

ESTRUCTURA, MARCOS Y MODELOS CULTURALES EN LA COMUNICACIÓN PÚBLICA: LOS CASOS DE LA ALIMENTACIÓN Y EL CAMBIO CLIMÁTICO

Curso 2016/2017

(Código:29903083)

1.PRESENTACIÓN

Nadie se comunica en el vacío. Cómo entendemos y cómo nos entienden depende de estructuras cognitivas previas, que "enmarcan" lo que nos decimos. Sin esos marcos y modelos culturales la comunicación no tiene sentido, pero con ellos la comunicación se complica mucho. En esta asignatura vamos a estudiar de forma práctica estos marcos y modelos, sus efectos e interacciones, a través de los rastros que dejan en los medios de comunicación y en nuestros discursos. Lo haremos con vocación de intervención práctica: trataremos a la vez de entender esos marcos y de proponer diseños de mensaje que puedan funcionar bien en esas condiciones.

2.CONTEXTUALIZACIÓN

Esta asignatura explora temas muy cercanos a la de "Retórica, comunicación y sociedad: metáfora y marcos cognitivos", aunque lo hará de manera más práctica y aplicada. Los métodos y conceptos que aplicaremos pueden usarse en muchos de los ámbitos analizados en el resto del Máster.

3.REQUISITOS PREVIOS RECOMENDABLES

Aunque no son obligados, serán muy útiles los conocimientos sobre antropología del lenguaje, retórica y sociología de la comunicación. Y en general, vale la pena entrenar nuestra atención y sensibilidad a la relación entre comunicación y cultura en la vida cotidiana, en la novela o en el cine.

4.RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los estudiantes sabrán que han alcanzado sus resultados de aprendizaje si al final de la asignatura pueden hacer lo siguiente:

- manejar con soltura los conceptos del análisis estratégico de marcos y modelos culturales, en especial las metáforas, componentes visuales, la "marisma" de los marcos preexistentes, y sus efectos en la comunicación pública
- entender las consecuencias de la selección de marcos para nuestros mensajes
- identificar modelos culturales positivos y negativos a través de entrevistas en profundidad



- diseñar, generar y evaluar mensajes exitosos para la comunicación pública a partir del análisis estratégico de marcos y modelos culturales

5.CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

- ¿Qué son los "marcos"? Desde Goffman hasta ahora.
- ¿Qué son los modelos culturales? ¿En qué contextos se emplean? ¿Son coherentes entre sí?
- ¿Cómo detectarlos a través de lo que decimos y lo que dicen los medios?
- ¿Qué papel juegan las metáforas y otras figuras lingüísticas, las imágenes, las omisiones?
- ¿Hay marcos específicos en el caso de la ciencia y la tecnología? ¿Cuáles son?
- Estudio de caso: la "crisis del pepino".
- Estudio de caso: el cambio climático y el "negacionismo cotidiano por omisión".

6.EQUIPO DOCENTE

- [EMILIO LUQUE PULGAR](#)

7.METODOLOGÍA

Se aprende a hacer haciendo. También a hacer análisis de problemas sociales desde la perspectiva de los marcos culturales. Así que haremos, en grupos (cuyo tamaño variará dependiendo de los alumnos que escojan la asignatura) análisis prácticos, que incluirán la realización de entrevistas en profundidad.

Hasta ahora hemos estudiado, por elección consensuada de los alumnos, el nuevo y viejo sindicalismo, y cómo entender y superar las resistencias a la implantación de un "impuesto al carbono".

8.BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Comentarios y anexos:

No emplearemos un texto básico, sino textos breves (y gratuitos). En especial, emplearemos los informes del Frameworks Institute. Estos textos estarán disponibles en el curso virtual.

9.BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

ISBN(13): 9788437606330
 Título: METÁFORAS DE LA VIDA COTIDIANA (6)
 Autor/es: Johnson, Mark ; Lacokff, George ;
 Editorial: CATEDRA

Buscarlo en librería virtual UNED

Buscarlo en bibliotecas UNED

Buscarlo en la Biblioteca de Educación

Buscarlo en Catálogo del Patrimonio Bibliográfico



10.RECURSOS DE APOYO AL ESTUDIO

El apartado de esta asignatura en el curso virtual del Máster contendrá recursos de apoyo de todo tipo, especialmente tutoriales multimedia sobre la realización concreta de las tareas prácticas.

11.TUTORIZACIÓN Y SEGUIMIENTO

La tutorización y seguimiento de la asignatura se llevará a cabo por parte del equipo docente de la Sede Central.

El equipo docente de la asignatura pertenece al Departamento de Sociología II (Estructura Social), de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología de la UNED.

El profesor responsable de la asignatura es:

Emilio Luque Pulgar

Correo electrónico: eluque@poli.uned.es

Teléfono: 91 398 83 54

Horarios de tutoría:

Lunes de 10 a 14 y de 16 a 20, miércoles de 10 a 14.

12.EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

La calificación se realizará a partir de los trabajos prácticos realizados en grupo, a partir de su calidad, esfuerzo y aplicación de los conceptos. Si el alumno no participara en este trabajo en el semestre correspondiente, su única opción para obtener una calificación positiva será desarrollar, de forma individual, un trabajo práctico similar, sin seguimiento pormenorizado, que sería entregado y evaluado en la convocatoria de septiembre.

13.COLABORADORES DOCENTES

Véase equipo docente.

