



---

**FICHA IDENTIFICATIVA**

---

**DATOS DE LA ASIGNATURA**

<b>Código</b>	
<b>Nombre</b>	Sociología y Opinión Pública
<b>Curso</b>	Primero
<b>Semestre</b>	Primero
<b>Titulación</b>	Grado en Comunicación
<b>Materia</b>	Sociología
<b>Carácter</b>	Básica
<b>Créditos ECTS</b>	6
<b>Lengua en la que se imparte</b>	Castellano
<b>Curso académico</b>	2018 - 19

---

**DATOS DEL PROFESORADO**

---

<b>Responsable de Asignatura</b>	<a href="#">Clara Hernández Navarro</a>
<b>Condición Académica</b>	<a href="#">Licenciada en Sociología</a>
<b>Tipo de profesorado/Perfil Docente</b>	<a href="#">Profesor externo</a>
<b>Correo electrónico</b>	<a href="mailto:clara.hernandez@pdi.atlanticomedio.es">clara.hernandez@pdi.atlanticomedio.es</a>
<b>Teléfono</b>	
<b>Tutorías</b>	



---

## DESCRIPCIÓN Y CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

---

Sociología y Opinión Pública  
Comunicación y sociedad.  
La Comunicación personal y social.  
Programación, análisis y estudio de las Audiencias.  
Efectos de la Comunicación de masas.  
Sociología del consumo, publicidad y marketing.  
Opinión pública y voto.  
Análisis y uso de encuestas.  
Sociología de las redes sociales.  
Los estudios culturales.

---

## COMPETENCIAS

---

### Competencias Generales

CG1 - Conocer los contextos, culturales, sociales, económicos y políticos necesarios que permitan relacionarse con la sociedad.	
CG3 - Comprender la evolución histórica del mundo moderno con especial hincapié en los hechos culturales, políticos y económicos que lo definen.	
CG4 – Capacidad de transmitir información, ideas, problemas y soluciones, tanto a audiencias expertas como no expertas en el ámbito de la comunicación.	
CG5 - Comprender la realidad política y los hechos informativos que definen la actualidad.	
CG6 - Saber innovar en los métodos de autoaprendizaje y autoevaluación, siguiendo criterios de calidad.	

### Competencias Específicas

CE11 - Capacidad para reflexionar sobre el panorama del universo comunicativo actual, considerando los mensajes como fruto de una sociedad determinada, producto de las condiciones sociopolíticas y culturales de un momento histórico determinado.	
--	--



---

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

---

Capacidad para aplicar la metodología científica propia de la comunicación.

Capacidad para analizar críticamente la realidad social con una perspectiva sociológica.

---

## ACTIVIDADES FORMATIVAS

---

Actividad formativa	Horas	% Presencialidad
Clase expositiva	30	100
Prácticas, talleres, seminarios, estudios de casos, visitas a centros de interés, sesiones de trabajo práctico, proyectos y trabajos	18	100
Tutoría y seguimiento	6	100
Evaluación	6	100
Trabajo Autónomo del alumnado	90	0
	150	

---

## METODOLOGÍAS DOCENTES

---

Metodología
Método expositivo. Lección magistral
Estudio individual
Resolución de problemas
Metodología por proyectos
Tutoría presencial (individual y/ o grupal)
Heteroevaluación, autoevaluación y coevaluación



---

## SISTEMAS DE EVALUACIÓN

---

Sistemas de Evaluación	Ponderación mínima (%)	Ponderación máxima (%)
Asistencia y participación activa	10	10
Realización de trabajos y prácticas	30	30
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	60	60

La asignatura se entenderá académicamente aprobada cuando se superen los siguientes apartados:

### **Prueba de evaluación teórico-práctica (última semana de noviembre 2018)**

- 10 preguntas tipo test con cuatro alternativas. Cada pregunta vale 0,5 (5 ptos. si se responden correctamente)
- 2 preguntas a desarrollar brevemente. Cada pregunta si se responde correctamente valdrá 2,5 ptos (5 ptos.)

### **Pruebas prácticas**

A lo largo del periodo de impartición de la asignatura (septiembre a noviembre 2018) se realizarán, distintos trabajos prácticos que servirán como pruebas de evaluación práctica de la asignatura.

- Los trabajos se entregarán los días indicados por la profesora antes de las 19.00 horas de dicho día. Se entregarán en formato PDF por correo electrónico y en papel correctamente presentado y encuadernado. Se espera un trabajo riguroso y académico.
- En caso de que no se apruebe la asignatura se podrá acceder a la convocatoria de junio.
- Si se ha aprobado alguna de las dos partes de la evaluación, se guardará dicha nota aprobada en la convocatoria extraordinaria y solo tendrá que realizar la parte suspensa.
- Si la prueba suspensa fuese la teórica, deberá presentarse nuevamente a examen de tipo test y/ o de preguntas de desarrollo.
- Si el trabajo no estuviese aprobado, se deberá hacer un nuevo trabajo que se determinará en su momento.



---

## REFERENCIAS/ BIBLIOGRAFÍA

---

### Básicas

- BERGER, P. (1996). *Introducción a la sociología: una perspectiva humanística*. México: Limusa
- CALLEJO, J. (1995). "Elementos para una teoría sociológica del consumo", en *Papers: revista de sociología*, (47), pp. 75-96.
- CASTELLS, M. (2005). *La era de la información: economía, sociedad y cultura* (Vol. 3). Madrid: Alianza Editorial.
- CRESPI, I. (2000). *El proceso de opinión pública: cómo habla la gente*. Barcelona: Ariel.
- CHOMSKY, N., RAMONET, I. *Cómo nos venden la Moto*. Barcelona. Icaria
- HABERMAS, J. (1994). *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona: Gustavo Gili
- LÓPEZ GARCÍA, G. (2001) "Teorías de la opinión pública", en *Comunicación electoral y formación de la opinión pública* (Tesis doctoral) Valencia: Universidad de Valencia, pp. 238-320.
- MILLS, C. W. (1961). *La imaginación sociológica* (Vol. 2). México: Fondo de Cultura Económica.
- ROSPIR ZABALA, J. I. (2013) "Opinión Pública: Narraciones históricas", en Garrido Martín, A., Vinuesa Tejero, L. (eds.) *La Reina del mundo: Reflexiones sobre la historia de la Opinión Pública*. Santander: pp. 175-203
- LÓPEZ GARCÍA, G. (2001) 'Estudios de los efectos de los medios de comunicación de masas en la opinión pública', en '*Comunicación electoral y formación de la opinión pública*' Tesis doctoral (pp. 146-224)
- LÓPEZ GARCÍA, G. (2001) 'Modelos de estudios electorales', en '*Comunicación electoral y formación de la opinión pública*' (pp.. 224-238)
- MONZÓN ARRIBAS, C. (2005). "Encuestas y elecciones". Madrid: Tecnos
- RUÍZ SAN ROMÁN, J.A. (1997) *Introducción a la tradición clásica de la opinión pública*. Tecnos
- SIMELIO, N. y Gayá, N. (2014). "El caso de los medios: la reconfiguración del sentido de media y audiencia", en Ferré Pavia C. (ed.) *El uso de las redes sociales: ciudadanía, política y comunicación. La investigación en España y Brasil*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona. pp. 64-80.

### Complementarias

- BAUER, W. (2009) *La opinión pública y sus bases históricas*. Santander: Pùbican.
- BÖCKELMANN, F. (1983) *Formación y funciones sociales de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- LIPPMANN, W. (1965). *Opinión Pública*. Buenos Aires: Eudeba.
- MARTÍN LÓPEZ, E. (1990). *Sociología y opinión pública*. Madrid: Beramar.
- BARRANCO SAIZ, F.J.: *Marketing político y electoral*, Pirámide, Madrid, 2010.
- BRYANT, J. y ZILLMANN, D.: *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, Piados, Barcelona, 1996
- GARCÍA BEADOUX, V. y otros: *Comunicación política y campañas electorales*, Gedisa, Barcelona, 2005
- FERNÁNDEZ SEVILLA, J. (2003). "La publicidad o de los nombres del diablo", en *Comunicar*, 20, *Revista Científica de Comunicación y Educación*, pp. 178-183.



---

## RECURSOS WEB DE UTILIDAD

---

- Instituto Nacional de Estadística (INE) <http://www.ine.es/>
- Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) <http://www.cis.es/cis/opencms/ES/index.html>
- Instituto Canario de Estadística (ISTAC) <http://www.gobiernodecanarias.org/istac/>
- Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. <http://www.aimc.es/>
- Oficina para la Justificación de la Difusión (OJD) <http://www.ojdinteractiva.es/>
- Google Analytics <http://www.google.es/intl/es/analytics/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=9mAxV66ZNe8>
- <http://tv.unir.net/videos/883/47/61/278/0/Definiendo-la-comunicacion>
- <https://www.youtube.com/watch?v=qrRZg-2NEwA/>
- <https://www.youtube.com/watch?v=7tfyXK1PKPc>
- <http://tv.unir.net/videos/893/47/61/278/0/Conceptos-y-modelos-Masa-y-publico>
- <http://tv.unir.net/videos/959/47/61/278/0/Cultura-de-masas>
- <http://tv.unir.net/videos/983/47/61/278/20/Audiencias-y-su-medicion->
- <http://encuestasdeopinion.blogspot.com.es/2011/09/la-escala-thurstone-para-medir.html>
- [http://www.ugr.es/~pwlac/G25\\_01JoseMaria\\_Rubio\\_Ferreres.html](http://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html): Opinión pública y medios de comunicación. Teoría de la agenda setting. Public opinion and mass media. Theory of 'agenda setting'
- [https://www.ted.com/talks/patrick\\_chappatte\\_the\\_power\\_of\\_cartoons?language=es](https://www.ted.com/talks/patrick_chappatte_the_power_of_cartoons?language=es). El poder de las caricaturas
- [http://www.tusbuenoslibros.com/libros\\_gratis/armas\\_silenciosas\\_para\\_guerras\\_tranquilas.pdf](http://www.tusbuenoslibros.com/libros_gratis/armas_silenciosas_para_guerras_tranquilas.pdf)  
: armas silenciosas, guerras tranquilas.
- <https://www.youtube.com/watch?v=iUFN1eX2s6Q>
- Opinión pública
- The Wire y un análisis de la realidad que David Simon y la HBO nos mostraron:
- <https://storify.com/SergioGM/thewire-y-un-analisis-de-la-realidad-que-david-sim>
- Medios de comunicación:
- Asociación para la investigación de medios de comunicación: <http://www.aimc.es/-Temas-tratados-Cuestionario-.html>

---

## RESUMEN POLÍTICA ACADÉMICA

---

- a. [La asistencia a clase](#) es fundamental. Si el alumno/ la alumna se acoge al sistema de evaluación continua, la no asistencia a una clase no exime de presentar los trabajos que se hayan solicitado. Recuerde que un porcentaje de la nota final depende de la participación.
- b. [Las clases comienzan y terminan](#) a la hora establecida. Una vez que comience la clase, por deferencia al resto de compañeros y compañeras y a la docente, no está permitida la entrada de ningún alumno/ a. Con el mismo criterio, tampoco se permite la salida de clase antes de su finalización. Atascos, tutorías, viajes, reuniones... no son razones que permitan sortear esta norma.



- c. [Está prohibido](#) comer, beber, mascar chicle y todo aquello que dicta la educación y el sentido común durante la clase.
- d. [Está terminantemente prohibido](#) hacer uso del teléfono móvil con fines personales durante el horario de clase.
- e. [Honestidad académica](#). El plagio, las trampas, las ayudas no autorizadas para la elaboración de trabajos o la falsificación de documentos implican el suspenso automático de la asignatura y el traslado de lo ocurrido al Decanato de la Facultad para la adopción de las medidas oportunas (apertura de expediente y/ o expulsión). Plagiar es la mayor infracción en la que se puede incurrir en la Universidad. Desconocer qué es plagiar no es una eximente. En el ámbito académico quizá sería un agravante. Tampoco es posible plagiar 'sin mala intención'. Todos los trabajos deben ser originales y todos los recursos utilizados deben ser referenciados con arreglo a la normativa establecida por la Universidad. El 'olvido' de una referencia será considerado plagio.
- f. [Integridad Académica](#). La ausencia de citación de fuentes, el plagio de trabajos o uso indebido/ prohibido de información durante los exámenes, o la firma en la hoja de asistencia por un compañero o compañera que no está en clase, implicará la pérdida de la evaluación continua, sin perjuicio de las acciones sancionadoras que estén establecidas por la Universidad.
- g. [Faltas de ortografía](#). En cuanto a las faltas de ortografía, y como regla general, una falta grave supondrá un punto menos en el ejercicio o evaluación. Dos faltas graves dos puntos menos y tres faltas graves un suspenso en el ejercicio o evaluación. Respecto a las faltas de ortografía consideradas leves (tildes), dos faltas equivalen a una grave.