



**UNIVERSIDAD DEL  
ATLÁNTICO MEDIO**

**GUÍA DOCENTE**

**ASIGNATURA: SOCIOLOGÍA Y OPINIÓN  
PÚBLICA**

**TITULACIÓN: GRADO DE  
COMUNICACIÓN**

**MODALIDAD PRESENCIAL**

**CURSO ACADÉMICO 2019-2020**

# ÍNDICE

<b>RESUMEN</b> .....	3
<b>DATOS DEL PROFESORADO</b> .....	3
<b>REQUISITOS PREVIOS</b> .....	3
<b>COMPETENCIAS</b> .....	3
<b>RESULTADOS DE APRENDIZAJE</b> .....	4
<b>CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA</b> .....	5
<b>METODOLOGÍAS</b> .....	5
<b>ACTIVIDADES FORMATIVAS</b> .....	6
<b>SISTEMA DE EVALUACIÓN</b> .....	6
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	8

---

## RESUMEN

---

<b>Centro</b>	<b>Facultad de Comunicación</b>		
<b>Titulación</b>	<b>Grado en Comunicación</b>		
<b>Asignatura</b>	<b>Sociología y Opinión Pública</b>	<b>Código</b>	<b>F2C1G03004</b>
<b>Materia</b>	<b>Sociología</b>		
<b>Módulo</b>	-		
<b>Carácter</b>	<b>Básico</b>		
<b>Curso</b>	<b>Primero</b>		
<b>Semestre</b>	<b>Primero</b>		
<b>Créditos ECTS</b>	<b>6</b>		
<b>Lengua de impartición</b>	<b>Castellano</b>		
<b>Curso académico</b>	<b>2019-2020</b>		

---

## DATOS DEL PROFESORADO

---

<b>Responsable de Asignatura</b>	<b>Jorge García Cuesta</b>
<b>Correo electrónico</b>	<b>jorge.garcia@pdi.atlanticomedio.es</b>
<b>Teléfono</b>	<b>828-019-019</b>
<b>Tutorías</b>	<b>Miércoles, 9:30-10:30</b>

---

## RESUMEN

---

**De forma general los alumnos trabajarán para conseguir los siguientes objetivos:**

- **Analizar críticamente y estudiar las vinculaciones entre información, comunicación, cultura, poder, lenguaje y opinión pública.**
  - **Adquirir herramientas para analizar las prácticas comunicativas y la opinión pública en el contexto actual.**
  - **Conocer y comprender las nuevas formas de sociabilidad mediática y a sus desafíos para con las instituciones modernas.**
- 

## REQUISITOS PREVIOS

---

**No se necesitan requisitos previos para cursar esta asignatura.**

---

## COMPETENCIAS

---

**BÁSICAS Y 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.**

**CB1 - Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio**

**CB2 - Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio**

**CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética**

**CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado**

**CB5 - Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía**

**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**

---

## **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.**

---

## **METODOLOGÍAS**

---

**Método expositivo. Lección magistral**

**Estudio individual**

**Resolución de problemas**

**Metodología por proyectos**

**Tutoría presencial (individual y/o grupal)**

**Heteroevaluación, autoevaluación y coevaluación**

ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS
Clases expositivas	30
Proyectos y trabajos	10
Tutoría y seguimiento	6
Evaluación	6
Trabajo autónomo del alumno	90
Estudios de casos	8

*"Las actividades formativas tienen un porcentaje de presencialidad del 100% a excepción del Trabajo Autónomo del Alumno."*

## SISTEMA DE EVALUACIÓN

Los porcentajes que se aplican a los distintos sistemas de evaluación para la obtención de la nota final de evaluación se indican en la tabla siguiente:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE
Asistencia y participación activa	10%
Realización de trabajos y prácticas	30%
Pruebas de evaluación teórico-prácticas	60%

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

### Convocatoria Ordinaria:

1. Prueba de evaluación teórico-práctica (tercera semana de diciembre 2019). Esta prueba supone el 60% de la nota final de la asignatura.
  - 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.).

## **2. Pruebas prácticas (esta nota supone el 30% de la nota final de la asignatura)**

A lo largo del periodo de impartición de la asignatura (noviembre a diciembre 2019) se realizarán, distintos trabajos prácticos que servirán como pruebas de evaluación práctica de la asignatura.

- Los trabajos se entregarán los días indicados por el profesor antes de las 19.00 horas de dicho día. Se entregarán en formato PDF a través del campus virtual correctamente presentado y encuadernado. Se espera un trabajo riguroso y académico.
- En caso de que no se apruebe la asignatura en convocatoria ordinaria se podrá acceder a la convocatoria extraordinaria.

## **3. Asistencia y participación activa en el aula (esta parte supone el 10% de la nota final de la asignatura, siempre que se haya asistido como mínimo al 75% de las horas lectivas de la asignatura.**

### **Evaluación convocatoria extraordinaria**

- Si se ha aprobado alguna de las dos partes de la evaluación (examen teórico/práctico y trabajos y prácticas), 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, previo acuerdo con el docente.

Si un alumno suspende una de las partes (examen teórico-práctico/trabajo final asignatura) en convocatoria ordinaria y en extraordinaria, el alumno debe volver a cursar la asignatura completamente, ya que no ha adquirido las competencias de la misma.

### **Criterios de calificación**

El criterio de evaluación general consiste en que cada tarea se valora con una calificación de 0 a 10. Para obtener la nota media final, deberán aprobarse cada una de las actividades de evaluación realizadas con una calificación igual o superior a 5.

La asistencia a todas las clases es obligatoria durante todo el curso académico.

Como norma general se tendrá en cuenta lo siguiente:



- **Sólo tendrá derecho a examen aquel alumno que haya demostrado una progresión adecuada durante el curso, para lo cual se requiere un mínimo del 75% de asistencia a la asignatura.**

**Las faltas de asistencia el día anterior y/o el mismo día de un examen, a cualquier asignatura que se imparta, se computarán como faltas dobles**

---

## **BIBLIOGRAFÍA**

---

### **Básica**

- **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.

#### Complementaria

- 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**
- **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>
- [http://www.revistalatinacs.org/068/paper/973\\_Pompeu/07\\_Palencia.html](http://www.revistalatinacs.org/068/paper/973_Pompeu/07_Palencia.html) **La construcción de la imagen de la política en los noticiarios televisivos en España. Exo- y endo- equilibrios de la calidad de la información política.**
- [http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1009\\_USAL/12b.html](http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1009_USAL/12b.html) **Roles y medios de comunicación españoles, un estudio comparativo de tres décadas**

---

## RESUMEN POLÍTICA ACADÉMICA

---

- a. **La asistencia a clase** es fundamental. Si el alumno 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 al docente, no está permitida la entrada de ningún alumno. 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.
- 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 Decano 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 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.