

SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN

PROFESORA: MARÍA TRINIDAD BRETONES

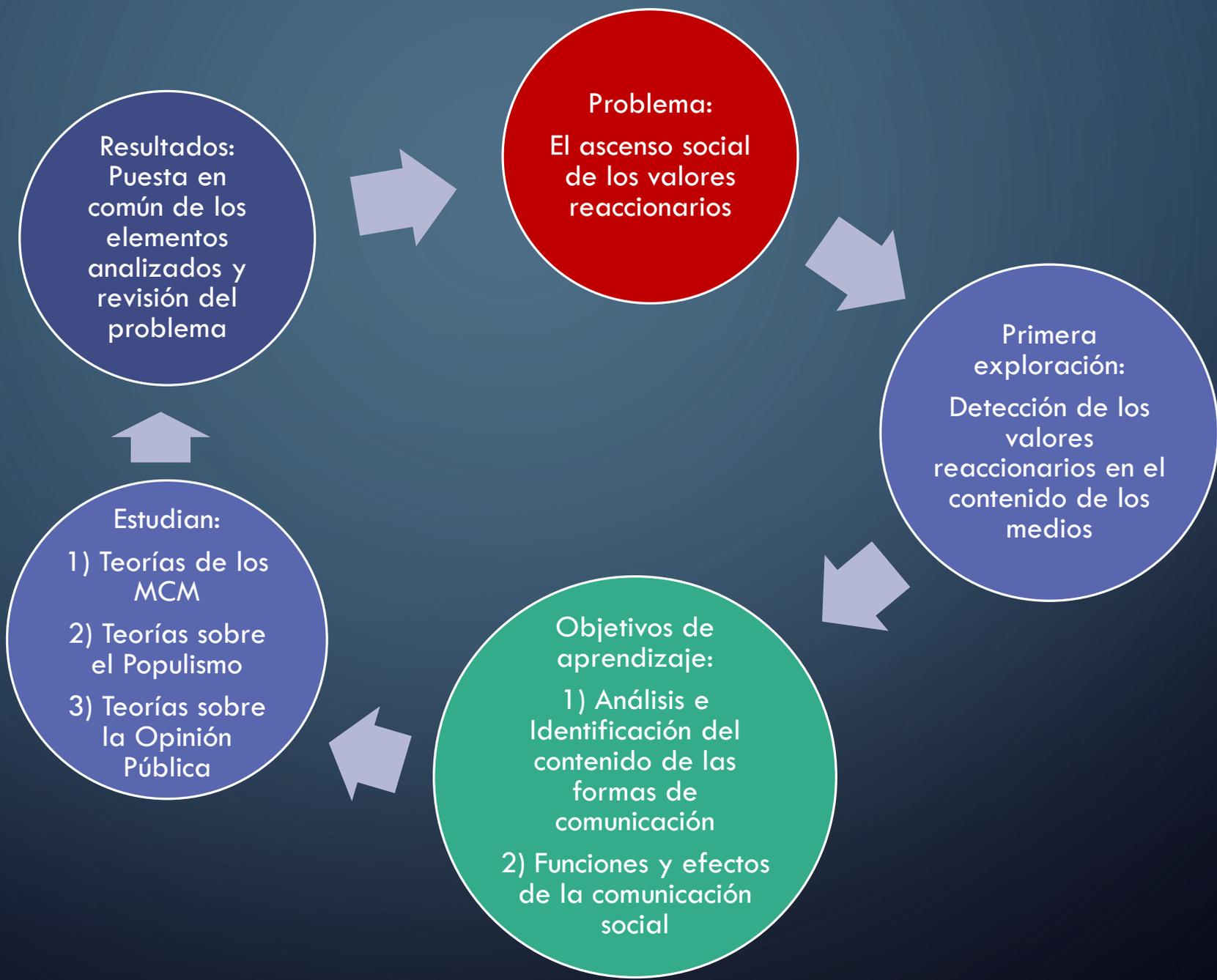
GRADO DE SOCIOLOGÍA. FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA

UNIVERSIDAD DE BARCELONA

FICHA DE IDENTIFICACIÓN DEL MATERIAL DOCENTE

- Material que organiza la labor de aprendizaje desde el proyecto de innovación docente “RIMDA”, APLICACIÓN EN LA FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA
- Línea de Innovación Docente: Aprendizaje Basado en Problemas (Coordinador de la Línea: Josep Roma i Millan, MD,PhD,MHPE, Departament de Salut Pública)

PROCESO



Objetivos de aprendizaje:

- 1) Identificación y análisis del contenido de las formas de comunicación
- 2) Funciones y efectos de la comunicación social

LAS TÉORÍAS SOBRE LOS EFECTOS SOCIALES DE LOS M.C.M

TIPOLOGÍA DE LAS FORMAS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TÉCNICA DEL ANÁLISIS DEL DISCURSO

LAS TEORÍAS SOBRE EL LA FUNCIÓN POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN

LAS TEORÍAS SOBRE LA OPINIÓN PÚBLICA

ÍNDICE

EL PROBLEMA

* EL PROBLEMA

INFORMACIÓN DEL

CONTEXTO

REPLANTEAMIENTO DEL

PROBLEMA

MECANISMOS DE INDAGACIÓN

MECANISMOS DE INDAGACIÓN

EL MODELO DE ANÁLISIS

LA TEORÍA DE LA ESPIRAL DEL SILENCIO

REFORMULADA

EL MODELO DE LA AGENDA

SETTING REFORMULADA

RESULTADOS DE LA INDAGACIÓN EMPÍRICA

OPERACIONALIZACIÓN DE LOS “VALORES REACCIONARIOS”

ELEMENTOS FORMALES DE LOS PROGRAMAS DE DEBATE “LA SEXTA”

SÍNTESIS DEL CONTEXTO DE LA CRISIS (2008-18) Y ARTICULACIÓN DE “MALESTARES SOCIALES”: LA ACTIVACIÓN DE LOS CLIVAJES

* REVISIÓN DEL PROBLEMA

BIBLIOGRAFÍA



EL ASCENSO SOCIAL DE LOS VALORES REACCIONARIOS

EL PROBLEMA

¿Cuál es el problema?

Populismos, demagogia, xenofobia, machismo, conservadurismo, intransigencia ...

ASCENSO SOCIAL DE VALORES REACCIONARIOS

¿Cómo nos ha informado el canal de TV Sexta?
¿Cómo hemos utilizado los Nuevos Medios de Comunicación (redes sociales)?

¿Qué papel desempeñan los Medios de Comunicación Social?

INFORMACIÓN DE CONTEXTO

- 1) Los diez años de Crisis económica han provocado malestares sociales resultado de las necesidades no resueltas de una proporción amplia de la población
- 2) Las necesidades no resueltas han tenido una respuesta social en forma de protestas generalizadas que han sido la base de las noticias y los debates reproducidos en los medios de comunicación
- 3) La forma en la que los medios han presentado la actualidad de la Crisis ha contribuido a fomentar el problema, superponiendo sobre la realidad esquemas de discusión y reflexión demagógica, emocional y espectacularizada

REPLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿Cuál es el problema?

- Predominio de valores y discursos reaccionarios en los medios de comunicación.

ESTUDIO DEL CONTENIDO EN LOS MEDIOS

¿Cómo nos ha informado el canal de TV Sexta?

¿Cómo hemos utilizado los Nuevos Medios de Comunicación (redes sociales)?

MECANISMOS DE INDAGACIÓN SOBRE EL CONTENIDO DE LOS MEDIOS (LAS LÍNEAS DE EXPLORACIÓN EN EL QUE SE UBICAN LOS TRABAJOS)

Análisis de contenido de los medios

- ⑩ Programas de debate e información
- ⑩ Formatos
- ⑩ Contenido: formas de expresión de las cuestiones sociales y esquemas de debate

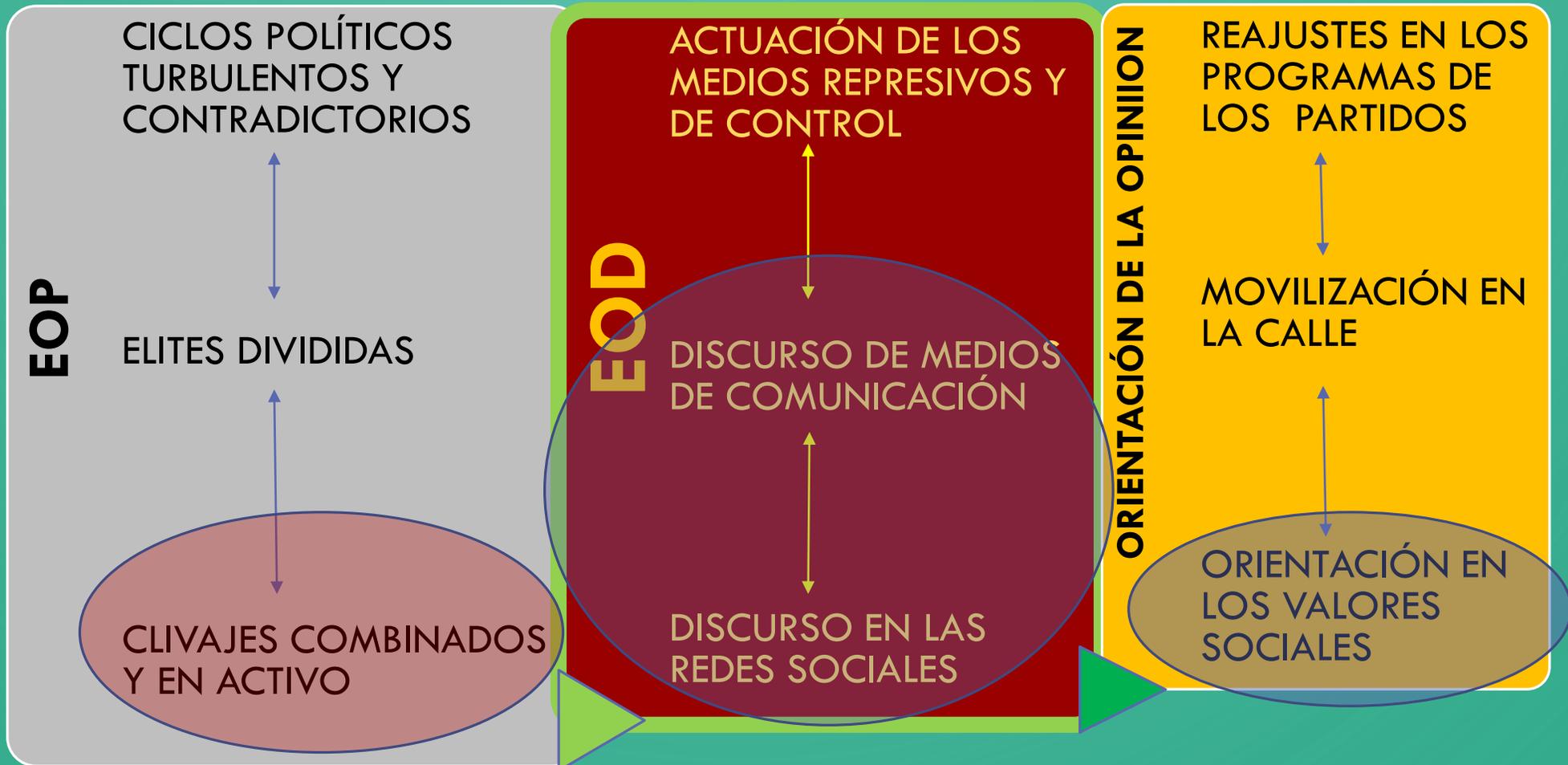
Detección de los malestares derivados de la Crisis

- ⑩ Clivajes activos
- ⑩ Cronología de las principales protestas sociales
- ⑩ Ciclos Políticos

Descripción de las formas predominantes de comunicación en el contexto de la Crisis

- ⑩ Información y opinión sobre cada clivaje
- ⑩ Información y opinión sobre las protestas sociales
- ⑩ Representación en los medios de la competición entre líderes políticos y partidos políticos

EL MODELO DE ANÁLISIS



EL MODELO DE ANÁLISIS:

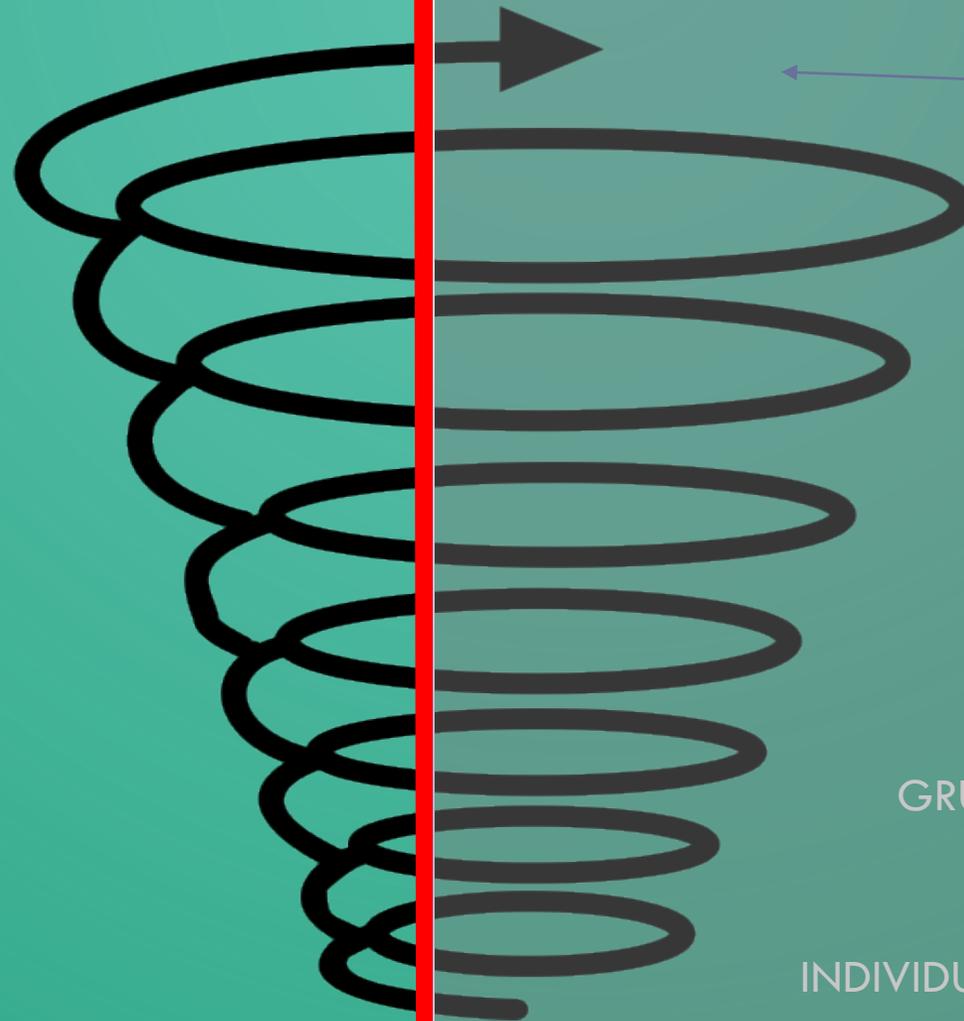
CLIVAJES ACTIVOS → MALESTARES SOCIALES → EOD

TIPO DE CLIVAJE	COYUNTURA	INTERPRETACIÓN MEDIÁTICA
<ul style="list-style-type: none">Las clases sociales y su enfrentamiento entre ellasCentro/periferiaDictadura/democraciaTradición/modernidad, Pasado/Presente	<ul style="list-style-type: none">Las condiciones materiales que impone la CrisisAprobación/desaprobación de los Estatutos de las AutonomíaTransición democrática/Memoria históricaOrden y prosperidad del pasado/Conflictos y precariedad del presente	<ul style="list-style-type: none">enfrentamiento en clave emocional entre población autóctona/población migrante y populismo izquierda/ populismo derechanacionalismos/unidad, violencia/derecho, golpe de estado/democracialos polos de atención: el régimen del 78, el Valle de los Caídos, el Procès catalàValores del orden/desorden; de la tradición/de lo nuevo; de la fiesta popular/de la cultura elitista, etc.

LA TEORÍA DE LA ESPIRAL DEL SILENCIO

Opinión pública silenciada

Opinión pública manifestada



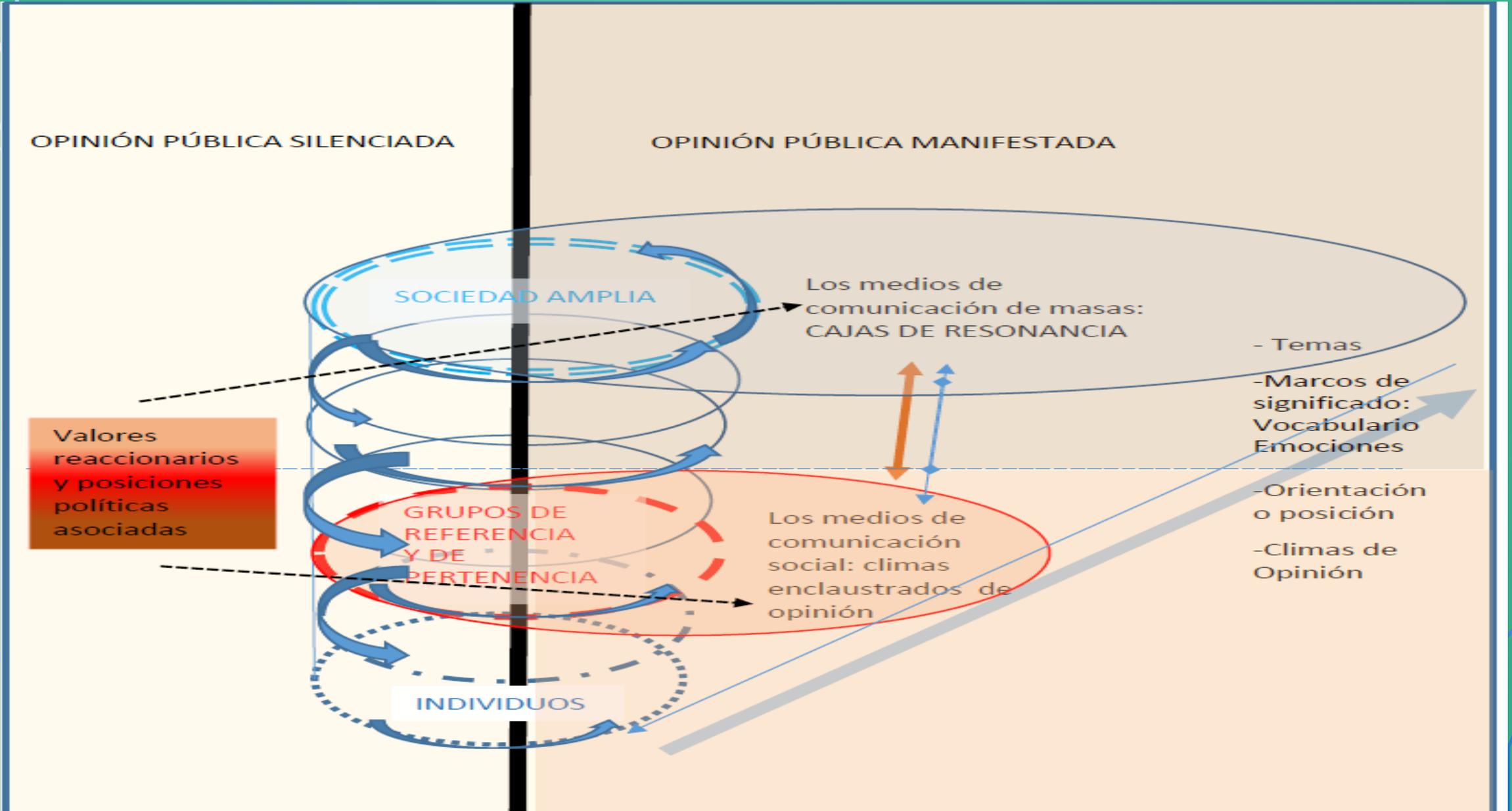
**MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS
"CAJAS DE RESONANCIA"**

SOCIEDAD AMPLIA

GRUPOS DE REFERENCIA

INDIVIDUOS

2. LA TEORÍA DE LA ESPIRAL DEL SILENCIO REFORMULADA (1) EL PROCESO DE OPINIÓN PÚBLICA SE ARTICULA EN LOS MCMY EN LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



ELEMENTOS EMPÍRICOS QUE REFORMULAN LA ESPIRAL DEL SILENCIO: EL FORMATO Y EL CONTENIDO DE LOS MCM TRADICIONALES

- Características del formato de los programas de debate e información social y política
- Características predominantes en el discurso político y social
- Elementos que marcan una tendencia generalizada hacia el “populismo”, la “demagogia” y el posicionamiento y la confrontación “polarizados, espectacularizados y emocionales”
- Predominio de la infopini3n
- Repetic3n de los mensajes espectaculares que provienen de los NMC

ELEMENTOS EMPÍRICOS QUE REFORMULAN LA ESPIRAL DEL SILENCIO: EL USO Y EL CONTENIDO DE LOS NMC

- Comunicación entre grupos enclaustrados
- Comunicación “breve” que dificulta al argumentación
- Reapropiación y distribución múltiple del discurso predominante en los MCM
- “Populismo”, “demagogia”, “emocionalidad” y “espectacularidad”
- Posicionamientos totalizadores

3. EL MODELO DE LA AGENDA SETTING REFORMULADO. PROTOTIPO DE EXPLICACIÓN (2) EL PROCESO DE OPINIÓN PÚBLICA “POLÍTICA” INCORPORA 4 AGENDAS

- En el espacio público se conectan (confrontan y negocian) los marcos de significación que cada Agenda particular va imponiendo en el Proceso de la Opinión Pública



RESULTADOS DE LA INDAGACIÓN EMPÍRICA

1. OPERACIONALIZACIÓN DE LOS “VALORES REACCIONARIOS: PROPUESTA DE UNA TIPOLOGÍA DESDE EL ANÁLISIS DEL CONTENIDO DEL “DEBATE MEDIÁTICO”

Diálogo y tolerancia (INFORMACIÓN/OPINIÓN Y APRENDIZAJE)	Confrontación y reacción (INFOPINIÓN Y ESPECTÁCULO)
Argumentación “ racional ” de las posiciones	Expresión “emocional” de las posiciones
Datos e información	Generalización sin base informativa
Reconocimiento de la excepción	Rechazo de la excepción
“otros” diferentes	“otros” enemigos
Duda	Dogma
Relativización de principios y posiciones	Sacralización de principios y posiciones
Socialización mediante el aprendizaje	Socialización mediante el adoctrinamiento
Focalización en la Autocrítica	Focalización en la Crítica
Defensa mediante la propia exposición	Defensa mediante la acusación
Opiniones y posiciones= reconocimiento de los otros	Opiniones y posiciones= identificación de enemigos
RESPECTO	INTOLERANCIA
PLURALIDAD DE POSICIONES	POLARIZACIÓN DE POSICIONES

2. ELEMENTOS Y CARACTERÍSTICAS FORMALES DE LOS PROGRAMAS DE DEBATE

- DEBATES DERECHA-IZQUIERDA
- DOBLE PANTALLA
- PRESENTADOR-COMUNICADOR-MODERADOR-AGITADOR
- SUPERPOSICIÓN DE MENSAJES DE LOS MEDIOS TRADICIONALES Y DE LOS NUEVOS MEDIOS
- ESPERAR LA NOTICIA-BUSCAR LA NOTICIA
- NOTICIA= informar sobre el acontecimiento/ informar de qué se informa (el acontecimiento es “esperar a que algo suceda” o el acontecimiento es “lo que sucede”)
- SOBREABUNDANCIA DE PROGRAMAS ESPECIALES: interrupción de la parrilla establecida y especiales sin interrupción programada. **Estado de alerta= Estado de alarma**

3. EL CONTEXTO DE LA CRISIS (2008-18) Y LA ARTICULACIÓN DE LOS "MALESTARES SOCIALES": LA ACTIVACIÓN DE LOS CLIVAJES

- 1) Dos ciclos políticos: La Legislatura de Zapatero (desde marzo de 2008 a noviembre de 2011) y las casi dos Legislaturas de Rajoy (desde Noviembre de 2011 a mayo de 2018)
- 2) La Gran Recesión el aumento de la Deuda y de la Prima de Riesgo, la amenaza de rescate e intervención de la economía española desde la UE. **INSEGURIDAD MATERIAL/INSEGURIDAD NACIONAL**
- 3) El rescate a los Bancos y la serie de denuncias de casos de Corrupción que afecta a Partidos, Sindicatos e Instituciones diversas del aparato del Estado y del Gobierno. **DIVISIÓN DE LAS ÉLITES/DESLEGITIMACIÓN POLÍTICA**
- 4) Recortes sociales generalizados, aumento creciente del paro y desahucios, que han sido respondidos con una multiplicidad de manifestaciones de las Mareas en la calles, escraches, y Nuevos movimientos sociales como el 15-M. **RIESGO Y URGENCIA MATERIAL**
- 5) La revisión y aprobación de los Estatutos de diversas Autonomías, con la excepción del Estatut de Catalunya y la activación consecuente de las Diadas masivas desde 2010 y del denominado Procès de Independencia de Catalunya. **PUESTA EN CUESTIÓN DE LA UNIDAD Y LA DIVISIÓN TERRITORIAL**

REVISIÓN Y NUEVO PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

LA CUESTIÓN PLANTEADA NO SE RESUELVE (EN EL SENTIDO DE PODER APORTAR UNA SOLUCIÓN), PERO AHORA COMPRENDEMOS CÓMO ES EL PROCESO EN EL QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN HAN COLABORADO PARA QUE ESTE FENÓMENO SOCIAL SE ACTIVE

SEÑALES DE UNA MALA GESTIÓN “COMUNICATIVA” SOBRE LOS MALESTARES SOCIALES:

1) EN LOS MCM TRADICIONALES LA GRAVEDAD DE LOS MALESTARES SOCIALES PROVOCADOS POR LA CRISIS HA SIDO APROVECHADA COMO PURA MERCANCÍA

- Los malestares sociales (preocupaciones, dificultades y necesidades) son tratados por los medios como pura mercancía: los medios han elaborado una gama atractiva y diversa de productos (noticias, debates, opiniones, datos, expertos etc.) que venden a sus audiencias receptoras/consumidoras.
- Para abaratar costes en la producción (dado que hoy los MCM compiten peligrosamente en un espacio empresarial ensanchado por los nuevos medios) el mensaje se ha hecho simple, exagerado y repetitivo: esquemas de interpretación espectacular, emocional y polarizada sobre cuestiones complejas (entrevistas, informativos, debates, entretenimiento, etc.)
- Los malestares sociales pasan a formar parte de la totalidad del contenido “frivolizado” que elaboran los medios (para difundir en canales de TV, pero también en los espacios de prensa y radio): el resultado informativo consiste en una hibridación de formatos (de “entretenimiento e información”, o de “información y opinión”).

2) LOS MCM TRADICIONALES HAN CONSTRUIDO UN SENTIDO INDIVIDUALIZADO Y PERSONALIZADO DEL MALESTAR, CON EL QUE HAN FRENADO EL SENTIDO COMUNITARIO Y COLECTIVO

- identifican de manera individualizada a los sectores sociales más vulnerables (un niño, una mujer, un anciano, un inmigrante, etc.)
- nos aleccionan vicariamente sobre cómo podemos o debemos actuar (colectiva o individualmente) ante el malestar
- señalan un blanco sobre el que actuar, pero no las causas ni a los responsables del malestar social
- metabolizan cualquier malestar social trasmutando sus componentes materiales y objetivos en pura sustancia emocional, con lo que o diluyen o silencian los elementos racionales que contribuirían a explicar por qué suceden los malestares sociales
- promueven una reacción emocional en términos individuales, añadiendo una interpretación social (común y comunitaria) "naturalizada" (ejemplos, los funcionarios y su seguridad de empleo, la pobreza de "los más vulnerables", los desahuciados que compraron por encima de sus posibilidades, etc.)

Es desde esta interpretación emocional acentuada de los malestares sociales desde donde los individuos particulares se han posicionado y han buscado su salida.

3) LOS NUEVOS MEDIOS HAN ARTICULADO UNA NUEVA FORMA DE DISCUSIÓN POLÍTICA

Reenvío masivo de memes, noticias y fotos espectaculares, infopiniones esquemáticas... utilizando todas las vías de distribución que se han facilitado con los nuevos medios (Facebook, You tube, whatsapp...) ignorando, en muchas ocasiones, cuál es la identificación del emisor originario e impidiendo la posibilidad de contrastación de la veracidad del mensaje y la credibilidad de la fuente. El conjunto es una réplica (recreada o retocada) de lo que previamente ha sido difundido por los MCM

Y que, en función de la intensidad de circulación, o de lo “llamativo” del mensaje, vuelve a los MCM tradicionales como “noticia”, “entretenimiento” e “infopinión”

EL CONJUNTO OFRECE UNA REPRESENTACIÓN POLARIZADA DE LAS RESPUESTAS/OPINIONES POSIBLES ANTE CUALQUIER PREGUNTA O CUESTIÓN SOCIAL

ANOTACIÓN FINAL

“Hoy en día la gente encuentra noticias e informaciones en la red a través de un puñado de redes sociales y de motores de búsqueda. Esas páginas ganan más dinero cuanto más clicamos en los enlaces que nos muestran. Y eligen lo que nos van a enseñar en función de unos algoritmos. El resultado final es que esas páginas web nos muestran contenido que ellos creen que vamos a consultar, lo que significa que [la desinformación o las mentiras] si resultan atractivas para nuestro sesgo, pueden propagarse como un reguero de pólvora [...] Las personas malintencionadas pueden burlar el sistema y divulgar desinformación por interés económico o político” (citado en d’Ancona, 2019: 140)

BIBLIOGRAFÍA

- 1) PARA EL ANÁLISIS DE LOS MCM TRADICIONALES
- 2) PARA EL ANÁLISIS DE LOS NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
- 3) PARA EL ESTUDIO DEL POPULISMO Y EL FENÓMENO DE LA POSVERDAD

BIBLIOGRAFÍA (LIBROS Y ARTÍCULOS): ANÁLISIS MCM TRADICIONALES

- Bretones, M. T. (1997): La comunicación política mediática y sus dimensiones sociales, Tesis Doctoral, Universidad de Barcelona
- Bretones, M. T. Y RIUS, M. (2015): "Comunicación política y Opinión Pública". Capítulo 19 de Manual de Ciencia Política, Editorial Tecnos
- Bretones, M. T. (2001). "Capítulo 4: El sistema político". En: Sociedades avanzadas. Barcelona, Hacer.
- Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Madrid: Alianza.
- Charry, Carlos Andrés (2011). "Entre el público y el movimiento, entre la acción colectiva y la opinión pública". Revista de Estudios Sociales, Núm. 41 (diciembre de 2011). Bogotá. Pág. 56-71
- Chong, Dennis; y Druckman, James N. (2007). "Framing Theory". Annual Review of Political Science. Vol. 10, 103-126
- Entman, Robert M. (1993). "Framing: Toward a clarification of a fractured paradigm". Journal of Communication, Vol. 43, Núm. 3: 51-58.
- Fuchs, Christian (2012). "Behind the news. Social media, riots, and revolutions". Capital & Class, Vol. 36 Núm. 3: 383-391
- Gamson, Willam (2006). "Movement impact on cultural change". En: Culture, power and history: Studies in critical sociology. por PFOHL, Stephen (Editor). Netherlands: Brill: 103-125
- Koopmans, Ruud; y Olzak, Susan (2004). "Discursive oportunities and the evolution of right-wing violence in Germany". Annual Journal of Sociology Vol. 110, Núm. 1. Pág. 198-230.
- López rabadán, P. (2010): "Nuevas vías para el estudio del Framing periodístico. La noción de <estrategia de encuadre>". ESTUDIOS SOBRE EL MENSAJE PERIODÍSTICO. N° 16: 235-258
- Marx Ferree, M. (2008). "Inequality, Intersectionality and the Politics of Discourse: Framing Feminist Alliances". En Lombardo, E., Meier, P; Verloo, M. The Discursive Politics of Gender Equality: Stretching, Bending and Policy-Making. Londres, Routledge.
- McCombs, M. (2006). Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Barcelona: Paidós.
- Martini, S. (2000) Periodismo, noticia y noticiabilidad, Norma, Buenos Aires.
- Noelle- Neumann, E. (1995): La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social. Paidós, Barcelona.
- Sádaba, Teresa; Rodríguez-Virgili, Jordi; CASTRO, Manuel Bartolomé (2012). "La teoría del framing para el estudio de la comunicación sobre el terrorismo. Propuestas para el desarrollo de la investigación". En: Comunicación y terrorismo. Madrid: Tecnos.
- Tarrow, Sidney (2012). El Poder en Movimiento: Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política. Madrid: Alianza.
- ZHOU, Yuqiong; MOY, Patricia (2007). "Parsing framing processes: The interplay between online public opinion and media coverage". Journal of Communication Vol.57, Núm 1: 79-98
- * Bretones, M.T. Diversas publicaciones: Lecciones, Apuntes y Materiales diversos disponibles en el repositorio institucional de la UB, DOI (acceso desde el Campus Virtual de la asignatura)

BIBLIOGRAFÍA (LIBROS Y ARTÍCULOS): ANÁLISIS DE LOS NUEVOS MEDIOS

- Alonso-Muñoz, L., & Casero-Ripollés, A. (2016). La influencia del discurso sobre cambio social en la agenda de los medios. El caso de la Plataforma de Afectados por la Hipoteca. *OBETS. Revista de Ciencias Sociales*, 11(1), 25-51
- Casero-Ripollés, A. (2017). Producing political content for web 2.0: Empowering citizens and vulnerable populations. *El Profesional de la Información*, 26(1), 13-19.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza editorial.
- Dader, José Luis (ed.) (2017). *La búsqueda digital del voto. Ciber campañas electorales en España 2015-16*. Valencia: Tirant lo blanch.
- De Aguilera, M. (2014). Cambian las comunicaciones, cambian los conceptos con qué entenderlas. Necesidad de nuevas categorías. *Telos*, 98, 10-12.
- Miquel-Segarra, S., Alonso-Muñoz, L., & Marcos, S. (2017). Buscando la interacción. Partidos y candidatos en Twitter durante las elecciones generales de 2015. *Prisma Social*, 18, 34-54.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.

BIBLIOGRAFÍA: POPULISMOS Y POSVERDAD

- D'Ancora, M. (2019): Posverdad. La nueva guerra contra la verdad y cómo combatirla. Madrid. Alianza Editorial
- McIntyre, L. (2018): Posverdad. Madrid. Editorial Cátedra
- Mounk, Y. (2018): El pueblo contra la democracia. Por qué nuestra libertad está en peligro y cómo salvarla. Barcelona. Paidós
- Mudde, C. y Rovira, C. (2019): Populismo. Una breve introducción. Madrid. Alianza Editorial
- Tranche, R. R. (2019): La máscara sobre la realidad. La información en la era digital. Madrid. Alianza Editorial
- Aparici, R. y García Marín, D. (2019) La posverdad de los medios, las redes y la política. Editorial Gedisa