

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Sociología de la Comunicación
Código	E000004231
Título	Grado en Comunicación Audiovisual por la Universidad Pontificia Comillas
Impartido en	Grado en Comunicación Audiovisual [Primer Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	6,0 ECTS
Carácter	Básico
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Responsable	Dr. Ricard Mamblona Agüera
Horario	A determinar
Horario de tutorías	Jueves de 12 - 14 h
Descriptor	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	
Profesor	
Nombre	Ricardo Mamblona Agüera
Departamento / Área	Centro de Enseñanza Superior Alberta Giménez (CESAG)
Despacho	Despacho 15
Correo electrónico	rmamblona@cesag.comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura
<p>Aportación al perfil profesional de la titulación</p> <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.

Prerrequisitos

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

GENERALES

CG01	Expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma de forma oral y escrita y saber sacar partido de los recursos lingüísticos y literarios más apropiados para cada medio de comunicación y cada tipo de público de acuerdo con un nivel equivalente a C1 correspondiente al Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas, en relación a las lenguas oficiales de la Comunidad Autónoma para el ámbito específico de los estudios de comunicación.
CG08	Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre la prensa, los productos audiovisuales y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y consumo
CG13	Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional

TRANSVERSALES

CT04	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes para emitir juicios fundamentados científicamente
CT05	Identificar problemas y posibles soluciones y tomar decisiones para una solución eficaz
CT10	Conocer y respetar la diversidad y la multiculturalidad
CT11	Saber aplicar los principios del humanismo cristiano promoviendo la integración y participación de todas las personas de acuerdo con los principios de la justicia social
CT12	Ser capaz de trabajar de manera autónoma adaptando las estrategias de aprendizaje a cada situación

ESPECÍFICAS

CE04	Analizar relatos audiovisuales, atendiendo a los parámetros básicos del análisis de obras audiovisuales, considerando los mensajes icónicos como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica
-------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	determinada.
CE06	Conocer las estructuras, contenidos y estilos de las industrias audiovisuales así como las distintas variables influyentes en su configuración y procesos
CE09	Ser capaz de definir temas de investigación o creación personal innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo de lenguajes audiovisuales o su interpretación.

Resultados de Aprendizaje

RA03	Identificar problemas y posibles soluciones y tomar decisiones para una solución eficaz.
RA04	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes para emitir juicios fundamentados científicamente
RA05	Referenciar la praxis de los medios de comunicación con las teorías que los sustentan
RA06	Identificar y localizar el marco teórico en el que se sustenta la evolución de la comunicación social contemporánea.
RA08	Aplicar valores a la comprensión del mundo contemporáneo y a la práctica de las actividades de comunicación
RA09	Analizar críticamente el papel de los medios de comunicación, los productos audiovisuales, y sus protagonistas, en la cultura contemporánea.
RA10	Encajar el presente en un proceso histórico de los medios y sus agentes.
RA01	Aplicar claves interpretativas para cualquier fenómeno comunicativo desde el punto de vista social, histórico y económico.
RA02	Conocer el estado de la realidad sociocomunicativa tanto a nivel local como global.

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

- 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	
<ul style="list-style-type: none"> • Clases teórica • Seminarios y tutorías de grupo 	CG08, CG13, CT04, CT05, CT10, CT12, CE09
Metodología No presencial: Actividades	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de trabajo en grupo • Elaboración trabajo individual • Estudio de la teoría 	CG08, CG13, CT04, CT05, CT10, CT12, CE09

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
Clases teóricas y clases prácticas	Seminarios, talleres y exposición de trabajos
60.00	15.00
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El uso de IA para crear trabajos completos o partes relevantes, sin citar la fuente o la herramienta o sin estar permitido expresamente en la descripción del trabajo, será considerado plagio y regulado conforme al Reglamento General de la Universidad.

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Examen teórico.	Nota mínima para hacer media con el trabajo en grupo: 4,5 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.	40 %
Trabajo en grupo. Mínimo 80% de asistencia.	Se valorará el proceso de creación del proyecto, el dossier con el resultado del trabajo de investigación sociológica y, finalmente, la exposición oral del desarrollo y conclusiones del trabajo. Del mismo modo, se valorará de forma individual la asistencia, participación, iniciativa y trabajo en equipo.	40 %
Tareas individuales online.	Durante el semestre se enviarán al menos dos tareas a los alumnos a través del campus virtual de la asignatura que tendrán que realizar de forma individual. El contenido de estas tareas se ajustará a las materias impartidas por los conferenciantes y actividades que se desarrollen en el centro.	20 %

Calificaciones

Examen teórico final (40%) - Nota mínima 4,5.

Trabajo en grupo (40%)

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.

La asignatura capacita a los alumnos en sus especificidades teniendo como objetivo también la práctica y perfeccionamiento de la lengua. Se trabajarán tanto los aspectos más avanzados de la morfología y sintaxis, como los de la semántica, adaptando el lenguaje a los

diferentes formatos: escrito o audiovisual. Asimismo, en la función comunicativa se atiende especialmente el léxico como base del enriquecimiento de la lengua y su aplicación a los diferentes géneros y textos, y se siguen las normas de la RAE y de los libros de estilo. Se penalizarán las faltas de ortografía cometidas por los estudiantes en las diferentes actividades evaluativas.

Es fundamental que los estudiantes aprendan a expresarse con corrección y fluidez de forma oral o escrita, adaptándose a los diferentes registros, lo que incluye la capacidad de escribir textos claros y bien estructurados, de analizar diferentes tipos de discursos y de redactar exposiciones detalladas de temas complejos.

Al menos el 10% de la nota final se destinará a la valoración de la correcta expresión oral y escrita en las lenguas cooficiales, conocimiento exigido en el título como competencia general y competencia transversal. En este punto se evaluará la ortografía y la gramática.

PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA

Actividades	Fecha de realización	Fecha de entrega
Tarea individual online	Tercera semana	Tercera semana
Tarea individual online	Sexta semana	Sexta semana
Trabajo de investigación en grupo	Tercera - penúltima semana	Penúltima semana
Examen	Última semana	Última semana

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.

Busquet, J.; Medina, A. Invitación a la Sociología de la comunicación. Editorial UOC. Barcelona, 2014

Callejo, J. Investigar las audiencias : un análisis cualitativo. Paidós. Madrid, 2001.

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.

Wolf, M. La investigación de la comunicación de masas. Paidós. Madrid, 1991.

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

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

Rashômon - 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)

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

Jobs - Dir. Joshua Michael Stern (2013)

Salvados - Compartiendo odio en las redes sociales (2017)

CESAG

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



GUÍA DOCENTE
2025 - 2026

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)