

## 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 Comunicación Audiovisual por la Universidad Pontificia Comillas</a>
<b>Impartido en</b>	Grado en Comunicación Audiovisual [Primer Curso] Grado en Periodismo [Primer Curso] Grado en Publicidad y Relaciones Públicas [Primer Curso] Grado en Periodismo y Grado en Comunicación Audiovisual [Primer Curso]
<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>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>
El comunicador audiovisual, el periodista o el publicista trabajan en un contexto social en el que asumen un papel significativo. La Sociología de la Comunicación proporciona el marco para entender esta función así como su importancia, peso o cuestionamientos. Siendo importante en todos los aspectos de estas profesiones de comunicación, esta materia es de primera importancia para el perfil de investigador, docente y consultor de comunicación.
<b>Prerequisitos</b>
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

<b>CG01</b>	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.
<b>CG08</b>	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
<b>CG13</b>	Conocer la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones en el contexto español, europeo e internacional

#### TRANSVERSALES

<b>CT04</b>	Observar, analizar y procesar informaciones relevantes para emitir juicios fundamentados científicamente
<b>CT05</b>	Identificar problemas y posibles soluciones y tomar decisiones para una solución eficaz
<b>CT10</b>	Conocer y respetar la diversidad y la multiculturalidad
<b>CT11</b>	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
<b>CT12</b>	Ser capaz de trabajar de manera autónoma adaptando las estrategias de aprendizaje a cada situación

#### ESPECÍFICAS

<b>CE04</b>	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.
<b>CE06</b>	Conocer las estructuras, contenidos y estilos de las industrias audiovisuales así como las distintas variables influyentes en su configuración y procesos
<b>CE09</b>	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

<b>RA05</b>	Referenciar la praxis de los medios de comunicación con las teorías que los sustentan
-------------	---

<b>RA06</b>	Identificar y localizar el marco teórico en el que se sustenta la evolución de la comunicación social contemporánea.
<b>RA08</b>	Aplicar valores a la comprensión del mundo contemporáneo y a la práctica de las actividades de comunicación
<b>RA09</b>	Analizar críticamente el papel de los medios de comunicación, los productos audiovisuales, y sus protagonistas, en la cultura contemporánea.
<b>RA10</b>	Encajar el presente en un proceso histórico de los medios y sus agentes.

## 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.
    - La Escuela de Palo Alto
  
3. La opinión pública y los medios de comunicación
  - Walter Lippmann, opinión pública y estereotipos
  - La opinión pública en el siglo XX: Habermas, Noelle-Neumann, Luhmann

- El CIS y los sondeos

#### 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

#### 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 exámenes
- El turismo
- El veganismo
- La cultura juvenil
- La familia
- El trabajo

## METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura	
<b>Metodología Presencial: Actividades</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clases teórica</li> <li>• Seminarios y tutorías de grupo</li> </ul>	CG08, CG13, CT04, CT05, CT10, CT12, CE09
<b>Metodología No presencial: Actividades</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de trabajo en grupo</li> <li>• Elaboración trabajo individual</li> <li>• Estudio de la teoría</li> </ul>	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
45.00	15.00
HORAS NO PRESENCIALES	
Estudio de teoría, preparación de trabajos, preparación de actividad de evaluación	
90.00	
<b>CRÉDITOS ECTS: 6,0 (150,00 horas)</b>	

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
Examen final.	Mínimo 40 por ciento para aprobar.  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.	30



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.	50
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 (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.

### Trabajo en grupo

Se evaluará a partes iguales:

- El proceso (seminarios, tutorías de grupo, asistencia, participación, iniciativa, etc.)
- El resultado del trabajo (dossier escrito)
- La presentación de los resultados (presentación oral)

### Trabajo individual

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

## 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
Proyecto trabajo 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.
- 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.
- 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.

### 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)

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)

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)