



FICHA IDENTIFICATIVA

DATOS DE LA ASIGNATURA

Código: 34432

Nombre: Análisis sociológico de la comunicación de masas

Ciclo: Grado

Créditos ECTS: 6

Curso académico: 2025-26

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1310 - Grado en Sociología	Facultat de Ciències Socials	4	Primer cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1310 - Grado en Sociología	Análisis sociológico de la comunicación de masas	OPTATIVA

COORDINACIÓN

KLEIN CABALLERO RICARDO

RESUMEN

Después de una revisión a los orígenes de la sociología de la comunicación y las principales corrientes de investigación, procederemos a la descripción del proceso histórico de constitución de la comunicación masas. A continuación nos ocuparemos de la formación de los principales *media; prensa, radio y televisión. Nos ocuparemos de la descripción y análisis de la emergencia y consolidación de los *media electrónicos con la relevancia del multimedia, el papel de internet y la importancia creciente de las redes sociales digitales. Con la revisión de los paradigmas teóricos en la investigación de la comunicación y las técnicas de investigación social que se aplican, completaremos este curso.

CONOCIMIENTOS PREVIOS

RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

OTROS TIPOS DE REQUISITOS

Es conveniente el dominio de las técnicas cuantitativas y cualitativas de investigación social para poder aplicarlas al análisis de la comunicación. Así mismo, para una buena comprensión de los debates teóricos



en este campo es muy recomendable haber cursado con éxito la asignatura Teoría social contemporánea

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

-

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.

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

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

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.

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.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. La sociología en los orígenes de la investigación

1. La industrialización de la comunicación: nuevas redes y periódicos de masas
2. Comunicación y teoría sociológica clásica
3. Los *orígenes de la mass communication research: contexto histórico y sociopolítico
4. De los primeros estudios al modelo de Lasswell
5. La aportación metodológica de Lazarsfeld
6. El análisis de contenido en la sociología empírica

1. Funciones y disfunciones de los medios de comunicación
2. Estructura social, acción organizada y comunicación: gustos populares
3. El modelo *difusionista en la sociología del desarrollo
4. La hipótesis de los usos y gratificaciones de la audiencia
5. Teoría crítica, estructuralismo y semiótica
6. La Escuela de Frankfurt ante la cultura de masas
7. La industria cultural: Adorno y Horkheimer
8. La aportación de Walter Benjamin



2. El estructural-funcionalismo versus Teoría Crítica

1. Funciones y disfunciones de los medios de comunicación
2. Estructura social, acción organizada y comunicación: gustos populares
3. El modelo *difusionista en la sociología del desarrollo
4. La hipótesis de los usos y gratificaciones de la audiencia
9. La cultura de masas: de la producción seriada al fetichismo simbólico
10. Aportaciones y límites del modelo semiótico
11. La perspectiva crítica de los Estudios culturales

3. El debate sobre los *efectos de los medios

1. Contexto histórico y desarrollo de los medios de comunicación: la prensa, la radio y la televisión
2. Efectos directos, efectos limitados y *efectos cognitivos
3. La construcción social de la realidad a través de los medios
4. La función de creación de agenda y la tematización
5. La hipótesis del distanciamiento en el conocimiento

4. Desarrollos de la sociología en el estudio de los medios

1. El estudio de los emisores:
 - 1.a. Análisis *organizacional e institucional
 - 1.b. La economía política de la comunicación y de la cultura
2. El estudio de los contenidos:
 - 2.a. Análisis de contenido cuantitativa
 - 2.b. Análisis de contenido cualitativa
 - 2.c. Aplicaciones informáticas al análisis de contenido
 - 2.d. El estudio de las noticias
3. El estudio de los receptores:
 - 3.a. La *medición de audiencias en prensa, radio y televisión
 - 3.b. Las encuestas al público de los medios
 - 3.c. La investigación cualitativa de los públicos
 - 3.d. Etnografías de la audiencia
4. Teorías sobre la actividad de la audiencia

5. Opinión pública, comunicación política y procesos electorales

1. Revisión y crítica del concepto clásico de opinión pública
2. Las teorías contemporáneas
3. Los medios en los procesos de opinión
4. Organización comunicativa del poder, partidos políticos y medios
5. Las campañas institucionales
6. Modelos de comunicación política. La personalización de la política
7. Tres generaciones de estudios electorales
8. #Los medios y las elecciones. Las encuestas preelectorales y su difusión
9. De la video política a las webs, el periodismo digital y las redes sociales.



6. El sistema comunicativo valenciano (*SCV) en el contexto español y europeo

1. La configuración del *SCV en el Estado de las autonomías
 - 1.a. El sistema de la prensa
 - 1.b. El sistema radiofónico
 - 1.c. El sistema televisivo
2. La configuración del *SC español
3. Análisis comparativo por comunidades autónomas
4. El espacio local de la comunicación mediática
5. Las políticas de comunicación en las autonomías, en España y en Europa
6. Últimas batallas político mediáticas: plataformas digitales e implantación del cable
7. Análisis comparativo de los sistemas comunicativos de los países europeos

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría-Prácticas	60,00
Total horas	60,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	5,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	25,00
Estudio y trabajo autónomo	25,00
Preparación de clases	15,00
Preparación de actividades de evaluación	10,00
Resolución de casos prácticos	10,00
Total horas	90,00

METODOLOGÍA DOCENTE

- a) Sesiones expositivas por parte de profesor para cada uno de los temas del programa. Estas sesiones se centrarán en la explicación de los conceptos, dimensiones, interdependencias analíticas y datos empíricos claves que las/los estudiantes tienen que aprender a manejar
- b) Lectura de textos breves, para leer y trabajar en el aula, que tienen por finalidad introducir un aspecto polémico o problemático en relación a cada uno de los temas del programa
- c) Sesiones de discusión y análisis grupal a partir de materiales audiovisuales, como por ejemplo por películas o documentales, que tienen como objetivo suscitar nuevos interrogantes sobre los contenidos del programa de la asignatura
- d) Realización de un trabajo en equipo. Las directrices específicas para la realización del trabajo se especificarán en el aula virtual y se explicarán con detalle en clase. Este trabajo será objeto de orientación,



seguimiento y supervisión por parte del profesor.

e) Asistencia y participación activa en las conferencias que se organicen como actividades complementarias a lo largo del cuatrimestre.

argo del cuatrimestre.

EVALUACIÓN

1. Consistirá en un seguimiento de las prácticas realizadas durante el curso tanto individuales como de grupo, incluyendo también asistencia a charlas y otras actividades. 40 por ciento de la nota final.
2. Examen escrito final. 60 por ciento de la nota final.

Para aprobar la asignatura será requisito indispensable obtener un 5 como mínimo en el examen final.

BIBLIOGRAFÍA

- Benjamin, W. (1983; obra original publicada en 1955). *La obra de arte a la época de su reproductibilidad técnica*. Barcelona: Edicions 62.
- Bourdieu, P. (1994). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Castells, M. (2010). *Comunicació i poder*. Barcelona: UOC.
- Castells, M. (Ed.). (1997). *La era de la información: economía sociedad y cultura. Vol. 1. La sociedad red*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. (Ed.). (1998). *La era de la información: economía sociedad y cultura. Vol. 2. El poder de la identidad*. Madrid: Alianza.
- Díez Nicolás, J. (1976). *Los españoles y la opinión pública*. Madrid: Editora Nacional.
- Espinar, E., Frau, C., et al. (2006). *Introducción a la sociología de la comunicación*. Alicante: PUA.
- Gubern, R. (1987). *El simio informatizado*. Madrid: Fundesco.



- Habermas, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. W. (1994; obra original publicada en 1947). *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Trotta.
- Klapper, J. T. (1974). *Efectos de la comunicación de masas*. Madrid: Aguilar.
- Kuran, T. (1995). *Private truths, public lies: The social consequences of preference falsification*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Lazarsfeld, P., Berelson, B., & Gaudet, H. (1962). *El pueblo elige: Cómo decide el pueblo en una campaña electoral*. Buenos Aires: Paidós.
- López Pintor, R. (1982). *La opinión pública española: Del franquismo a la democracia*. Madrid: CIS.
- Luhmann, N. (1989). *Complexitat social i opinió pública*. *Periodística*, (1).
- Majó, J. (1997). *Xips, cables i poder*. Barcelona: Proa.
- Mattelart, A. (1993). *La comunicación¿mundo: Historia de las ideas y de las estrategias*. Madrid: Fundesco.
- McQuail, D., & Windahl, S. (1984). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. Pamplona: Eunsa.
- Merton, R. K. (1972). *Teoría y estructura sociales*. México: FCE.
- Mollà, T. (2007). *La televisió valenciana del segle XXI: Nous factors i noves funcions. Autodiagnòstic i anàlisi de prospectiva (2005-2010)* [Tesis doctoral, Universitat de València].
- Mollà, T. (2009). *Quina televisió pública? Amenaces i oportunitats a l'era digital*. Alzira: Bromera.
- Moragas, M. de (2011). *Interpretar la comunicació*. Barcelona: Gedisa.
- Moragas, M. de (Ed.). (1986). *Sociología de la comunicación de masas* (4 vols.). Barcelona: Gustavo Gili.
- Morin, E. (1966; obra original publicada en 1962). *El espíritu del tiempo*. Madrid: Taurus.



- Muñoz, A., Monzón, C., Rospir, J. I., & Dader, J. L. (1990). *Opinión pública y comunicación política*. Madrid: EUDEMA.
- Parreño, M. (2012). *El camp periodístic i els professionals de la informació al País Valencià: Anàlisi de l'estructura comunicativa i de les argumentacions dels periodistes sobre el periodisme* [Tesis doctoral, Universitat de València].
- Xambó, R. (2001). *Comunicació, política i societat: El cas valencià*. València: Editorial Tres i Quatre.