



Actualizada 1 de abril, 2020. En rojo aparecen las modificaciones realizadas.

## Proyecto docente

|  |  |                      |                  |
|--|--|----------------------|------------------|
| <b>Asignatura</b>                              | Los Movimientos Sociales y redes sociales: trascendencia y dinámicas |                      |                  |
| <b>Materia</b>                                 |  |                      |                  |
| <b>Módulo</b>                                  | I.- Comunicación con fines sociales para el nuevo modelo de sociedad |                      |                  |
| <b>Titulación</b>                              | Master en Comunicación con Fines Sociales: Estrategias y Campañas    |                      |                  |
| <b>Plan</b>                                    | 515  | <b>Código</b>        | 53245            |
| <b>Periodo de impartición</b>                  | Segundo Cuatrimestre   | <b>Tipo/Carácter</b> | OB (Obligatoria) |
| <b>Nivel/Ciclo</b>                             | Postgrado/Master   | <b>Curso</b>         |                  |
| <b>Créditos ECTS</b>                           | 3  |                      |                  |
| <b>Lengua en que se imparte</b>                | Castellano   |                      |                  |
| <b>Profesor/es responsable/s</b>               | Manuel Montañés Serrano  |                      |                  |
| <b>Departamento(s)</b>                         | Sociología y Trabajo Social  |                      |                  |
| <b>Datos de contacto (E-mail, teléfono...)</b> | <a href="mailto:mms@soc.uva.es">mms@soc.uva.es</a><br>921112358      |                      |                  |



## 1. Situación / Sentido de la Asignatura

### 1.1 Contextualización

La materia forma parte del primer módulo del Master, cuyos objetivos son proporcionar al alumnado los conocimientos y habilidades básicas para diseñar estrategias y crear campañas de comunicación con fines sociales. Dentro de este módulo se abordan, por un lado, los fundamentos de la comunicación con fines sociales, y los factores sociales, psicosociales y educativos asociados a la misma; por otro, los ámbitos o contextos en los que encontramos de forma prioritaria tales acciones comunicativas (empresas, administraciones públicas y movimientos y redes sociales), así como las técnicas de investigación y las fuentes de información relevantes en este ámbito.

### 1.2 Relación con otras materias

Esta asignatura tiene un carácter transversal y, por consiguiente, se relaciona con todas las del Master, si bien, con las siguientes guardan una relación más estrecha: Comunicación y cambio social: modelos teóricos y experiencias prácticas; Valores y estilos de vida en la modernidad tardía; Técnicas de investigación y evaluación (control de resultados) para la comunicación con fines sociales; Marketing social en empresas, administraciones públicas y tercer sector. Asimismo, es de gran utilidad para el diseño y realización del TFM, bien cuando como objeto de estudio se considera algún MMSS o cuando es otra temática en la que se ha de tener en cuenta la incidencia de los MMSS.

### 1.3 Prerrequisitos

No se establecen requisitos previos, si bien, es recomendable contar con formación en Sociología, Ciencias Políticas, Antropología Social o/y Cultural, Psicología Social, Periodismo, Historia o Publicidad y Relaciones Públicas.

## 2. Competencias

### 2.1 Generales

- Capacidad reflexiva colectiva e individual sobre los Movimientos Sociales.
- Capacidad para conocer y analizar la estructura reticular de (y que articulan) los Movimientos Sociales.
- Capacidad para el análisis descriptivo, teórico y crítico de acciones sociales colectivas.
- Capacidad para estudiar la articulación de las redes sociales con los Movimientos Sociales, y viceversa.
- Capacidad para buscar y localizar información relevante relacionada con los Movimientos Sociales.
- Capacidad crítica sobre el papel que desempeñan los diferentes Movimientos Sociales en la formación de la opinión pública y en el cambio social.
- Capacidad crítica sobre el papel que los diferentes Movimientos sociales han desempeñado y desempeñan en la formación de la opinión pública y en el cambio social.

### 2.2 Específicas

- Capacitar para desarrollar campañas de comunicación en el ámbito de los Movimientos Sociales.
- Capacidad para observar, analizar y aplicar productivamente las acciones y actividades comunicativas que los MM SS ponen en práctica



- Capacidad creativa en el desarrollo de dispositivos comunicativos de acuerdo con las redes que articulan los MMSS.
- Capacidad para diseñar estrategias comunicativas sobre temas sociales en los que participan o/e inciden los MMSS.

### 3. Objetivos

- Lograr que se adquirieran los conceptos básicos sobre los MMSS, así como que se conozca la diversidad de los mismos.
- Propiciar la reflexión sobre la necesidad de conocer la estructura relacional de (y que articulan) los MMSS en el diseño de campañas de comunicación social.
- Lograr que se sepa contextualizar históricamente y socialmente los MMSS.
- Propiciar la reflexión sobre las redes, conjuntos de acción y grupos motores.
- Propiciar la reflexión sobre las redes telemáticas y su relación con los MMSS.
- Lograr que se conozcan y analicen las diversas acciones de los MMSS.
- Analizar campañas de comunicación de los MMSS.
- Propiciar la reflexión sobre la relación de las grandes teorías de la comunicación (en general y de los efectos de los *mass media*, en particular) con las teorías de las redes sociales, la cultura y la realidad social en el surgimiento, contenidos y acciones de los Movimientos Sociales.
- Aplicar herramientas y técnicas de investigación social en el conocimiento y análisis de los MMSS.
- Aprender a diseñar campañas de comunicación social al servicio de MMSS, entidades y organizaciones sociales.
- Aprender a elaborar estrategias comunicativas sobre temas sociales en los que participan MMSS y las redes de relaciones sociales que articulan (y los articulan).

### 4. Contenidos

Esta asignatura se articula de acuerdo con cinco grandes interrelacionados bloques. En el primero se exponen las teorías explicativas sobre las formas y actuaciones de los MMSS. En el segundo se muestran las cambiantes realidades de los MMSS, tanto en el caso español como en el ámbito internacional; el tercero da cuenta de las relaciones entre los MMSS y las redes de relaciones sociales, y en el quinto, y último bloque, se plantea las actuaciones de los MMSS y su relación con el campo de la comunicación, prestando especial atención a las técnicas e instrumentos de análisis e investigación con las que facilitar la elaboración de la estrategia a seguir en el diseño de campañas de comunicación para (y teniendo en cuenta) los MMSS y las redes de relaciones sociales que articulan (y se articulan en torno) a los mismos.

### 5. Métodos docentes y principios metodológicos

- 1.- Presentación de los conceptos y argumentos de carácter teórico, mediante la explicación y el debate de textos y resultados de investigación.
2. Análisis colectivo de campañas y estrategias de comunicación de MMSS.
- 3.- Actividades de carácter práctico en el aula **virtual**, mediante la discusión de materiales propios de la actividad comunicativa de los MMSS (campañas, recursos de creatividad, etc.) y el trabajo sobre proyectos prácticos.
- 4.- Diseño de muestras y sociogramas que articulan redes de relaciones respecto a los temas objetos de las campañas sociales
- 5.- Elaboración y discusión acerca de los proyectos del alumnado.

### 6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

|                    | Horas presenciales<br>(vía online,<br>por Skype) | Horas no presenciales | Horas de trabajo autónomo del<br>alumnos | Horas Totales |
|--------------------|--|-----------------------|--|---------------|
| Clases magistrales | 7  |                       |  | 7             |
| Clases prácticas   | 13   |                       |  | 13            |
| Seminarios         | 4  |                       |  | 4             |



|                             |           |           |           |           |
|-----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Exposiciones y debates      | 5         |           |           | 5         |
| Tutorías                    |           | 30        |           | 30        |
| Actividades no presenciales |           |           | 15        | 15        |
| Preparación de trabajos     |           |           |           |           |
| Otras actividades           |           |           |           |           |
| Evaluación                  | 1         |           |           | 1         |
|                             |           |           |           |           |
|                             |           |           |           |           |
| <b>TOTAL</b>                | <b>30</b> | <b>30</b> | <b>15</b> | <b>75</b> |

## 7. Sistema y características de la evaluación

| INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO  | PESO EN LA NOTA FINAL | OBSERVACIONES   |
|--|-----------------------|---|
| Participación, reflexión y debate sobre las lecturas propuestas        | 35%                   | Se enmarca en la evaluación continua, a tal fin se ha de asistir a todas las sesiones |
| Participación, reflexión y debate sobre campañas y estrategias de MMSS | 35%                   | Ídem  |
| <b>Presentación y defensa del Trabajo Grupal en el aula virtual</b>    | 20%                   | Ídem  |
| Propuestas e iniciativas del alumnado                                  | 10%                   | Ídem  |
| Examen <b>oral virtual</b>   | 100%                  | Para quienes no se acojan a la evaluación continua                                    |

### CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
  - Participación en la evaluación continua o examen
- **Convocatoria extraordinaria:**
  - Examen **oral virtual**

## 8. Consideraciones finales

El seguimiento del curso exige además de la asistencia virtual –vía Skype- ver la conferencia grabada e profeso para este curso, así como visitar los videos recomendados en la misma.

El enlace a la videoconferencia es el siguiente: <https://ilusionismosocial.org/course/view.php?id=45>

Las tutorías se realizan –vía online o telefónicamente- a petición del alumnado el día y a la hora que me le convenga.