

Titulación	Tipo	Curso
2500262 Sociología	OT	4

## Contacto

Nombre: Dafne Muntanyola Saura

Correo electrónico: dafne.muntanyola@uab.cat

## Idiomas de los grupos

Puede consultar esta información al [final](#) del documento.

## Prerrequisitos

No hay prerrequisitos

## Objetivos y contextualización

El curso de Sociología de la Comunicación resulta de una combinación de objetivos diversos convergentes. En el plano teórico, se propone introducir al estudiante en las principales teorías de la comunicación. En el plano del análisis de la realidad, se estudiará el papel y la lógica social de los principales medios de comunicación de masas, las redes sociales. Finalmente, se describirá brevemente las características del espacio catalán de comunicación. Asimismo, en el plano aplicado, se aprenderá a hacer -y se hará- un Plan de Comunicación de una institución real.

En definitiva, la introducción a las teorías se orienta a la posterior reflexión sobre la importancia social de los mass media y las redes sociales, y en su conjunto, confluye en un análisis del entorno inmediato, poniendo el énfasis en el papel de las la redes sociales y de lo audiovisual.

## Competencias

- Analizar problemas derivados de la aplicación de políticas públicas y de situaciones de conflicto reconociendo la complejidad de los fenómenos sociales y de las decisiones políticas que afectan a la democracia, los derechos humanos, la justicia social y al desarrollo sostenible.
- Aplicar los conceptos y enfoques de la teoría sociológica, especialmente las explicaciones de las desigualdades sociales entre clases, entre géneros y entre grupos étnicos, a la puesta en práctica de las políticas públicas y a la resolución de las situaciones de conflicto.
- Buscar fuentes documentales a partir de conceptos.
- Comunicar de manera efectiva, mediante un nivel básico de lengua inglesa, los análisis básicos de los fenómenos sociales.
- Demostrar que comprende los enfoques de la teoría sociológica en sus diversas vertientes, sus interpretaciones y su contexto histórico.
- Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
- Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en las lenguas propias como en una tercera lengua.

- Describir los fenómenos sociales de forma teóricamente relevante y teniendo en cuenta la complejidad de los factores implicados, de sus causas y de sus efectos.
- Evaluar la calidad del propio trabajo.
- Evaluar las aportaciones de los enfoques sociológicos al estudio de la cultura, la educación, la interacción entre sociedad y medio ambiente, la política social y el trabajo.
- Gestionar el propio tiempo, planificando el estudio propio, gestionando la relación con un tutor/a o asesor/a, así como estableciendo y cumpliendo los plazos adecuados para un proyecto de trabajo.
- Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.

## Resultados de aprendizaje

1. Buscar fuentes documentales a partir de conceptos.
2. Comparar la lectura de los fenómenos culturales desde distintas ideologías presentes en la realidad social de España y Cataluña.
3. Comparar los distintos enfoques teóricos sobre la cultura.
4. Comunicar de manera efectiva, mediante un nivel básico de lengua inglesa, los análisis básicos de los fenómenos sociales.
5. Definir los conceptos sociológicos que interpretan los fenómenos culturales.
6. Definir los fenómenos sociales subyacentes a las políticas y conflictos culturales.
7. Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
8. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en las lenguas propias como en una tercera lengua.
9. Discriminar las explicaciones de las desigualdades culturales entre clases, entre géneros y entre grupos étnicos que estos actores dan por descontadas.
10. Distinguir los conceptos sociológicos sobre la cultura que adoptan los actores implicados en estas políticas y conflictos.
11. Distinguir los conceptos sociológicos, así como los métodos y las técnicas de investigación social comúnmente utilizados para analizar la cultura.
12. Evaluar la calidad del propio trabajo.
13. Explicar las interpretaciones sociales de la cultura de acuerdo con estos enfoques.
14. Expresar los debates en torno a estos enfoques, referidos a la cultura.
15. Gestionar el propio tiempo, planificando el estudio propio, gestionando la relación con un tutor/a o asesor/a, así como estableciendo y cumpliendo los plazos adecuados para un proyecto de trabajo.
16. Relacionar las explicaciones de las desigualdades culturales con los debates teóricos y metodológicos generales.
17. Relacionar los conceptos, métodos y técnicas utilizados para analizar la cultura con los debates teóricos y metodológicos generales.
18. Relacionar los debates en torno a estos enfoques, referidos a la cultura, con el contexto histórico en que han surgido.
19. Relacionar los enfoques teóricos con los debates sobre el orden social y la acción.
20. Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.

## Contenido

CLASES	LECTURAS/TALLERES
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	

## Actividades formativas y Metodología

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
--------	-------	------	---------------------------

Tipo: Dirigidas

Sesiones de presentación de los temas del curso	26	1,04
Tipo: Supervisadas		
Revisión individualizada del portafolio de los trabajos realizados	8	0,32
Sesiones de seminario	13	0,52
Trabajo en grupo derivado de los seminarios	13	0,52
Tipo: Autónomas		
Estudio y lectura de los textos de los temas del curso	58	2,32
Formulación de preguntas críticas	12	0,48

El curso se desarrolla a través de unas clases teóricas, apoyadas por unos textos de referencia que están en la bibliografía obligatoria de la guía docente. Las clases teóricas incluirán discusiones en el aula, favoreciendo desde el primer momento una dinámica participativa, pero también con el objetivo de aprender a utilizar el sistema conceptual que se derivará. Estas clases estarán complementadas con un seminario semanal en el que se realizarán ejercicios y debates de carácter aplicado a la realidad más inmediata del estudiante. Habrá breves ejercicios escritos y exposiciones orales. Se valorará especialmente la corrección comunicativa formal.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

## Evaluación

### Actividades de evaluación continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
1. Realización de un Plan de Comunicación de una organización	40%	14	0,56	2, 8, 7, 9, 10, 11, 4, 17, 20, 1, 12, 15
2. Preguntas críticas sobre las lecturas	20%	4	0,16	6, 7, 13, 14, 18, 19, 20, 1, 12, 15
3. Examen escrito sobre las teorías de la comunicación	40%	2	0,08	3, 5, 6, 8, 7, 13, 14, 17, 18, 16, 19, 12, 15

Es el trabajo y la presencia en los seminarios y las cuestiones que se pueden corregir continuamente asesoramiento. Las continuas asesoramiento incluyen la formulación de críticas cuestiones sobre compulsory readings (20%), que acompañan a otros trabajos de curso, realización de la comunicación plan (40%). Paralelamente monitor esta group work, there will be two mandatory group tutorials that the students will have to arrange with the teachers, the first in February-March and the second in April, and the presentation of the drafts in May .

Paralelamente, hay que examinar en las readings y contener las clases (40%), where interpretación de textos y fecha de enlace con la comunicación se puede adquirir. Es necesario tener presente el evidencia para realizar la continua evaluación.

Los alumnos que escogen la vía de la evaluación única lo deben comunicar a la profesora en las dos primeras semanas del curso, y entregaran el plan de comunicación (40%) y las preguntas críticas (20%) el mismo día del examen final (40%).

## Bibliografía

### Bibliografía

Lectura per preparar la primera parte del curso

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

### BIBLIOGRAFIA BÀSICA y OBLIGATÒRIA

1. Postman, Neil (1990) *El mitjà és la metàfora . a Divertim-nos fins a mori*. 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 teories de la comunicació-* 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.

Sobre los 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 fotografía 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.ure.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](#)

Enlaces para orientar el Plan de Comunicación

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

[http://cristinaaced.com/pdf/planComunicacion\\_BIC%20Galicia.pdf](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.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.unedpontevedra.com/archivos_publicos/qweb_paginas/5310/plandecomunicacioncapontevedra.pdf)  
[http://www.solucionesong.org/img/foros/4c8ddf9bb43a2/Elaboracion\\_plan\\_de\\_comunicacion\\_PPVE.pdf](http://www.solucionesong.org/img/foros/4c8ddf9bb43a2/Elaboracion_plan_de_comunicacion_PPVE.pdf)  
<http://clippingrrpp.com/como-hacer-un-plan-de-comunicacion/#.UyGGkc6oGgp>

## Bibliografía complementaria

### Primera parte

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

Farré Coma, 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.

### Segunda parte

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, Hannah. *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/Prodhufl, 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)

Revistas

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](http://www.fair.org)

[www.medialens.org](http://www.medialens.org)

*Estudi i educació en mitjans:*

<http://incom.uab.cat>

[www.portalcomunicacio.com](http://www.portalcomunicacio.com)

[www.aulamedia.org](http://www.aulamedia.org)

*Organismes control:*

<https://fcic.periodistes.cat>

## Software

Cualquier procesador de textos

## Lista de idiomas

Nombre	Grupo	Idioma	Semestre	Turno
(PAUL) Prácticas de aula	51	Catalán	segundo cuatrimestre	tarde
(TE) Teoría	51	Catalán	segundo cuatrimestre	tarde

PROVISIONAL