

Sociologia de la comunicació

Codi: 101137

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2500262 Sociologia	OT	4	0

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: Salvador Cardús Ros

Correu electrònic: Salvador.Cardus@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: català (cat)

Grup íntegre en anglès: No

Grup íntegre en català: Sí

Grup íntegre en espanyol: No

Altres indicacions sobre les llengües

Es proporcionen les lectures obligatòries en llengües que conegui l'estudiant

Prerequisits

No hi ha prerequisits a considerar

Objectius

El curs de Sociologia de la Comunicació combina diversos objectius. En el pla teòric, proposa introduir l'estudiant en les principals teories de la comunicació. En el pla de l'anàlisi de la realitat, s'estudia el paper i la lògica social dels principals mitjans de comunicació de massa i de les xarxes socials. Finalment es descriu breument les característiques de l'espai català de comunicació. Però també, en un pla pràctic, es farà el Pla de Comunicació d'una institució real.

En definitiva, la introducció a les teories s'orienta a la posterior reflexió sobre la importància social dels mass media i les xarxes, i tot conflueix en una anàlisi de l'entorn més immediat, posant un èmfasi particular en el paper de la premsa, la televisió i les xarxes socials. I tot l'après es posa al servei d'un treball pràctic de gestió comunicativa.

Competències

- Analitzar problemes derivats de l'aplicació de polítiques públiques i de situacions de conflicte reconeixent la complexitat dels fenòmens socials i de les decisions polítiques que afecten la democràcia, els drets humans, la justícia social i el desenvolupament sostenible.
- Aplicar els conceptes i els enfocaments de la teoria sociològica, especialment les explicacions de les desigualtats socials entre classes, entre gèneres i entre grups ètnics, a la posada en pràctica de les polítiques públiques i a la resolució de les situacions de conflicte.
- Avaluar la qualitat del propi treball.

- Avaluar les aportacions dels enfocaments sociològics a l'estudi de la cultura, l'educació, la interacció entre societat i medi ambient, la política social i el treball.
- Buscar fonts documentals a partir de conceptes.
- Comunicar de manera efectiva, mitjançant un nivell bàsic de llengua anglesa, les anàlisis bàsiques dels fenòmens socials.
- Demostrar que es comprenen els enfocaments de la teoria sociològica, així com els diversos vessants, interpretacions i el context històric.
- Descriure els fenòmens socials de manera teòricament rellevant i tenint en compte la complexitat dels factors implicats, de les seves causes i dels seus efectes.
- Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en les llengües pròpies com en una tercera llengua.
- Gestionar el propi temps: planificar l'estudi propi, gestionar la relació amb un tutor o tutora o un assessor o assessora, i establir i complir els terminis adequats per a un projecte de treball.
- Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.

Resultats d'aprenentatge

1. Avaluar la qualitat del propi treball.
2. Buscar fonts documentals a partir de conceptes.
3. Comparar els diferents enfocaments teòrics sobre la cultura.
4. Comparar la lectura dels fenòmens culturals des de diferents ideologies presents en la realitat social d'Espanya i de Catalunya.
5. Comunicar de manera efectiva, mitjançant un nivell bàsic de llengua anglesa, les anàlisis bàsiques dels fenòmens socials.
6. Definir els conceptes sociològics que interpreten els fenòmens culturals.
7. Definir els fenòmens socials subjacents a les polítiques i els conflictes culturals.
8. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
9. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en les llengües pròpies com en una tercera llengua.
10. Discriminar les explicacions de les desigualtats culturals entre classes, entre gèneres i entre grups ètnics que aquests actors donen per descomptades.
11. Distingir els conceptes sociològics sobre la cultura que adopten els actors implicats en aquestes polítiques i conflictes.
12. Distingir els conceptes sociològics, així com els mètodes i les tècniques de recerca social comunament utilitzats per analitzar la cultura.
13. Explicar les interpretacions socials de la cultura d'acord amb aquests enfocaments.
14. Expressar els debats al voltant d'aquests enfocaments, pel que fa a la cultura.
15. Gestionar el propi temps: planificar l'estudi propi, gestionar la relació amb un tutor o tutora o un assessor o assessora, i establir i complir els terminis adequats per a un projecte de treball.
16. Relacionar els conceptes, els mètodes i les tècniques utilitzats per analitzar la cultura amb els debats teòrics i metodològics generals.
17. Relacionar els debats entorn d'aquests enfocaments, referits a la cultura, amb el context històric en el qual han sorgit.
18. Relacionar els enfocaments teòrics amb els debats sobre l'ordre social i l'acció.
19. Relacionar les explicacions de les desigualtats culturals amb els debats teòrics i metodològics generals.
20. Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.

Continguts

Classes teòriques

Les teories de la comunicació

1. Comunicar
2. Antecedents europeus. Xarxes i multituds
3. L'Escola de Chicago. De la massa al públic

4. *La Mass Communication Research*. Guerra, indústria, cohesió social
5. La Teoria Crítica. La comunicació com a mercaderia
6. L'Escola de Palo Alto. Tot comunica
7. L'Estructuralisme i els Cultural Studies. La semiologia i les cultures populars

Sociologia dels mitjans de comunicació de massa

1. Mitjans de comunicació i construcció social de la realitat
2. Premsa i poder
3. La televisió. Mediafòbia i ordre social
4. Xarxes socials. Fragmentació i complexitat

Els usos de la comunicació

1. L'espai català de comunicació. Els MCM als Països Catalans

Classes pràctiques

- A. Què és un Pla de Comunicació
- B. El llenguatge corporal
- C. La fabricació de l'opinió pública.
- D. L'espiral del silenci
- E. El debat sobre la postveritat i les fakenews
- F. Les sèries televisives.
- G. L'ús de les xarxes socials i els Big Data
- H. Què és l'*storytelling*?
- I. La dieta mediàtica dels joves

Metodologia

El curs es desenvolupa a través d'unes classes teòriques, amb el suport d'uns textos de referència que s'aniran publicant a través de l'Aula Moodle. Les classes teòriques inclouran discussions a l'aula, afavorint des del primer moment una dinàmica participativa, però també amb l'objectiu d'aprendre a utilitzar el sistema conceptual que se'n derivarà. Aquestes classes estaran complementades amb un seminari setmanal en el qual es faran exercicis i debats de caràcter aplicat a la realitat més immediata de l'estudiant. El treball de seminari s'organitzarà en funció del nombre d'estudiants per tal de garantir que es compleixin els seus objectius. Hi haurà exercicis escrits breus i exposicions orals. Es valorarà molt especialment la correcció comunicativa formal. És el treball i la presència als seminaris allò que permetrà fer una avaluació continuada correcta.

L'Aula Moodle, a més, permetrà una interacció regular amb l'estudiant, tant del seu treball a l'aula com del seu treball autònom, amb la dinamització de fòrums de discussió i amb l'aportació de documents d'actualitat no previstos a la bibliografia general. És important assenyalar que la utilització d'aquesta eina digital també permet fer reajustaments sobre el programa en funció d'incidències no previstes i que esdevé, per tant, el punt de referència per a la bona organització i seguiment del curs.

S'exigeix, a més, la lectura d'un llibre complet sobre un aspecte de la comunicació social. El programa fa uns suggeriments que, tanmateix, poden ser ampliat en funció dels interessos de l'estudiant.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Sessions de presentació dels temes del curs	26	1,04	
Tipus: Supervisades			
Revisió individualitzada del portafoli de treballs realitzats	8	0,32	
Sessions de seminari	13	0,52	
Treball de grup derivats dels seminaris	13	0,52	
Tipus: Autònomes			
Crítica d'una lectura completa recomanada	12	0,48	
Estudi i lectura dels textos dels temes del curs	58	2,32	

Avaluació

L'avaluació del curs es de tipus continuat, fet que implica l'assistència regular a classe -que serà controlada regularment- i la realització dels exercicis proposats al seminari que constituïran el portafoli del curs. Els treballs es podran tornar a presentar revisats tantes vegades com es vulgui, i cada vegada seran retornats corregits. Caldrà haver passat els controls d'assistència i haver lliurat els treballs proposats per poder aprovar aquesta part de l'avaluació, el valor de la qual és d'un 40 per cent del total. Un altre 40 per cent s'obté d'un examen final al qual s'ha de presentar tothom obligatòriament i que correspon a la primera part del curs, relacionada amb el coneixement de les teories de la comunicació. Finalment, el comentari crític de la lectura d'un llibre complet completarà la nota amb el 20 per cent restant. Cal aprovar cada part per separat, i es tindrà la possibilitat d'una avaluació de recuperació.

Dels exercicis pràctics s'avaluarà tant el contingut com les habilitats acadèmiques formals (escriptura, presentació, citacions, elaboració d'índexs, capacitats de comunicació oral, etc.), atenent molt especialment l'evolució positiva al llarg del curs. Per aquesta raó, tots els treballs es guardaran al portafoli, fins i tot els revisats i corregits. El portafoli es lliurarà el darrer dia de classe de manera inexcusable amb tots els treballs.

D'acord amb l'article 117.2 de la Normativa acadèmica de la UAB, l'avaluació de l'alumnat repetidor podrà consistir en una sola prova de síntesi. L'alumnat repetidor que es vulgui acollir a aquesta possibilitat, caldrà que es posi en contacte amb el professorat a principi de curs.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
1. Realització d'un Pla de Comunicació d'una organització	40 per cent	14	0,56	1, 2, 4, 5, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16, 20
2. Comentari crític sobre les lectures recomanades	20 per cent	4	0,16	1, 2, 7, 8, 13, 14, 15, 17, 18, 20
3. Examen escrit sobre les teories de la comunicació	40 per cent	2	0,08	1, 3, 6, 7, 8, 9, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19

Bibliografia

Lectura per preparar la primera part del curs

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

Lectura obligatòria a escollir entre aquests títols

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

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

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

Johnson, Steven. *Si és dolent t'ho recomano*. Barcelona: Ed. La Campana, 2009

Postman, Neil. *Divertim-nos fins a morir. El discurs públic a l'època del "show-business"*. Barcelona: Llibres de l'índex, 1993. (*Amusing Ourselves to Death*. Nova York, Viking Penguin, 1985)

Enllaços per orientar el Pla de Comunicació

<http://www.navarra.es/NR/rdonlyres/5FBD54A1-D7CF-4EAF-9EC3-43AD2FCD3A9E/0/Guiaparaelaborarunpland>

http://cristinaaced.com/pdf/planComunicacion_BIC%20Galicia.pdf

<http://www.slideshare.net/rafamartin3/plan-de-comunicacion-11480260>

<http://www.slideshare.net/iwith/cmo-mejorar-e-incrementar-nuestra-presencia-en-los-medios-de-comunicacin-gua>

http://www.comunicacionparaeldesarrollo.org/media/uploads/cyclope_old/adjuntos/MANUALestrategiasdecomun

<http://www.slideshare.net/rafamartin3/claves-plan-comunicacion>

<http://www.slideshare.net/lenetourn/comunicacin-corporativa-para-pymes>

<http://comunicate.wordpress.com/2007/11/25/como-crear-un-plan-de-comunicacion-ejemplos-practicos-estrategi>

http://www.unedpontevedra.com/archivos_publicos/qweb_paginas/5310/plandecomunicacioncapontevedra.pdf

http://www.solucionesong.org/img/foros/4c8ddf9bb43a2/Elaboracion_plan_de_comunicacion_PPVE.pdf

<http://clippingrrpp.com/como-hacer-un-plan-de-comunicacion/#.UyGGkc6oGgp>

Bibliografia complementària

Primera part

Bourdieu, Pierre. "L'opinion publique n'existe pas" a *Questions de sociologie*. Paris. Ed. Minuit, 1988. Ed. esp: [*Cuestiones de sociología*](#). Madrid. Istmo, 2000

FarréComa, Jordi. *Invitació a la teoria de la comunicació*. Valls. Cossetània, 2005

Hall, Edward T. *La Dimensión oculta*. Méxic, Siglo Veintiuno, 1987

[Hall, Edward T. *El lenguaje silencioso*](#). Madrid : Alianza, 1989

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

Winkin, Yves. "Presentación general" a Bateson, Goffman, Hall et. al. *La nueva comunicación*. Barcelona, Kairós, 1984, pp. 11-113.

Segona part

Bezúnartea, Ofa et al. *La prensa y los electores. El mito de la influencia*. Euskal Herriko Unibertsitatea. Bilbao, 2000

Blain, Neil; Boyle, Raymond & O'Donnell, Hugh. *Sport and National Identity in the European Media*. Leicester. Ceicester University Press, 1993

Borrat, Héctor. *El periódico, actor político*. Barcelona. Gustavo Gili, 1989

Boyd, Dannah. *It's complicated. The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press, 2015

Cardús, Salvador. "En defensa de la televisió: la realitat virtuosa" a *Trípodos*, 6 (1998) pp. 31-44

Cardús, Salvador "Els mitjans de comunicació i els conflictes de mercat" a *Actes del II Congrés Català de Sociologia*. Barcelona, Societat Catalana de Sociologia, pàg. 1017-1034

Cardús, Salvador *The Circulation of Daily Newspapers in the Catalan-speaking areas between 1976 and 1996*. The Anglo-Catalan Society, 1999

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

Castells, Manuel. *La galàxia Internet. Reflexions sobre Internet, empresa i societat*. Barcelona. Rosa dels Vents, 2002. Ed. Espanyola: Barcelona. Plaza y Janés, 2001.

Champagne, Patrick. *Faire l'opinion*. París. Seuil

Chomsky, Noam. *Las ilusiones necesarias*. Libertarias/Prodhuvi, 1992

Ferrés, Joan. *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona. Paidós, 1986

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

Lippman, W. *Public opinion*. Londres. Allen & Unwin, 1932

O'Donnell, Hugh. *Good Times, Bad Times. Soap operas and society in western Europe*. Londres. Leicester University Press, 1998

Peralta, Miquel. *Teleinformatius. La transmissió informativa d'actualitat*. Barcelona. Trípodos, 2005

Sartori, Giovanni. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid, Taurus, 1998

Tusón, Jesús. *Com és que ens entenem? (si és que ens entenem)*. Barcelona. Empúries, 1999

Vázquez Montalbán, Manuel. *Informe sobre la información*. Barcelona. Ed. Fontanella, 1975

Weber, Max. "Para una sociología de la prensa" a *REIS* núm. 57, 1992 (251-259)

Revistes

Trípodos

Anàlisis

Capçalera

Comunicació21.

TreballsdeComunicació. Societat Catalana de Comunicació (IEC)

Webs

Blocs sobre xarxes:

<https://fnunezmosteo.wordpress.com>

Crítica informativa:

www.fair.org

www.medialens.org

Estudi i educació en mitjans:

<http://incom.uab.cat>

www.portalcomunicacio.com

www.aulamedia.org

Organismes control:

<https://fcic.periodistes.cat>