

Titulació	Tipus	Curs
2500262 Sociologia	OT	4

Professor/a de contacte

Nom: Dafne Muntanyola Saura

Correu electrònic: dafne.muntanyola@uab.cat

Idiomes dels grups

Podeu consultar aquesta informació al [final](#) del document.

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 les xarxes socials i dels continguts audiovisuals. 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	LECTURES/TALLERS
Continguts, calendari, avaluació. Comunicar en la quotidianitat	Taller speed conversation (Garfinkel)
Oposició o juxtaposició dels mitjans de comunicació?	Postman (1990) El mitjà és la metàfora Taller The Media is the Message McLuhan & Fiore (1967)
A. Què és un Pla de Comunicació	Convidat: Salvador Cardús

I. Antecedents europeus. Xarxes i multituds	Freud (1921) Psicologia de grup i l'anàlisi de ego
II. L'Escola de Chicago. De la massa al públic	
III. La Mass Communication Research. Guerra, indústria, cohesió social	Mattelart & Matteart (1997). Los Empirismos del Nuevo Mundo
IV. La Teoria Crítica. La comunicació com a mercaderia	
B. La comunicació de la cultura	Eco (1968) Apocalíptics vs Integrats
V. L'Estructuralisme i la semiologia	
C. La comunicació de l'art	Benjamin (1936) L'obra d'art en l'època de la reproductibilitat tècnica
VI. L'Escola de Palo Alto. Tot comunica	
D. La multimodalitat comunicativa	Taller de ciència cognitiva
E. La fabricació de l'opinió pública	Taller espiral del silenci
1. Manipulació i Poder	Video sense ficció taller Chomsky
2. Dilemes ètics de la IA generativa: privacitat, biaxos, control	Taller IA
VII. Els Cultural Studies i la fenomenologia social. La intersubjectivitat	Joan P. Emerson (1970) Behavior in Private Places
3. Recerca en mitjans digitals: plataformes i xarxes socials.	Convidat: Adrian Padilla (ComunicacióUAB)
VIII. La societat xarxa. Fragmentació i complexitat	Rius-Ulldemolins i Pecourt (2021) Digitalización de la sociedad, creatividad y nuevas prácticas culturales
4. Ciència i pseudociència	Taller: El debat sobre la postveritat
G. Narratives mediàtiques: El canvi climàtic i les seves metàfores	Convidat Pep Espluga (Sociologia UAB)
Sociologia visual (II): anàlisi sociològica	Taller de Fotografia participativa
H. La gestió i la comunicació cultural als Països Catalans.	Convidat CAC
Esborrany plans de comunicació	

Activitats formatives i Metodologia

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			
Estudi i lectura dels textos dels temes del curs	58	2,32	
Realització de preguntes crítiques	12	0,48	

El curs es desenvolupa a través d'unes classes teòriques, amb el suport d'uns textos de referència que estan a la bibliografia obligatòria de la guia docent. 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. Hi haurà exercicis escrits breus i exposicions orals. Es valorarà molt especialment la correcció comunicativa formal.

Nota: es reservaran 15 minuts d'una classe, dins del calendari establert pel centre/titulació, per a la complementació per part de l'alumnat de les enquestes d'avaluació de l'actuació del professorat i d'avaluació de l'assignatura/mòdul.

Avaluació

Activitats d'avaluació continuada

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

És el treball i la presència als seminaris amb les preguntes allò que permetrà fer una avaluació continuada correcta. L'avaluació continuada inclou la formulació de preguntes crítiques sobre les lectures obligatòries (20%), que acompanyen l'altre treball del curs, la realització del pla de comunicació (40%). Per fer el correcte seguiment d'aquest treball grupal es faran dues tutories grupals obligatòries que l'alumnat haurà de concertar amb la professora, la primera febrer-març i la segona a l'abril, i la realització de la presentació dels esborranys al maig.

Finalment, es preveu un examen sobre les lectures i el contingut de les classes (40%) on es demanarà la interpretació de textos i de dades vinculades a la comunicació. Cal presentar totes les evidències per fer l'avaluació continuada.

Els alumnes que triis l'avaluació única ho han de comunicar a la professora les primeres dues setmanes de curs, i lliuraran les preguntes crítiques (20%) i el pla de comunicació (40%) el mateix dia de l'examen (40%).

Bibliografia

BIBLIOGRAFIA BàSICA I OBLIGATÒRIA

1. Postman, Neil (1990) *El mitjà és la metàfora . a Divertim-nos fins a morir*. Barcelona: La Campana.
2. Freud, Sigmund (1921) *Group psychology and the analysis of the ego*. London: Penguin.
3. Mattelart, Armand & Mattelart, Michèle (1997) *La teoria de la informació en Historia de las teorías de la comunicación-* Barcelona: Paidós.
4. Eco, Umberto (1968/ 2006). *Introducció. Apocalípticos e integrados*. Barcelona: Tusquets.
5. Benjamin, Walter (1936/2021) *L'obra d'art en l'època de la reproductibilitat tècnica*. Barcelona: Edicions de la L Geminada.
6. Joan P. Emerson (1970) *Behavior in Private Places*. O'Brien, J. *The Production of Reality*. London: SAGE.
7. Rius-Ulldemolins, Quim i Pecourt, Juan (2021) *Digitalización de la sociedad, creatividad y nuevas prácticas culturales. La sociología de la cultura en la era digital*. Universitat de València PUV.

Lectura recomanada per preparar la primera part del curs

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

Lectures recomanades

Sobre els media

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)

Sobre sociologia visual:

Banks, Marcus (2005). *Visual Methods in Social Research*. London: Sage.

Benjamin, Walter. (1936/2021). *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*. Barcelona: Edicions 62. *La obra de arte en su época de reproductibilidad técnica*. Madrid: Alianza.

Becker, Howard. S. (2005). Visual sociology, documentary photography, and photojournalism: It's (almost) all a matter of context. In *Image-based research* (pp. 84-96). Routledge.

Boudieu, Pierre & Bourdieu, Marie-Claire. (1965/2004). The peasant and photography. *Ethnography*, 5(4): 601-616.

Bourdieu, P. (1965/2003) *Un arte medio*. Barcelona: Gustavo Gili.

Delgado, Melvin. (2015) *Urban Youth and Photovoice: Visual Ethnography in Action*. Oxford University Press.

Evans, Jessica & Hall, Stuart. (Eds). (2005). *Visual Culture: the reader*. London: Sage.

Harper, Douglas. (2002). Talking About Pictures: a Case for Photo Elicitation. *Visual studies* 17.1 (2002): 13-26.

Harper, Douglas. (2012). *Visual Sociology*. Chicago University Press.

Lozowy, Andriko, Rob Shields, and Sara Dorow (2013). "Where Is Fort McMurray? The Camera as a Tool for Assembling 'Community.'" *Canadian journal of sociology* 38.2: 191-210.

Maresca, Sylvain y Meyer, Michaël (2015). *Compendio de fotografia para uso de sociólogos*. Edicions Bellaterra.

Mitchell, Claudia. (2011) *Doing Visual Research*. London: Sage.

Muntanyola-Saura, Dafne. (2017). El video y la danza: cómo la etnografía audiovisual modifica la mirada sociológica. Dossier "Las razones y las Emociones de las Imágenes" / Dossiê "As razões e as emoções das imagens". *RBSE Revista Brasileira de Sociologia da Emoção*, 16-47: 57-74.

Muntanyola-Saura, D. 2012. "Expert Knowledge and Video-aided Ethnography a Methodological Account." *Révue de Synthèse* 133 (1): 75-100.

Mok, T.M., Cornish, F. & Tarr, J. (2015). Too Much Information: Visual Research Ethics in the Age of Wearable Cameras. *Integr. psych. behav.* 49, 309-322 <https://doi-org.are.uab.cat/10.1007/s12124-014-9289-8>

Mylne, E.J., Mitchell, Claudia & Naydene deLange. *Handbook of Participatory Video*. Toronto: Altamira Press

Pink, Sarah. (2013). *Doing Visual Ethnography*. SAGE: London.

Rosenblum, Barbara. (1978). *Photographers at Work. A Sociology of Photographic Analysis*. New York: Holmes & Meier.

Sontag, Susan. (2019) *Sobre la fotografía*. Barcelona: Arcadia Edicions. (1977) *On Photography*. New York: Pinguin Books.

Journals:

[Visual Studies](#)

[Yearbook of Moving Images Studies](#)

[Journal of Visual Culture](#)

[Visual Methodologies](#)

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-gu>

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

Bezunartea, 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.

Treballs de Comunicació. 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:

Programari

Qualsevol processador de textos

Llista d'idiomes

Nom	Grup	Idioma	Semestre	Torn
(PAUL) Pràctiques d'aula	51	Català	segon quadrimestre	tarda
(TE) Teoria	51	Català	segon quadrimestre	tarda