

Societat del coneixement i comunicació

2014/2015

Codi: 41923

Crèdits: 10

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4310036 Màster Universitari en Recerca en comunicació i periodisme	OT	0	2

Professor de contacte

Nom: María José Recoder Sellarés

Correu electrònic: MariaJosep.Recoder@uab.cat

Utilització de llengües

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

Conocimiento de los conceptos básicos del ámbito del periodismo y de la comunicación.

Dominio de la lengua española y conocimientos de inglés.

Objectius

Este módulo tiene por objetivo introducir el debate sobre el panorama actual de los grandes problemas de la sociedad de la información, la comunicación y el conocimiento. Pretende analizar las metodologías para aplicarlas a los problemas de la comunicación en el presente. Se trabajará con los actuales recursos conceptuales provenientes de la sociología, la psicología y la semiótica en el contexto actual de la Sociedad de la Información. Este módulo se desarrollará a través de una metodología activa y colaborativa. Se profundizará en los aspectos conceptuales y prácticos que permitan orientar al estudiante en su proyecto de investigación.

Los temas que se explicarán a lo largo de las sesiones, tienen relación con los grandes retos a los que se enfrenta la sociedad del conocimiento, vinculada a las TIC y su aplicación a la comunicación, y cómo ésta transforma ámbitos como la política, la educación, la economía, la ética, la cultura, la sociedad y los propios medios de comunicación.

Competències

- Adaptar-se a noves situacions, tenir capacitat de lideratge i iniciativa mantenint la creativitat
- Analitzar, sintetitzar, organitzar i planifica la informació.
- Comunicar de forma oral i escrita coneixements en castellà, català i anglès.
- Dissenyar, crear i desenvolupar projectes bàsics de recerca en Periodisme i Ciències de la Comunicació
- Generar propostes innovadores i competitives en la recerca
- Posseir raonament crític, compromís ètic i social i tenir respecte a la diversitat i a la multiculturalitat.
- Treballar de forma autònoma, resolent problemes i prenent decisions.
- Treballar en equips de forma interdisciplinària.

Resultats d'aprenentatge

1. Adaptar-se a noves situacions, tenir capacitat de lideratge i iniciativa mantenint la creativitat

2. Analitzar, sintetitzar, organitzar i planifica la informació.
3. Comunicar de forma oral i escrita coneixements en castellà, català i anglès.
4. Dissenyar i realitzar recerques de camp
5. Generar propostes innovadores i competitives en la recerca
6. Identificar els conceptes i teories bàsiques de les Ciències de la Comunicació, en el context de la Societat del Coneixement
7. Identificar les principals corrents de recerca en la societat del coneixement i comunicació
8. Integrar coneixements de Ciències de la Comunicació en l'espai de la societat del coneixement
9. Posseir raonament crític, compromís ètic i social i tenir respecte a la diversitat i a la multiculturalitat.
10. Treballar de forma autònoma, resolent problemes i prenent decisions.
11. Treballar en equips de forma interdisciplinària.

Continguts

Tema 1. Escenario internacional de la Sociedad de la Información y del Conocimiento: la comunicación en la era digital.

Tema 2. La economía: el sector quinario y los nuevos modelos económicos en la sociedad de la comunicación.

Tema 3. La ética: los grandes problemas a los que debe enfrentarse la sociedad de la comunicación

Tema 4. La sociedad: grandes temas, nuevas preocupaciones, nuevas relaciones personales y sociales en la sociedad de la comunicación

Tema 5: Los medios de comunicación: Nuevas plataformas de producción de contenidos de la información y de la comunicación. Del periodismo tradicional al "periodismo ciudadano o colaborativo".

Tema 6. La cultura y la ciencia: Pensar, escribir e investigar en la Era Digital.

Tema 7. La educación: TIC y aprendizaje en un mundo cambiante. La alfabetización mediática y digital

Tema 8. La política: Poder, democracia e ideología en la Sociedad de la comunicación y la Globalización

Metodologia

En el espacio de la asignatura en Campus Virtual, la profesora pondrá los materiales docentes de apoyo para seguir la asignatura. Por ejemplo, el guión de cada uno de los temas, la bibliografía específica, los documentos completos o los enlaces a los mismos que servirán para los debates en el aula, etc.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals	23	0,92	6, 7, 8
Exercicis o discussions de textos	14	0,56	3, 9
Tipus: Supervisades			
Treballs	29	1,16	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11
Tipus: Autònomes			
Estudi	39	1,56	2, 3, 4, 5, 9, 11

Lectures	45	1,8	2, 3, 9, 11
----------	----	-----	-------------

Avaluació

La filosofía del Espacio Europeo de la Educación Superior parte de la base de que el estudiante ha de participar activamente en su propio aprendizaje, y por ello, se reclama una actitud participativa del mismo en el desarrollo de la docencia. En el módulo, también se pretende fomentar el espíritu crítico, perder el miedo a la intervención oral para facilitar la expresión de las propias ideas, incrementar el trabajo en equipo.

El sistema de evaluación de la asignatura contará, pues, con diversos ítems:

- Asistencia a las clases: 25%. Se pasará una lista de firmas cada día de clase. Si un estudiante no asiste a alguna sesión ha de justificar el motivo. Hay que asistir obligatoriamente a un 80% de las sesiones si se quiere tener esta parte aprobada.
- Participación activa en los debates, ejercicios y resúmenes de los temas que se susciten en el aula: 25%. Significa que todos los estudiantes han de participar en los debates y/o ejercicios que se harán cada día de clase. Uno o dos estudiantes harán, de cada sesión, un resumen de las principales ideas surgidas en los debates, o resultados de los ejercicios. Estos resúmenes se colgarán en el campus virtual para que sirvan como material de aprendizaje para todos los estudiantes. Todos los estudiantes matriculados participarán en la realización de uno o más de estos resúmenes. Hay que participar en el 80% de las sesiones (debates y ejercicios) para aprobar esta parte.
- Participación activa en los fórum que se establecerán en Campus Virtual sobre cada uno de los temas de la guía docente: 10%. La docente planteará un tema de debate a partir de lo que se haya explicado en clase. Todos los estudiantes deberán hacer, por lo menos, una intervención sobre este tema, de no menos de 15 líneas. Esta intervención deberá realizarse en el período de una semana que va entre dos sesiones de clase.
- Realización de un trabajo de curso sobre uno de los temas planteados en el temario, adecuado a los intereses del estudiante, y posterior presentación en el aula. Por ejemplo: Sobre el tema de Medios de comunicación: "El uso de las webs por parte de los diarios españoles: ¿qué aportan de nuevo al periodismo?". Este trabajo se discutirá previamente con la profesora, quién tutorizará su planteamiento y exposición. El trabajo también deberá contar con una versión escrita que se entregará a la profesora. En clase se detallará cómo ha de realizarse este trabajo, aunque las normas estarán colgadas en el campus virtual y se adjuntan como anexo a esta guía: 40%. Se aprueba a partir de 5 puntos sobre 10. Hay una doble puntuación: texto escrito y presentación oral. No se prevé recuperación, puesto que el trabajo ha de estar tutorizado a lo largo del semestre para asegurar que se hará correctamente.

Para aprobar la asignatura es necesario que cada uno de los apartados de que consta la evaluación, haya sido aprobado con un mínimo de 5 puntos.

A lo largo de todo el curso habrá sesiones de tutoría para los estudiantes, de tal manera que se pueda hacer un seguimiento personalizado de su evolución en el módulo. Habrá sesiones especiales una vez publicadas las calificaciones para que los estudiantes puedan ver dónde están sus errores.

Se calificará como No Presentado, al estudiante que no haya realizado el trabajo de curso, ni haya asistido y participado en el 50% de las clases.

A lo largo del semestre, por tanto, el estudiante deberá participar en:

- Realización y presentación del trabajo del módulo: 40%
- Asistencia a las clases presenciales: 25%
- Participación y realización de los ejercicios de aula: 25%
- Participación en el Fórum del módulo: 10%

Para calificar sus conocimientos y adquisición de competencias se contará, como mínimo con:

- El trabajo de curso y el material de apoyo para la presentación oral
- El resumen de uno de los debates hechos en clase
- Sus intervenciones escritas en el fórum (una por tema)
- Su participación en los debates y ejercicios de clase, que la docente puntuará.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Assistència a les classes de teoria	25%	28	1,12	3, 6, 7, 8, 9, 11
Participació activa als debats, exercicis i resums	25%	14	0,56	2, 3, 6, 7, 8, 10, 11
Participació activa als forums virtuals	10%	14	0,56	2, 3, 6, 7, 8, 9, 10
Realització del treball de curs	40%	44	1,76	2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10

Bibliografia

Arco, Javier del (2004). Elementos de ética para la sociedad red. Madrid: Dykinson. 860 págs.

Barrera, Albino (2007). Globalization and economic ethics [recurso electronic]: distributive justice in the knowledge economy. New York: MacMillan. <http://site.ebrary.com/lib/cbuc/docDetail.action?docID=10265144>

Campos, Francisco (coord) (2011). El nuevo escenario mediático. Sevilla: Comunicación Social. 313 págs. (Periodística; 44)

Carbonell, Josep M. (2012). El futuro de la comunicación: redes, medios y poder. Barcelona: Ediciones UOC. 260 págs. (Comunicación; 233).

Carton, Michel; Meyer, Jean Baptiste (dirs) (2006). La société des savoirs: trompe-l'oeil ou perspectives?. Paris, Harmattan. 323 págs.

Castells, Manuel (2009). Comunicació i poder. Barcelona, Editorial UOC. (Comunicació, 14). 790 págs.

Champeau, Serge; Innerarity, Daniel (comp) (2012). Internet y el future de la democracia. Barcelona: Paidós. 234 págs.

Charros, Diego de (2006). Redes, burbujas y promesas. Algunas reflexiones críticas acerca del proyecto sociedad de la información y la nueva economía. Buenos Aires: Prometeo Libros. 131 págs.

Cohen, Saide; Rutsky, R.L. (eds) (2005). Consumption in an age of information. Oxford: Berg.

Hall, Peter G. (2009). La civilització urbana europea en un mónvirtual = Europe's urban civilisation in a virtual world. Barcelona: Centre de Cultura Contemporània de Barcelona. 80 págs. (Breus CCCB; 27)

Innerarity, Daniel (2010). Incertesa i creativitat: educar per a la societat del coneixement. Barcelona: Fundació Jaume Bofill. 39 págs. (Debats d'Educació; 18)

Jenkins, Henry; Thorburn, David (eds). (2003). Democracy and the new media. Cambridge: MIT Press. 385 págs.

Journal of information, communication and ethics in society. London: Troubador Publishing, 2003 -.

<http://www.emeraldinsight.com/products/journals/journals.htm?id=jices>

Kidd, Terry; Chen, Irene L. (eds) (2008). Social information technology [recurso electrónico]: connecting society and cultural issues. Hershey: Information Science Reference.

Loader, Brian (ed) (2012). Young citizens in the digital age: political engagement, young people and new media. London: Routledge. 213 pág.

Moragas, Miquel de (ed) (2012). La comunicación: de los orígenes a Internet. Barcelona: Gedisa. 222 pág.

Observatori de mercats exteriors (coord.) (2008). El sector quinari: més enllà de les indústries creatives. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament d'Innovació, Universitats i Empresa. 151 pág.

ROE (Reunión de ovejas electrónicas) (2006). Ciberactivismo: sobre usos políticos y sociedad de la red. Barcelona: Vinis. 313 pág.

Soete, Luc; Ter Weel, Bas (eds) (2005). The economics of the digital society. Cheltenham: Edward Elgar.

Sunstein, Cass R. (2007). Republic.com 2.0. Princeton: Princeton University Press. 251 pág.

Sunstein, Cass R. (2010). Rumorología: cómo se difunden las falsedades, por qué nos las creemos y qué se puede hacer contra ellas. Barcelona: Debate. 139 pág.

Vilches, Lorenzo et al. (2009). Mercados globales, historias nacionales. Barcelona: Gedisa. 203 pág. (Estudios de Televisión; 28)

Vilches, Lorenzo (coor) (2011). La investigación en comunicación: de los orígenes a Internet. Barcelona: Gedisa. 222 pág.