

## FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
<b>Nombre completo</b>	Sociología de la Comunicación
<b>Código</b>	E000004231
<b>Título</b>	<a href="#">Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas</a>
<b>Nivel</b>	Reglada Grado Europeo
<b>Cuatrimestre</b>	Semestral
<b>Créditos</b>	6,0 ECTS
<b>Carácter</b>	Básico
<b>Departamento / Área</b>	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
<b>Responsable</b>	Dr. Ricard Mamblona Agüera
<b>Horario</b>	A determinar
<b>Horario de tutorías</b>	Jueves de 12 - 14 h
<b>Descriptor</b>	Sociología de la Comunicación es una materia dentro del módulo de Ciencias Sociales y Jurídicas y proporciona al estudiante una visión global de dónde se inscriben los estudios de grado en Comunicación Audiovisual, Periodismo o Publicidad, de las realidades más cercanas, de los métodos de investigación y estudio referidos a los fenómenos sociales en los que participa.

Datos del profesorado	
<b>Profesor</b>	
<b>Nombre</b>	Ricardo Mamblona Agüera
<b>Departamento / Área</b>	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
<b>Despacho</b>	Despacho 9
<b>Correo electrónico</b>	rmamblona@cesag.comillas.edu

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
<b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b>
<p>El comunicador audiovisual, el periodista y el publicista desempeñan un papel fundamental en nuestra sociedad, ya que son responsables de informar, entretener y persuadir a través de los diferentes medios de comunicación. Sin embargo, para comprender plenamente el contexto en el que operan y la influencia que ejercen, es necesario adquirir un sólido conocimiento en Sociología de la Comunicación.</p> <p>La Sociología de la Comunicación proporciona un marco teórico y analítico que permite comprender la relación entre la comunicación y la sociedad en la que se desarrolla. Esta asignatura ofrece una comprensión profunda de los procesos sociales, culturales y económicos que influyen en la producción, distribución y recepción de los mensajes mediáticos. Al explorar temas como la construcción de la realidad mediática, los efectos de los medios de comunicación en la opinión pública y la influencia de las estructuras sociales en la producción de contenidos, los estudiantes adquirirán una perspectiva crítica y reflexiva sobre el papel de los profesionales de la comunicación en la sociedad contemporánea.</p>

Esta perspectiva crítica les permitirá abordar los desafíos y dilemas éticos que surgen en el ejercicio de estas profesiones, y les proporcionará las bases para desarrollar estrategias de comunicación efectivas y éticas en diversos contextos profesionales.

Asimismo, la Sociología de la Comunicación fomenta la capacidad de análisis, la empatía y la comprensión de la diversidad cultural, elementos fundamentales en un entorno mediático cada vez más globalizado y multicultural. Los estudiantes serán capaces de entender las dinámicas sociales y los procesos de cambio que influyen en la comunicación, lo que les permitirá adaptarse y responder de manera eficiente a las demandas y necesidades de las audiencias actuales.

## Prerequisitos

Conocimientos básicos de sociología, filosofía y cultura digital. La materia exige un conocimiento básico de filosofía porque la Sociología de la Comunicación se sustenta en visiones filosóficas de la vida, de la comunicación y de las potencialidades del hombre. Es importante también dominar y tener capacidad de comprensión del inglés ya que la mayor parte de los estudios de esta materia se encuentran en este idioma.

## Competencias - Objetivos

### Competencias

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

### Contenidos – Bloques Temáticos

#### 1. Conceptos básicos de sociología

- ¿Qué es la sociología? Terminología básica de la sociología
- Los orígenes de la sociología: miradas
- Auguste Comte y la ley de los tres estadios
- Karl Marx y las clases sociales
- Émile Durkheim y la división social del trabajo
- Max Weber y el proceso de racionalización
- El perfil del sociólogo
- Objetivos y retos de la sociología

#### 2. Origen y desarrollo de la sociología de la comunicación

- ¿Qué es la sociología de la comunicación?
- ¿Que es la comunicación de masas?
- Algunas investigaciones clave sobre la comunicación de masas:
- La Mass Communication Research: Lasswell, Lazarsfeld, Lewin, Hovland
- La Escuela de Frankfurt: Horkheimer, Adorno, Marcuse, Habermas.

- El estructuralismo y la perspectiva interpretativa: Barthes, Eco.

#### 4. La investigación sociológica en comunicación

- El proceso de investigación social: hipótesis, estudios de mercado, trabajo de campo e informes
- Métodos cualitativos y cuantitativos: Las muestras, la triangulación de métodos.
- La entrevista: tipos de entrevista, ética y codificación
- Los grupos de discusión: técnicas y dinámicas
- Las encuestas: ventajas y limitaciones
- El análisis del contenido y su difusión

#### 5. La sociedad postmoderna y la importancia de la imagen

- La era digital y sus múltiples representaciones de la realidad
- La era de la simulación y la hiperrealidad (Baudillard, Bourdieu)
- Sociedad móvil: Inmediatez, aceleración, movilidad, globalidad.
- Fetichismo tecnológico
- Redes sociales y movimientos sociales

#### POSIBLES DEBATES CLASE/ONLINE

- Las redes sociales
- Los influencers
- Los tatuajes
- El botellón
- Los micromachismos
- La economía circular
- La identidad de género y sexual
- La estética del siglo XXI
- Las Fake News (bulos y rumores)
- La muerte / el suicido
- Las enfermedades sociales
- Los estigmas sociales

## METODOLOGÍA DOCENTE

### Aspectos metodológicos generales de la asignatura

#### Metodología Presencial: Actividades

- Clases teórica
- Seminarios y tutorías de grupo

#### Metodología No presencial: Actividades

- Elaboración de trabajo en grupo
- Elaboración trabajo individual
- Estudio de la teoría

## RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES

HORAS NO PRESENCIALES

CRÉDITOS ECTS: 6,0 (0 horas)

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

### Calificaciones

Examen teórico final (30%) - Nota mínima 4.

Trabajo en grupo (50%)

Trabajo individual (20%)

Es imprescindible cumplir con las tres partes de la evaluación para hacer media de la nota final. La asignatura requiere un mínimo del 80 por ciento de asistencia a clase para aprobar.

#### Examen teórico

Nota mínima para hacer media con los trabajos prácticos: 4,5

En el caso de suspender el examen con una nota inferior al 4,5, automáticamente suspenderá la asignatura y tendrá que recuperar el examen en convocatorias extraordinarias.

#### Trabajo en grupo

Se evaluará a partes iguales:

- El proceso (seminarios, tutorías de grupo, asistencia, participación, iniciativa, etc.)

- El resultado del trabajo (dosier escrito)
- La presentación de los resultados (presentación oral)

Se requiere un mínimo de asistencia, participación e iniciativa individual para poder hacer media con la evaluación final del trabajo en grupo.

## Trabajo individual

- Tareas individuales online. Mínimo dos tareas (10% de la nota cada una).

## BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

### Bibliografía Básica

- Bauman, Z. Modernidad líquida. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires, 2005.
- Barthes, R. Mitologías. Siglo XXI Editores. Madrid, 2010.
- Barthes, R. La Cámara lúcida. Paidós Ibérica. Madrid, 2020.
- Berganza, M<sup>a</sup> R.; Ruiz San Román, J.A. (Eds.). Investigar en Comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación. McGraw Hill. Madrid, 2005.
- Busquet, J.; Medina, A. Invitación a la Sociología de la comunicación. Editorial UOC. Barcelona, 2014
- Castells, M. Comunicación y Poder. Alianza. Madrid, 2009.
- Durkheim, É. La división del trabajo social. Akal Ediciones. Madrid, 2005.
- Espinar, E.; Frau, C.; González, M.J.; Martínez, R. Introducción a la sociología de la comunicación (Textos docentes). Publicaciones de la Universidad de Alicante. Alicante, 2006.
- Fàbregues, S.; Meneses, J.; Rodríguez-Gómez, D.; Paré, M-H. Técnicas de investigación social y educativa. Editorial UOC, Barcelona, 2016.
- Igartua, J.L. Y Humanes, M.L. Teoría e investigación en Comunicación Social. Editorial Síntesis. Madrid, 2004.
- Marx, K. El capital. Siglo XXI Editores. Madrid, 2010.

### Bibliografía Complementaria

- Beck, A., Bennett, P. & Wall, P. Communication Studies: The Essential Resource. Routledge. Londres, 2004.
- Busquet, J.; Calsina, M.; Medina, A. 150 conceptos clave de Sociología. Editorial UOC. Barcelona, 2015.
- De Fleur, M.L. Y Ball-Rokeach, S.J. Teorías de la comunicación de masas. Paidós Comunicación Barcelona, 1993.
- Fiske, J. Introduction to Communication Studies. Routledge. Londres, 1990.
- Martín Serrano, M. Teoría de la Comunicación. Universidad Internacional Menéndez Pelayo. Madrid, 1981.
- Mc Quail, D. Mc Quail's Reader in Mass Communication Theory. Sage. Londres, 2004.
- Mc Quail, D. Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas. Paidós Comunicación. Barcelona, 1999.

Moragas, M. Teorías de la Comunicación. GG editorial. Barcelona, 1993.

Muñoz, B. Cultura y Comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas. Editorial Fundamentos. Madrid, 2005.

Noelle Neumann, E. La espiral de Silencio. Paidós Comunicación. Barcelona 1995 Vallbuena de la Fuente, F. Teoría general de la Información. Editorial Noesis. Madrid, 1997.

## Otros recursos

- Aula virtual, de uso obligatorio

- **Filmografía básica**

Bronenosets Potemkin - Battleship Potemkim - El acorazado Potemkim - Dir. [Sergei M. Eisenstein](#) (1925)

Chelovek s kino-apparatom - The Man With a Movie Camera - El hombre de la cámara - Dir. Dziga Vertov (1929)

Rashōmon - Rashomon, el bosque ensangrentado - Rashomon - Dir. Akira Kurosawa (1950)

Être et Avoir - To Be and to Have - Ser y tener - Dir. Nicloas Philibert (2002)

Direktøren for det hele - El jefe de todo esto - The Boss of It All - Dir. Lars von Trier (2006)

Die Welle - La ola - The Wave - Dir. Dennis Gansel (2008)

Videocracy - Dir. Eric Gandini (2009)

The Social Network - La red social - Dir. David Fincher (2010)

Black Mirror (TV Serie) - Creador: [Charlie Brooker](#) (2011 - )

Jobs - Dir. Joshua Michael Stern (2013)

Salvados - Compartiendo odio en las redes sociales (2017)

Merlí (TV Serie) - Creador: Héctor Lozano (2015-2018)

En cumplimiento de la normativa vigente en materia de **protección de datos de carácter personal**, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando "descargar"

[https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792](https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792)