

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Sociología de la Comunicación
Código	E000004231
Título	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Pontificia Comillas
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	
Aportación al perfil profesional de la titulación	
<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 o los formatos convergentes y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y el consumo para el análisis, diseño y gestión de la operativa profesional en la comunicación.
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, saber relacionarlas y contextualizarlas y ser capaz de argumentarlas, para emitir juicios fundamentados científicamente.
CT05	Identificar problemas y sus posibles soluciones y saber tomar decisiones eficaces en el marco de la comunicación.
CT06	Diseñar, construir y gestionar proyectos innovadores y creativos desde una visión ética y respetuosa con el papel de los agentes implicados, en el marco de la comunicación.
CT08	Trabajar en equipo.
CT09	Saber buscar las claves interpretativas de cualquier fenómeno natural, social, económico, histórico y político.
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	Saber ejercer como profesional, cumpliendo las funciones y resolviendo problemas, en una agencia publicitaria, en la relación con el cliente o con cualquier otro agente implicado en el proceso, y como responsable del área de comunicación de un organismo o empresa.
CE06	Aplicar soluciones eficientes a los problemas surgidos en los procesos de comunicación publicitaria
CE09	Asumir el liderazgo y actuar en libertad y con responsabilidad, asimilando referentes éticos, valores y principios consistentes en la identificación, análisis, manejo y resolución de conflictos que se plantean en el sistema de la comunicación.

Resultados de Aprendizaje

RA1	Aplicar claves interpretativas para cualquier fenómeno comunicativo desde el punto de vista social, histórico y económico.
RA2	Conocer el estado de la realidad sociocomunicativa tanto a nivel local como global.
RA3	Identificar problemas y posibles soluciones y tomar decisiones para una solución eficaz.
RA4	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes para emitir juicios fundamentados científicamente.

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 suicidio
- 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	
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	
90.00	

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	<p>Nota mínima para hacer media con los trabajos prácticos: 4,5</p> <p>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.</p>	40 %
Trabajo de investigación en grupo	<p>Se evaluará a partes iguales:</p> <ul style="list-style-type: none"> - El proceso (seminarios, tutorías de grupo, asistencia, participación, iniciativa, etc.) - El resultado del trabajo (dosier escrito) - La presentación de los resultados (presentación oral) <p>Se requiere un mínimo de asistencia, participación e iniciativa individual para poder hacer media con la evaluación final del trabajo en grupo.</p>	40 %
Pruebas individuales	<ul style="list-style-type: none"> - Tareas individuales online. Mínimo dos tareas (10% de la nota cada una). 	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 semana-Penúltima semana	Penúltima semana
Examen teórico	Fecha oficial del examen	Fecha oficial del examen

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^a 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 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)

CESAG

Salvados - Compartiendo odio en las redes sociales (2017)

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>