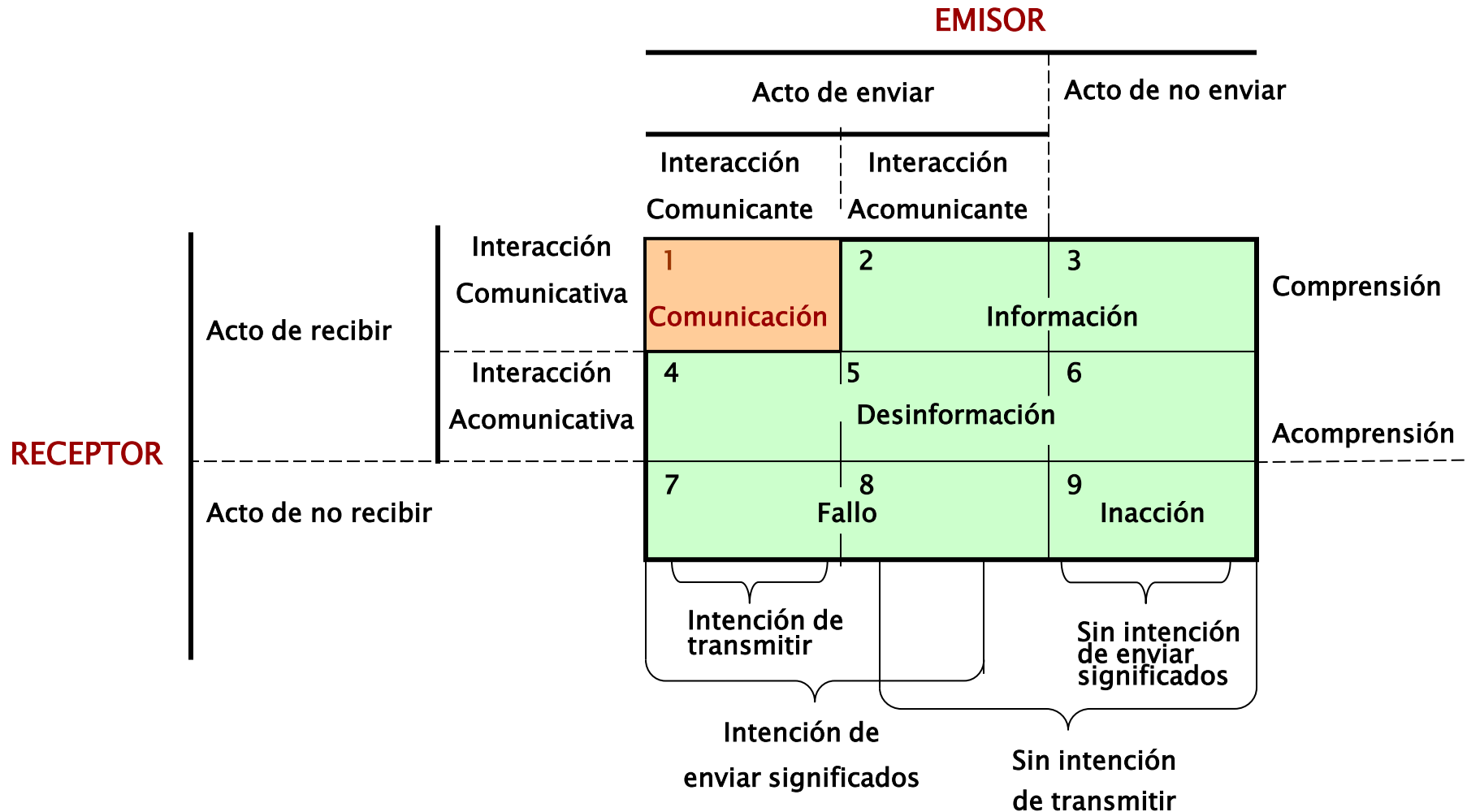
En un sentido amplio los científicos sociales se han referido a que la "comunicación ocurre cuando un organismo (la fuente) codifica una información en **señales** que pasa a otro organismo (el receptor) que decodifica las señales y es capaz de responder adecuadamente" (DeFleur, 1993, p. 10). Curiosamente, esta formulación es aplicable a la relación entre animales. Así, la comunicación entre personas tendrá sus peculiaridades por la especial capacidad del emisor y del receptor que permiten un intercambio más rico a través de la utilización de **símbolos**.



# DIFERENCIA ENTRE COMUNICACION POR CODIGO SIMBOLICO Y SISTEMA DE SEÑALES



# DIFERENCIAS ENTRE RELACIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN



# La comunicación en las Ciencias Sociales

## 3. La comunicación de masas como objeto de estudio

- ✓ Evolución histórica y formas de comunicación
  - La historia de la humanidad: historia de la ampliación de la capacidad comunicativa
  - De las sociedades agrarias a las aldeas, a las ciudades y a las megápolis
  - McLuhan: Galaxias Tribal, Gutenberg y Marconi, y Digital (Internet, Web, Móvil)
  - Manuscritos / Imprenta / Medios / Internet / Web multimedia/ Telefonía 4G
- ✓ La aparición de las formas industriales de comunicación: una gran potencia a estudiar
  - Es llamativo el tiempo que se tarda en iniciar los estudios de comunicación
  - La prensa cuarto poder: “El ciudadano Kane”. En USA tras 2ª Revolución Industrial
  - La aplicación del método científico a un objeto ya determinado: los medios de masas
  - MCR: la Investigación sobre Comunicación de masas: campo de estudio interdisciplinar
- ✓ Las nuevas formas industriales e informacionales: nueva dimensión de los fenómenos:
  - ¿La importancia creciente de los medios justifica una ciencia independiente?
  - Un campo de estudio emergente: ¿hacia una nueva ciencia?
  - Difícil percepción de los comienzos: no hay una figura relevante como en Sociología
  - Una teorización incipiente en marcha y cada vez más autónoma
  - Los medios amplían el horizonte espacial y temporal de los sujetos
  - Ir más allá de la comunicación de masas: experiencia más cercanas imperceptibles
  - Los medios elementos de control y cambio social

Dos películas de los 40s reflejan el cambio: una comedia (1940) y un drama (1941)



## FORMULA DE BUNGE: carácter relativo de la ciencia

$$C = F (W, S, G, F, D, B, P, K, O, M)$$

*El significado de estos componentes es:*

- W: Una comunidad de investigadores
- S: Una sociedad que al menos tolera a W.
- G: Un transfondo general o filosófico
- F: Un transfondo formal, matemático
- D: Un dominio o universo formado por entes reales
- B: Un transfondo específico, formado por datos, hipótesis y teorías
- P: La problemática referente a la naturaleza y otros componentes
- K: El fondo de conocimientos
- O: Unos objetivos o finalidades
- M: Un método formado por conocimientos escrutables



# La comunicación en las Ciencias Sociales

## 4. Paradigmas teóricos generales

- ✓ Las relaciones entre los medios, la sociedad y los individuos van necesitando teorías
- ✓ Concepto de paradigma: algo más general que la teoría: útil o inútil
  - Los paradigmas en la ciencia: ayudan a situarse: dan una primera posición
  - Importancias del cambio de paradigma (Kuhn)
- ✓ Primeros paradigmas: de la Ciencia Política, de la Psicología Social y de la Sociología
- ✓ El funcionalismo: cuando algo se repite en la sociedad cumple alguna función
  - Cual es su estructura y función
  - Unas categorías o fenómenos y unas actividades
  - Un ejemplo: Wright (p.28): contestar a unas preguntas
- ✓ La perspectiva evolucionista
- ✓ El modelo del conflicto social
  - Lucha entre diferentes intereses
  - Un esquema dialéctico (perspectiva marxista)
- ✓ El interaccionismo simbólico
  - Cooley y Mead: interacción y socialización
  - Yo (instintivo) y mí (reflejo)
  - Unido al conductismo

# INVENTARIO FUNCIONAL DE LOS MEDIOS

	<b>Sociedad</b>	<b>Individuo</b>	<b>Subgrupo</b> (ej.: élite política)	<b>Cultura</b>
<b>1. ACTIVIDAD DE LOS MEDIOS: DAR NOTICIAS</b>				
<b>Funciones</b> (manifiestas y latentes)	<p>Avisos:</p> <p>Peligros naturales, ataque, guerra.</p> <p>Instrumental:</p> <p>Noticias esenciales a la economía y a otras instituciones.</p> <p>Eticidad.</p>	<p>Avisos:</p> <p>Instrumental.</p> <p>Añade prestigio:</p> <p>Opinión del líder.</p> <p>Confiere "status".</p>	<p>Instrumental:</p> <p>Información útil para el poder.</p> <p>Detector:</p> <p>Conocimiento de conductas subversivas y desviadas. Legítima el poder: confiere "status".</p> <p>Dirige la opinión pública: Monitores, controles.</p>	<p>Ayudas a los contactos culturales.</p> <p>Ayudas al crecimiento cultural.</p>
<b>Disfunciones</b> (manifiestas y latentes)	<p>Amenaza a la estabilidad: Noticias de mejores sociedades.</p>	<p>Ansiedad, privación, apatía, narcotización.</p>	<p>Amenaza al poder: Noticias de la realidad, propaganda enemiga, exposición.</p>	<p>Permite invasión cultural.</p>

## 2. ACTIVIDAD DE LOS MEDIOS: EDITORIAL, INTERPRETACIÓN Y PRESCRIPCIÓN

<b>Funciones</b> (manifiestas y latentes)	Ayuda a la movilización.  Dificulta las amenazas a la estabilidad social: Impide el pánico.	Proporciona eficiencia: asimilando noticias: Impide: excitación, ansiedad, apatía, privatización.	Ayuda a preservar el poder	Impide invasión cultural.  Mantiene el consenso cultural.
<b>Disfunciones</b> (manifiestas y latentes)	Crece el conformismo social: Impide el cambio social si evita el criticismo.	Debilita las facultades críticas.	Crecimiento de la responsabilidad.	Impide el crecimiento cultural.

### 3. ACTIVIDAD DE LOS MEDIOS: TRANSMISIÓN CULTURAL

<p><b>Funciones</b> (manifiestas y latentes)</p>	<p>Crece la cohesión social: Amplía las bases de las normas comunes, experiencias, etcétera.</p> <p>Reduce la anomia: Continúa la socialización. Alcanza a adultos que han dejado instituciones como la escuela.</p>	<p>Ayuda a la integración. Expone a normas comunes. Reduce la idiosincrasia. Reduce la anomia.</p>	<p>Extiende el poder: Otro agente de socialización.</p>	<p>Estandariza.</p> <p>Mantiene el consenso cultural.</p>
<p><b>Disfunciones</b> (manifiestas y latentes)</p>	<p>Aumenta la masificación de la sociedad.</p>	<p>Despersonaliza actos de socialización.</p>		<p>Reduce la variedad de subculturas.</p>

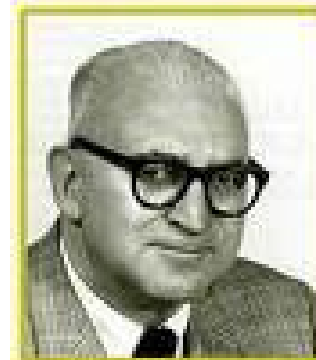
### 4. ACTIVIDAD DE LOS MEDIOS: ENTRETENIMIENTO

<p><b>Funciones</b> (manifiestas y latentes)</p>	<p>Respiro para las masas.</p>	<p>Respiro.</p>	<p>Extiende el poder: Control sobre otra área de la vida.</p>	
<p><b>Disfunciones</b> (manifiestas y latentes)</p>	<p>Divierte al público: Evita la acción social.</p>	<p>Crece la pasividad. Mal gusto: permite el escapismo.</p>		<p>Debilita la estética: "Cultura popular".</p>

# La comunicación en las Ciencias Sociales

## 5. Principales líneas de investigación

- ✓ Un campo de estudio claro a mitad del siglo XX
- ✓ Mass Communication Research (MCR):
  - Centrado en la comunicación
  - En un ambiente intelectual interdisciplinar
- ✓ Una exigencia pragmática desde la acción
  - Gran desarrollo americano
  - ¿Empíricos en USA y teóricos en Europa?
- ✓ Los padres de la MCR:
  - Laswell desde la Ciencia Política
  - Lazarsfeld desde la Sociología
  - Lewin desde la Psicología Social
  - Hovland desde la Psicología Experimental



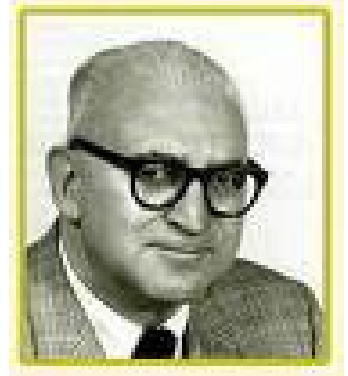
# DIFERENCIAS ENTRE RELACIÓN SOCIAL Y COMUNICACIÓN

INNOVADORES	TÍTULOS REPRESENTATIVOS	BASE	INTERÉS	CATEGORÍAS TÍPICAS	MATERIALES Y MÉTODOS	PROPOSICIONES TÍPICAS
LASSWELL	World Revolutionary Propaganda, The Language of Politics	Ciencia Política	Amplia aproximación político-histórica relativa al poder	Declaraciones valiosas y hechos Símbolos de identificación (por ejemplo, políticos)	Documentación Análisis de contenido	“La propaganda empuja la intensidad de la situación hacia los extremos: facilita la catarsis si el interés es bajo y precipita la crisis si en interés el alto. Los símbolos políticos que circulan entre los que tienen el poder corresponden más bien a hechos de poder que a otros símbolos presentados a dominio”.
LAZARFELD (después de 1940)	The People’s Choice, Communication Research, Voting	Psicología social y Sociología	Problemas empíricos específicos de corto plazo, investigación de mercado, audiencias, y efectos	Categorías demográficas Posición social del que responde y sus actitudes (por ejemplo, sociológicas)	Cuestionarios, Entrevista de campo; investigación de prueba Marco natural aproximado	“La gente tiende a exponerse a las comunicaciones cuyo contenido congenia con sus predisposiciones” “La exposición de la comunicación empuja a la gente a decidirse, pero principalmente en una línea de sus actitudes latentes”.
LEWIN (después de 1930)	Informal Social Communication	Psicología experimental y Psicología social	Relaciones personales en grupos pequeños e influencia en la comunicación interna	Dirección autocrática y democrática, empuja a la uniformidad en el grupo	Conducta individual bajo presiones del grupo Marcos experimentales cuasi-naturales	“La presión a comunicar dentro de un grupo sobre un tema dado crece con las discrepancias dentro del grupo, la cohesión del grupo y la relevancia del asunto para la moral del grupo. La presión a comunicar a un individuo dado dentro de un grupo disminuye en la medida en que el miembro no es querido dentro del grupo”.
HOVLAND (a principio de la década de 1940)	Communication and Persuasion	Psicología experimental y Psicología social	Análisis psicológico de efectos	Características del mensaje y efecto. Por ejemplo, tipos de apelación, fuente unidireccional de credibilidad durmiente, bumerang	Procesos psicológicos Experimentos en laboratorios	“Las comunicaciones unidireccionales son más efectivas con aquellos que inicialmente se disponen a la posición tomada; las comunicaciones en ambas direcciones son más efectivas con aquellos que se han opuesto inicialmente. El recuerdo de hechos materiales se pierde con el tiempo, pero los cambios de opinión inicial se hacen más fuertes, especialmente cuando está en línea de actitudes prevalentes del grupo ( <i>Sleeper effect</i> )”.



“La propaganda empuja la intensidad de la situación hacia los extremos: facilita la catarsis si el interés es bajo y precipita la crisis si el interés es alto. Los símbolos políticos que circulan entre los que tienen el poder corresponden más bien a hechos de poder que a otros símbolos presentados a dominio”.

Laswell



“La gente tiende a exponerse a las comunicaciones cuyo contenido coincide con sus predisposiciones”.  
“La exposición a la comunicación empuja a la gente a decidirse, pero principalmente en línea con sus actitudes latentes”.

Lazarsfeld

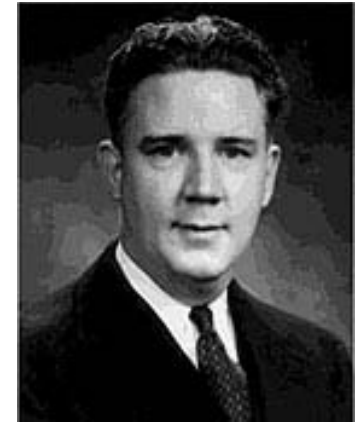


“La presión a comunicar dentro de un grupo sobre un tema dado crece con las discrepancias dentro del grupo, la cohesión del grupo y la relevancia del asunto para la moral del grupo.

La presión a comunicar a un individuo dado dentro de un grupo disminuye en la medida en que el miembro no es querido dentro del grupo”.

Lewin





“Las comunicaciones unidireccionales son más efectivas con aquellos que están predispuestos inicialmente a la posición tomada; las comunicaciones en ambas direcciones son más efectivas con aquellos que se han opuesto inicialmente.

El recuerdo de hechos materiales se pierde con el tiempo, pero los cambios de opinión inicial se hacen más fuertes, especialmente cuando están en línea con las actitudes prevalentes del grupo (*Sleeper effect*)”.

Hovlans



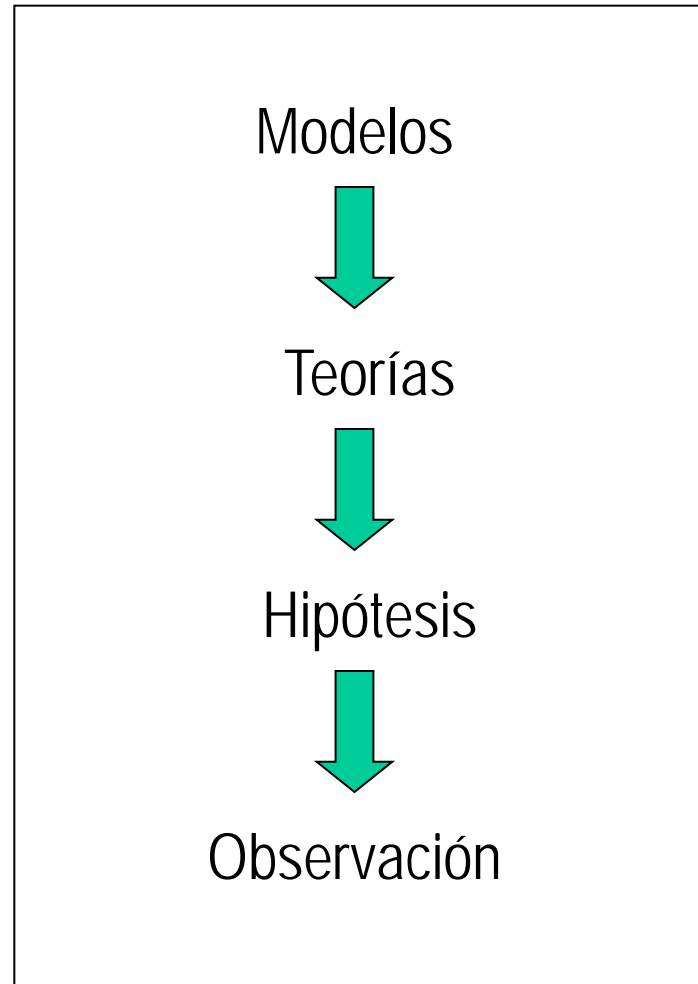
# La comunicación en las Ciencias Sociales

---

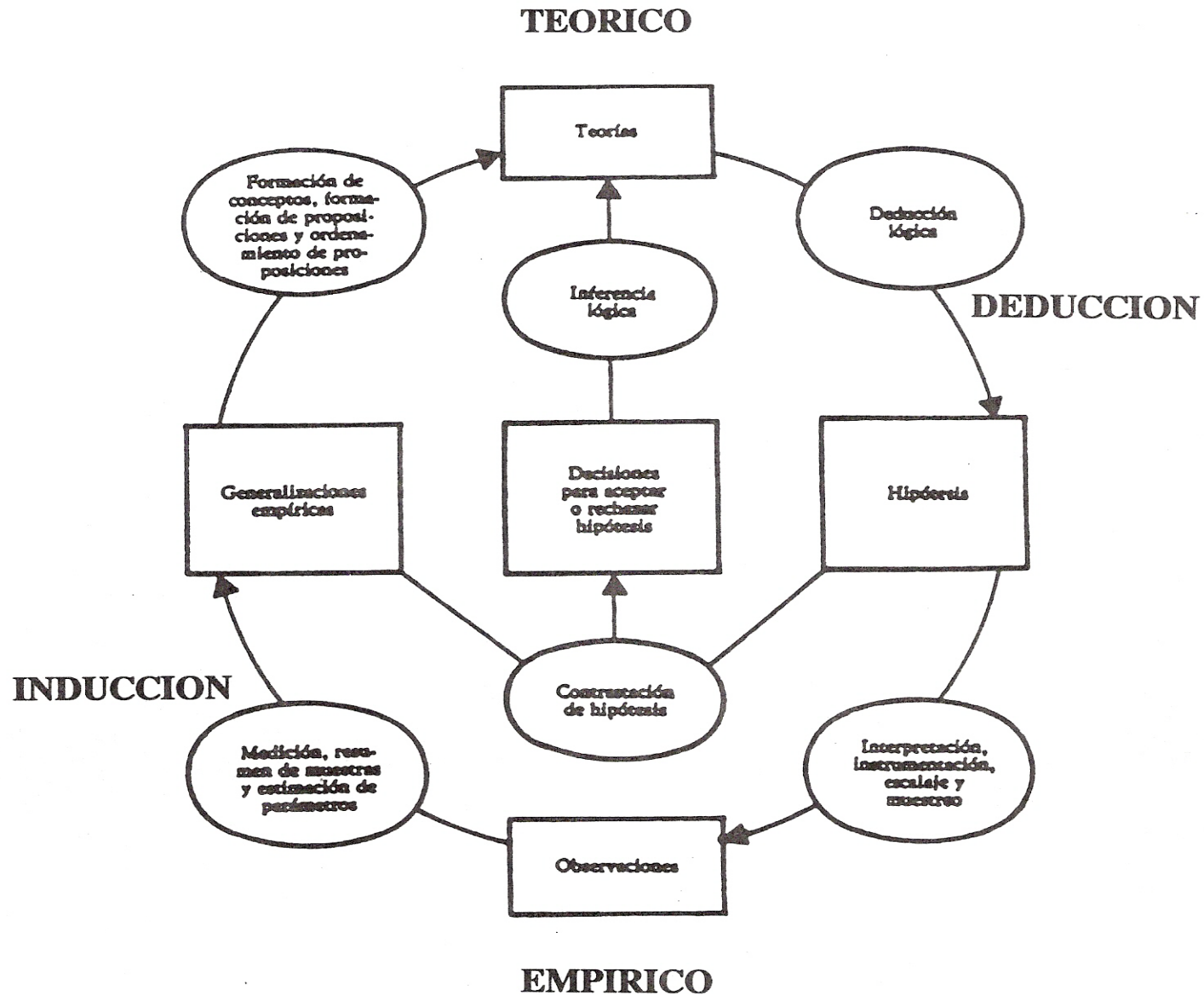
## 6. Métodos y técnicas de investigación en comunicación

- ✓ Ampliar el conocimiento sobre la comunicación:
  - El avance del conocimiento: modelos, teorías, hipótesis y observación
  - Siguiendo un modelo: Wallace
  - Esquema general de una investigación
- ✓ Los 3 grandes métodos de investigación:
  - Experimental
  - De campo
  - Casuístico
- ✓ Fases de la investigación social
- ✓ Dos técnicas específicas desde el campo de la comunicación
  - Análisis de contenido
  - Panel

# GRADO DE GENERALIDAD DEL CONOCIMIENTO



# Esquema de Wallace



# ESQUEMA DE LA INVESTIGACIÓN

<i>FINES</i>		<i>TÉCNICAS</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Toma de contacto y puesta a punto de las técnicas</li> </ul>	<p><b>FASE PRELIMINAR</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Las que se desea probar</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Detectar en un análisis de casos muy heterogéneos y dispersos las hipótesis a cuantificar</li> <li>– Obtener una comprensión personal amplia del problema</li> </ul>	<p><b>FASE 1<sup>a</sup></b></p> <p>Investigación a nivel cualitativo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Entrevistas personales abiertas en profundidad</li> <li>– Reuniones de grupo</li> <li>– <i>Brainstorming</i></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Cuantificar estadísticamente la aceptación o rechazo de la hipótesis en el grupo de estudio</li> </ul>	<p><b>FASE 2.<sup>a</sup></b></p> <p>Investigación a nivel cuantitativo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Encuestas de sondeo de opinión</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Obtener conclusiones basadas en los estudios cuantitativos y cualitativos</li> </ul>	<p><b>FASE 3.<sup>a</sup></b></p> <p>Síntesis final de resultados</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Trabajo de síntesis e interpretación en régimen de gabinete con los resultados de las anteriores fases</li> </ul>



## VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LA EXPERIMENTACIÓN

VENTAJAS	INCONVENIENTES
<p>Posibilidad de establecer relación causa–efecto</p> <p>Control sobre los sujetos y las circunstancias ambientales</p> <p>Control sobre la/s variable/s dependiente e independiente</p> <p>Bajo coste económico</p>	<p>Artificialidad</p> <p>Subjetividad en las respuestas de los sujetos integrantes de la muestra</p> <p>Sin validez externa</p>



# CRITERIOS PARA DESARROLLAR UN CUESTIONARIO

1. Plantear las preguntas muy claras
2. Las preguntas deben ser cortas
3. Recordar las hipótesis del estudio
4. No plantear “preguntas dobles”
5. No utilizar palabras o términos subjetivos u orientativos
6. No utilizar preguntas que impliquen información detallada
7. Evitar preguntas “embarazosas”
8. Utilizar secuencia lógica
9. Longitud del cuestionario

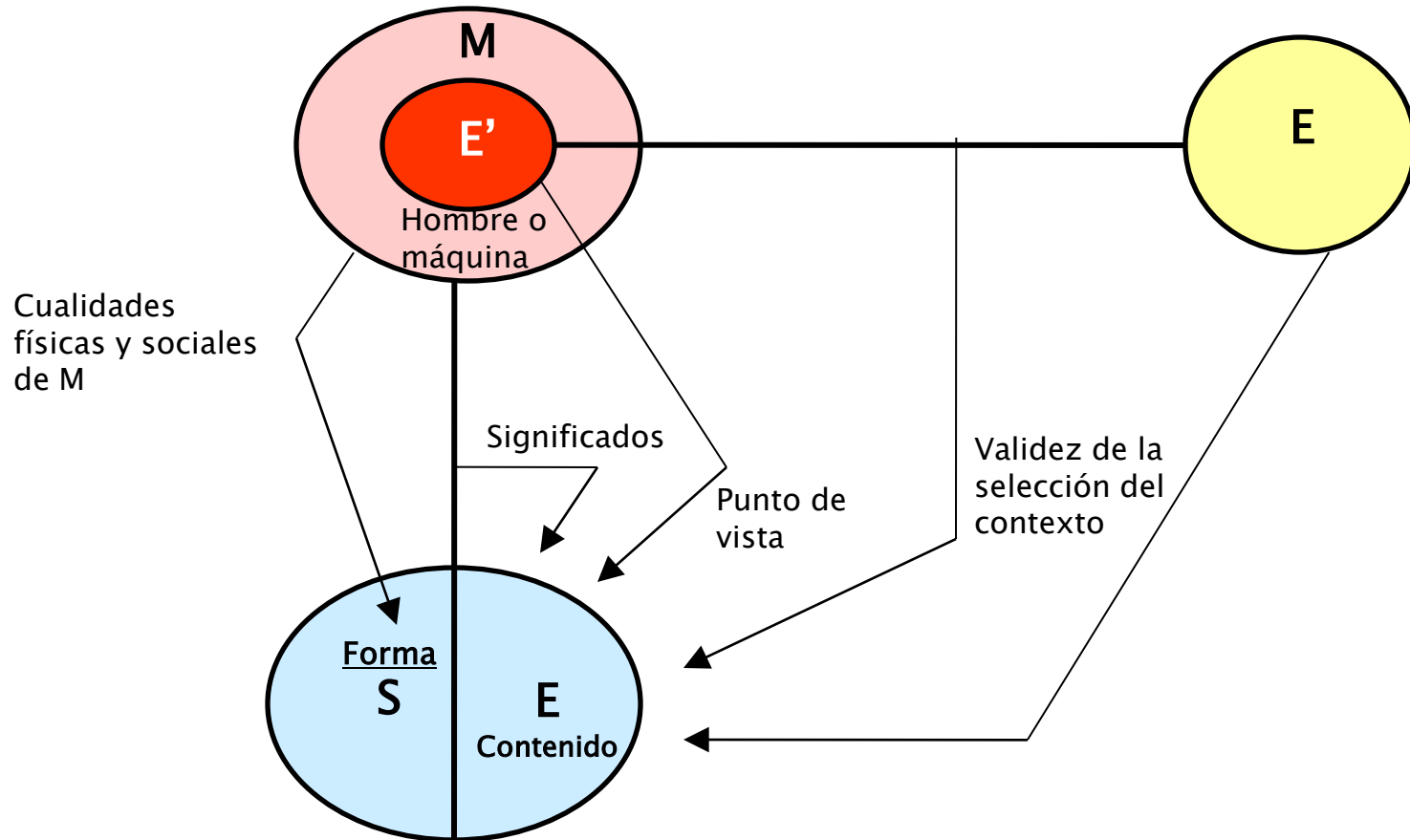


## VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LOS ESTUDIOS DE CASOS

VENTAJAS	INCONVENIENTES
<p>Proporciona información muy detallada sobre el tema a investigar</p> <p>Especialmente útil para quienes busquen ideas o campos de estudio donde investigar</p> <p>Sugiere por qué suceden algunos acontecimientos</p> <p>Proporciona la posibilidad de trabajar con diversas fuentes de información: observaciones directas, documentos históricos, entrevistas, etc.</p>	<p>Existe un cierto vacío de rigor científico en algunos estudios de casos</p> <p>Requiere tiempo, tanto su realización como el análisis de los resultados</p> <p>Dificultad de generalizar los resultados</p>



# RELACIONES ENVUELTAS EN EL ANÁLISIS DE CONTENIDO



# FASES DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL

La mayoría de las investigaciones realizadas en el campo de la Sociología y en todas las ciencias siguen una serie de pasos que podemos resumir en:

1. Definición del problema
2. Revisión de la literatura
3. Formulación de hipótesis
4. Selección del método de investigación
5. Recogida de datos
6. Análisis de resultados
7. Conclusiones.

(Robertson, 1987; Wimmer y Dominick, 1994).



## VENTAJAS E INCONVENIENTES DE LOS ESTUDIOS DE PANEL

VENTAJAS	INCONVENIENTES
<p>Especialmente útil en estudios relacionados con los cambios de conductas o actitudes de los sujetos.</p> <p>Permiten la comparación de datos a lo largo del tiempo.</p>	<p>Rechazo a participar en este tipo de estudios.</p> <p>Problemas relacionados con la mortalidad de las muestras.</p> <p>Subjetividad en las respuestas previas sobre el tema a tratar.</p> <p>Alto coste económico y temporal.</p>



# Materiales interesantes

---

## Vídeos:

- **Sociedad de la información (1'20)**

<http://www.youtube.com/watch?v=UuYHatg8Eew&feature=related>

- **Sociedad de la información (4'10)**

<http://www.youtube.com/watch?v=CzYzVXxbAoA&feature=related>