

Plan 347 Master Oficial en comunicación con fines sociales: Estrategias y campañas.

Asignatura 51041 VALORES Y ESTILOS DE VIDA EN LA SOCIEDAD DEL S.XXI

Grupo 1

Presentación

La asignatura introduce al alumnado en el análisis sociológico de los valores y estilos de vida, como condicionantes de las actitudes y el comportamiento de los individuos. El centro de la reflexión es la relación entre sistema de valores, discursos y prácticas sociales; el objetivo final, el análisis crítico de la adecuación de las campañas de comunicación con fines sociales a esta relación, a partir del conocimiento de los principales debates teóricos y el manejo de las fuentes de información fundamentales sobre los valores y los estilos de vida.

Programa Básico

Objetivos

Los objetivos de la asignatura son:

- Capacitar a los estudiantes en la comprensión y el manejo de los conceptos de "sistema de valores" y "estilos de vida", tanto en su dimensión teórica, como en su operativización y aplicación.
- Proporcionar al alumnado un conocimiento básico del sistema de valores de la sociedad española, con especial referencia a los valores relativos a la igualdad de género y la convivencia intercultural.
- Analizar, desde la sociología, la aplicación del concepto de "estilos de vida" a la comprensión de las prácticas de riesgo en la población juvenil.
- Familiarizar a los estudiantes con las principales fuentes de información sobre la evolución de los valores y la opinión pública en los ámbitos de interés reseñados (Encuesta Mundial de Valores, Encuesta Europea de Valores, Encuesta Social Europea, Encuestas y Estudios del Centro de Investigaciones Sociológicas...)

Programa de Teoría

1. La perspectiva sociológica: valores, discursos y prácticas sociales.
2. Los valores sociales: concepto y tipologías.
3. La operativización y la medida de los valores sociales: las Encuestas de Valores.
4. Tendencias en el cambio de valores en España. El debate sobre la postmodernidad.
5. Igualdad de género: valores, discursos y prácticas.
6. De los valores sociales a los estilos de vida. Estilos de vida y edades sociales.
7. Jóvenes y estilos de vida. Valores y riesgos de los jóvenes urbanos.
8. La convivencia intercultural: valores, discursos y prácticas.

Programa Práctico

El trabajo práctico que se ha de realizar en el marco de esta asignatura tiene que ver con cuatro tareas fundamentales:

- El manejo de los cuestionarios de la Encuesta Mundial de Valores y de otras encuestas de valores que se realizan actualmente a nivel europeo y mundial.
- El análisis y discusión de textos seleccionados sobre los temas incluidos en el temario.
- El debate con los invitados que acudirán a disertar sobre distintos aspectos del mismo.
- El análisis crítico de campañas de comunicación con fines sociales relacionadas con los temas trabajados en la asignatura. Para ello es fundamental una tarea personal de investigación utilizando los recursos bibliográficos y

electrónicos facilitados en el programa.

Evaluación

La evaluación se realizará a partir de dos tareas:

1. Una síntesis y evaluación crítica de cada sesión, de no más de dos folios, en la que se recogerá: una breve reseña de los contenidos, la idea que personalmente más ha interesado y por qué, y una valoración crítica.

Este documento deberá entregarse el día 16 Enero de 2009, coincidiendo con la última sesión de la asignatura.

2. Un análisis crítico y sociológico de una campaña de comunicación con fines sociales centrada bien en la promoción de la igualdad de género (especialmente en el campo de la conciliación de la vida laboral y familiar), bien en la integración de inmigrantes o minorías étnicas, bien en la prevención de conductas de riesgo en el colectivo juvenil.

Este análisis, debe centrarse en la adecuación o inadecuación de la campaña (proponiendo en este caso, mejoras a la misma), teniendo en cuenta el marco social en el que se inscriben las actitudes o comportamientos que se pretenden cambiar o promover (discursos sociales que los sostienen, relaciones o procesos sociales que materializan e identidad social que, en su caso, expresan). La realización de este análisis exige una labor personal de exploración y búsqueda de información utilizando los recursos bibliográficos o electrónicos facilitados en la asignatura u otros.

El contenido de la campaña analizada puede abrirse a otros campos, en caso de que los intereses personales de trabajo e investigación se centren en otras temáticas (el campo de la ecología o el medioambiente, por ejemplo), aunque debe realizarse el mismo tipo de análisis.

Los trabajos se presentarán y debatirán en la sesión del día 16 de Enero de 2009.

Bibliografía
