

## Sociología de la comunicación

Código: 101137  
Créditos ECTS: 6

**2025/2026**

Titulación	Tipo	Curso
Sociología	OT	4

### Contacto

Nombre: Dafne Muntanyola Saura

Correo electrónico: dafne.muntanyola@uab.cat

### Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

### Prerrequisitos

No hay prerequisitos

### Objetivos y contextualización

El curso de Sociología de la Comunicación combina diversos objetivos, dentro del propósito general de guiar al alumnado hacia una reflexión crítica e informada sobre su realidad comunicativa cotidiana.

En el plano teórico, un primer objetivo específico es introducir al estudiante en las principales teorías de la comunicación, el origen de la disciplina y las escuelas que se han desarrollado desde la sociología, desde los clásicos hasta la contemporaneidad. En el plano del análisis empírico de la realidad comunicativa, se estudia el papel y la lógica social de los principales medios y de las redes sociales, profundizando en cómo el proceso de digitalización ha transformado la manera en que trabajamos, consumimos, aprendemos y nos entretenemos. En tercer lugar, se explica la construcción social de las instituciones que configuran el espacio catalán de comunicación. Como asignatura con una parte aplicada importante, un último objetivo específico es la elaboración de un trabajo de intervención vinculado al territorio, en grupo, en forma de Plan de Comunicación de una institución real.

En definitiva, la introducción a las teorías de la comunicación se orienta a una posterior reflexión empírica sobre la importancia social de la comunicación tanto cara a cara como mediada, poniendo un énfasis particular en el papel de los algoritmos informativos, los monopolios de las plataformas informativas y culturales, y el dominio de los contenidos audiovisuales. Todo lo aprendido se pone al servicio de un trabajo práctico de gestión comunicativa.

### Competencias

- Analizar problemas derivados de la aplicación de políticas públicas y de situaciones de conflicto reconociendo la complejidad de los fenómenos sociales y de las decisiones políticas que afectan a la democracia, los derechos humanos, la justicia social y al desarrollo sostenible.

- Aplicar los conceptos y enfoques de la teoría sociológica, especialmente las explicaciones de las desigualdades sociales entre clases, entre géneros y entre grupos étnicos, a la puesta en práctica de las políticas públicas y a la resolución de las situaciones de conflicto.
- Buscar fuentes documentales a partir de conceptos.
- Comunicar de manera efectiva, mediante un nivel básico de lengua inglesa, los análisis básicos de los fenómenos sociales.
- Demostrar que comprende los enfoques de la teoría sociológica en sus diversas vertientes, sus interpretaciones y su contexto histórico.
- Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
- Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en las lenguas propias como en una tercera lengua.
- Describir los fenómenos sociales de forma teóricamente relevante y teniendo en cuenta la complejidad de los factores implicados, de sus causas y de sus efectos.
- Evaluar la calidad del propio trabajo.
- Evaluar las aportaciones de los enfoques sociológicos al estudio de la cultura, la educación, la interacción entre sociedad y medio ambiente, la política social y el trabajo.
- Gestionar el propio tiempo, planificando el estudio propio, gestionando la relación con un tutor/a o asesor/a, así como estableciendo y cumpliendo los plazos adecuados para un proyecto de trabajo.
- Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.

## **Resultados de aprendizaje**

1. Buscar fuentes documentales a partir de conceptos.
2. Comparar la lectura de los fenómenos culturales desde distintas ideologías presentes en la realidad social de España y Cataluña.
3. Comparar los distintos enfoques teóricos sobre la cultura.
4. Comunicar de manera efectiva, mediante un nivel básico de lengua inglesa, los análisis básicos de los fenómenos sociales.
5. Definir los conceptos sociológicos que interpretan los fenómenos culturales.
6. Definir los fenómenos sociales subyacentes a las políticas y conflictos culturales.
7. Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
8. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en las lenguas propias como en una tercera lengua.
9. Discriminar las explicaciones de las desigualdades culturales entre clases, entre géneros y entre grupos étnicos que estos actores dan por descontadas.
10. Distinguir los conceptos sociológicos, así como los métodos y las técnicas de investigación social comúnmente utilizados para analizar la cultura.
11. Distinguir los conceptos sociológicos sobre la cultura que adoptan los actores implicados en estas políticas y conflictos.
12. Evaluar la calidad del propio trabajo.
13. Explicar las interpretaciones sociales de la cultura de acuerdo con estos enfoques.
14. Expresar los debates en torno a estos enfoques, referidos a la cultura.
15. Gestionar el propio tiempo, planificando el estudio propio, gestionando la relación con un tutor/a o asesor/a, así como estableciendo y cumpliendo los plazos adecuados para un proyecto de trabajo.
16. Relacionar las explicaciones de las desigualdades culturales con los debates teóricos y metodológicos generales.
17. Relacionar los conceptos, métodos y técnicas utilizados para analizar la cultura con los debates teóricos y metodológicos generales.
18. Relacionar los debates en torno a estos enfoques, referidos a la cultura, con el contexto histórico en que han surgido.
19. Relacionar los enfoques teóricos con los debates sobre el orden social y la acción.
20. Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.

## **Contenido**

La asignatura sigue tres grandes ejes de análisis crítico de las interacciones comunicativas en todas sus facetas:

- 1) Fundamentos y debates clásicos de la comunicación,
- 2) Perspectivas históricas sobre la comunicación como problema sociológico,
- 3) Enfoques contemporáneos sobre la digitalización en los diversos campos de la producción cultural, artística y académica.

El primer bloque muestra la importancia de la comunicación en la vida cotidiana. Se plantea un debate fundamental entre McLuhan y Mumford sobre el papel de los medios de comunicación, que sirve como punto de partida para una reflexión crítica sobre las tecnologías comunicativas. Se analizan los antecedentes europeos y norteamericanos de las teorías de la comunicación, a partir de conceptos como las multitudes, la opinión pública y la cuestión social. Se revisan escuelas clásicas como la Escuela de Chicago y la Mass Communication Research, y se conectan con la investigación actual sobre medios digitales, plataformas y redes sociales.

El segundo bloque incluye los enfoques de la Teoría Crítica y la comunicación como mercancía dentro del materialismo cultural, así como la comunicación del arte. La revisión del Estructuralismo y la semiótica aporta herramientas para comprender la comunicación de la cultura. También se estudia la Escuela de Palo Alto y su visión de la comunicación como un fenómeno total, incluyendo la multimodalidad comunicativa. Se trabajan los Estudios Culturales y la fenomenología social de los eventos comunicativos, así como la pragmática comunicativa, con enfoques del interaccionismo simbólico, la teoría del etiquetado y la etnometodología.

El tercer bloque se adentra en la sociedad redy la comunidad digital. Se abordan dilemas éticos y epistemológicos vinculados a la inteligencia artificial generativa, abriendo la puerta a una mirada contemporánea y crítica sobre las herramientas digitales. También se trabaja la crítica radical a la atención, al tiempo que se reflexiona sobre la privacidad, los sesgos y el control en las redes, con ejemplos como la manipulación mediática y las narrativas sobre el cambio climático. Se incluyen además ejemplos como la construcción social de Sant Jordi y la observación crítica de los medios en Cataluña. Se reflexiona sobre la fabricación de la opinión pública y se ofrece una introducción a la sociología visual.

## Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Sesiones de presentación de los temas del curso	26	1,04	
Tipo: Supervisadas			
Revisión individualizada del portafolio de los trabajos realizados	8	0,32	
Sesiones de seminario	13	0,52	
Trabajo en grupo derivado de los seminarios	13	0,52	
Tipo: Autónomas			
Estudio y lectura de los textos de los temas del curso	58	2,32	
Formulación de preguntas críticas	12	0,48	

El curso se desarrolla a través de unas clases teóricas, apoyadas por unos textos de referencia que están en la bibliografía obligatoria de la guía docente. Las clases teóricas incluirán discusiones en el aula, favoreciendo

desde el primer momento una dinámica participativa, pero también con el objetivo de aprender a utilizar el sistema conceptual que se derivará. Estas clases estarán complementadas con un seminario semanal en el que se realizarán ejercicios y debates de carácter aplicado a la realidad más inmediata del estudiante. Habrá breves ejercicios escritos y exposiciones orales. Se valorará especialmente la corrección comunicativa formal.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

## Evaluación

### Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Presentación del plan de comunicación	10	2	0,08	1, 7, 8, 15, 16
1. Realización de un Plan de Comunicación de una organización	30	12	0,48	12, 1, 2, 4, 7, 8, 9, 10, 11, 15, 17, 20
2. Preguntas críticas sobre las lecturas	20%	4	0,16	12, 1, 6, 7, 13, 14, 15, 18, 19, 20
3. Examen escrito sobre las teorías de la comunicación	40%	2	0,08	12, 3, 5, 6, 7, 8, 13, 14, 15, 17, 18, 19, 20

La evaluación continua de la asignatura se basa en la participación activa en los seminarios y en la formulación de preguntas críticas, que permiten un seguimiento constante del proceso de aprendizaje. Esta evaluación incluye tres componentes principales: las preguntas críticas sobre las lecturas obligatorias (20%), el trabajo grupal en forma de Plan de Comunicación (40%) y un examen final sobre las lecturas y los contenidos de las clases (40%). Para garantizar un buen seguimiento del trabajo grupal, se realizarán dos tutorías obligatorias -una entre febrero y marzo, y otra en abril-, así como una presentación de borradores en el mes de mayo.

Es imprescindible presentar todas las evidencias para poder optar a la evaluación continua. No se aceptarán entregas sin nombre ni fuera de plazo. Además, hay que tener presente que el plagio es un delito y una falta grave de honestidad académica. El conocimiento universitario se basa en la trazabilidad de los datos y de las fuentes, y por ello el uso de la inteligencia artificial (IA) no se considera adecuado en las fases de construcción teórica, formulación de preguntas de investigación, definición de objetivos, elaboración del modelo de análisis, diagnóstico, recogida e interpretación de datos, ni en la redacción de resultados y conclusiones. En cambio, sí puede utilizarse la IA para romper el hielo al escribir, revisar formalmente textos, hacer resúmenes, corregir código, analizar datos o revisar referencias bibliográficas.

En cualquier caso, el estudiante deberá indicar claramente qué partes del trabajo han sido generadas con IA, especificar las herramientas utilizadas e incluir una reflexión crítica sobre cómo estas han influido en el proceso y el resultado final. La falta de transparencia en este aspecto se considerará una falta de honestidad académica. El plagio o el uso indebido de la IA se calificará con un 0 en la evidencia afectada, y si se repite, puede implicar un 0 en toda la asignatura.

Por último, se recuerda que no está permitido el uso de móviles, portátiles con wifi, tabletas ni otros dispositivos electrónicos en el aula.

Para poder acceder a la recuperación, es necesario haber sido evaluado previamente en al menos dos tercios de la calificación total. Las notas de campo y las entregas parciales del trabajo no son recuperables.

Los estudiantes que opten por la evaluación única deberán comunicarlo a la profesora en el momento indicado y entregar las preguntas críticas (20%) y el plan de comunicación (40%) el mismo día del examen (40%).

Estudiantes no evaluables. Cuando se considere que el estudiante no ha podido aportar suficientes evidencias de evaluación, en el acta se consignará esta asignatura como no evaluable. La guía docente debe establecer los criterios para asignar un no evaluable.

## Bibliografía

Bibliografía

Lectura para preparar el curso

Mattelart, Armand i Mattelart, Michèle. *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós, 1997, 126 pp.

### BIBLIOGRAFIA BÀSICA Y OBLIGATÒRIA

Airoldi, Massimo. (2022). *The Machine Habitus. Towards a Sociology of Algorithms*. Polity Press.

Bell, Julia. (2021). *Atención radical*. Barcelona: Alpha Decay.

Benjamin, Walter. (1936/2021). *L'obra d'art en l'època de la reproductibilitat tècnica*. Barcelona: Edicions de la L Geminada.

Bruns, Axel. (2019). *Are Filter Bubbles Real?* Polity Press.

Castells, Manuel. (2002). *La galàxia internet*. Barcelona: La Rosa dels Vents.

Cheney-Lippold, John. (2017). *We Are Data: Algorithms and the Making of Our Digital Selves*. New York University Press.

Couldry, Nick, & Hepp, Andreas. (2018). *The mediated construction of reality*. Cambridge, UK: Polity Press.

Eco, Umberto. (1968/2006). *Introducció. Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Tusquets.

Farkas, Johan, & Maloney, Marcus (Eds.). (2024). *Digital media metaphors: A critical introduction*. London: Routledge.

Floridi, Luciano. (2023). *The ethics of artificial intelligence: Principles, challenges, and opportunities*. Oxford: Oxford University Press.

Freud, Sigmund. (1921). *Group psychology and the analysis of the ego*. London: Penguin.

Fuchs, Christian. (2024). *Social media: A critical introduction* (4th ed.). London: SAGE Publications Ltd.

Gillespie, Tarleton. (2018). *Custodians of the internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. New Haven, CT: Yale University Press.

Han, Byung-Chul. (2023). *La crisi de la narració*. Barcelona: Herder.

Levi, Simona. (Ed.). (2019). *#fakeyou*. Barcelona: Raig Verd.

Levi, Simona. (n.d.). *Digitalización democrática: Soberanía digital para las personas*. Barcelona: Rayo Verde Editorial.

López Borrull, Alexandre. (2020). *Bulos científicos*. Madrid: Anaya.

O'Brien, Jodi. (2017). *The reproduction of reality: Essays and readings on social interaction* (6th ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE,

Postman, Neil. (1990). *Divertim-nos fins a morir*. Barcelona: La Campana. (*Amusing Ourselves to Death*. Nova York, Viking Penguin, 1985)

Rius-Ulldemolins, Quim, & Pecourt, Juan. (2021). *Digitalización de la sociedad, creatividad y nuevas prácticas culturales. La sociología de la cultura en la era digital*. Valencia: Universitat de València (PUV).

Wajcman, Judy. (2016). *Time in the digital age*. Barcelona: CCCB.

#### Lectures recomendadas

Berrio, Jordi. (1990). *L'opinió pública i la democràcia*. Barcelona: Pòrtic.

Bourdieu, Pierre. (1997). *Sobre la televisió*. Barcelona: Edicions 62.

Boyd, Danah. (2015). *It's complicated. The social lives of networked teens*. Yale University Press.

Cardús i Ros, Salvador. (1995). *Política de paper. Premsa i poder, 1981-1992*. Barcelona: La Campana.

Castells, Manuel. (2002). *La galàxia Internet. Reflexions sobre Internet, empresa i societat*. Barcelona: Rosa dels Vents.

Castells, Manuel. (2003). *L'era de la informació: Economia, societat i cultura* (3 volums). Barcelona: Generalitat de Catalunya. (Ed. original: *The Information Age:Economy, Society and Culture*. New Jersey: Blackwell).

Champagne, Patrick. (s.d.). *Faire l'opinion*. París: Seuil.

Chomsky, Noam. (1992). *Las ilusiones necesarias*. Madrid: Libertarias/Prodhufi.

Katz, Jon. (1997). *Virtuous reality*. Nova York: Random House.

Lacroix, Michel. (2005). *El culte a l'emoció. Atrapats en un món d'emocions sense sentiments*. Barcelona: Edicions La Campana.

Lippmann, Walter. (1932). *Public opinion*. Londres: Allen & Unwin.

Saperas, Enric. (1992). *Introducció a les teories de la comunicació*. Barcelona: Pòrtic.

Weber, Max. (1992). Para una sociología de la prensa. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, (57), 251-259.

Wihbey, John P. (2019). *The social fact: News & knowledge in a networked world*. Cambridge, MA: MIT Press.

#### Journals:

[Visual Studies](#)

[Yearbook of Moving Images Studies](#)

[Journal of Visual Culture](#)

[Visual Methodologies](#)

#### Revistas

Trípodos

Anàlisis

Capçalera

Comunicació21.

TreballsdeComunicació. Societat Catalana de Comunicació (IEC)

## Webs

[CAC \(Consell de l'Audiovisual de Catalunya\)](#)

*Crítica informativa:*

[www.fair.org](#)

[www.medialens.org](#)

Información crítica:

[Media.cat Observatori Crític dels Mitjans](#)

[Reuters Institute](#)

[https://fcic.periodistes.cat](#)

Estudio de los medios

[http://incom.uab.cat](#)

[www.portalcomunicacio.com](#)

[www.aulamedia.org](#)

## Software

Cualquier procesador de textos

## Grupos e idiomas de la asignatura

La información proporcionada es provisional hasta el 30 de noviembre de 2025. A partir de esta fecha, podrá consultar el idioma de cada grupo a través de este [enlace](#). Para acceder a la información, será necesario introducir el CÓDIGO de la asignatura

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(PAUL) Prácticas de aula	1	Catalán	segundo cuatrimestre	mañana-mixto
(TE) Teoría	1	Catalán	segundo cuatrimestre	mañana-mixto