

GUIA DOCENT DE L'ASSIGNATURA
6M07ST La moral en els mitjans de comunicació social

Titulació acadèmica		Llicenciatura / Màster en Teologia Moral				
Assignatura		ST-SE 6M07ST La moral en els mitjans de comunicació social				
Any	2023-2024	Curs	Seminari	Valor lectiu	5 ECTS	
Període lectiu	Primer semestre	Hores setmanals	2	Àrea	Teologia Moral	
Professor	Lluís Serra i Llansana			Llengua	Català	

Punt previ

Com es tracta d'un seminari, es bo recordar el que diu la Guia de l'estudiant:

«El seminari introdueix l'alumne a l'àmbit metodològic propi de la llicenciatura en teologia, portant-lo al nivell de la investigació i la docència. Per això, els seminaris es cursen sempre dins de la pròpia especialització».

- El que és propi del Seminari és la seva metodologia: no és una classe magisterial, sinó que l'alumne pren un rol molt més actiu. En la sessió els alumnes intervenen exposant allò que han investigat.
- Normalment El professor fa una part introductiva, una part conclusiva i va intercalant comentaris durant l'exposició de l'alumne. L'èxit de la sessió depèn molt de que l'alumne se la prepari bé, sigui pedagògic i aporti coneixement als seus company sobre allò que ha anat reflexionant.
- És important que en els seminaris els professors ensenyin tècniques d'investigació teològica i les apliquin

Descripció/Justificació

Aquest nivell d'investigació i docència, es realitza en aquest cas en la moral aplicada als mitjans de comunicació social.

Els avenços tecnològics han propiciat en gran manera la importància dels mitjans de comunicació social i la seva repercussió en un món global. El focus, però, s'ha de concentrar amb els continguts, que són el missatge. Més enllà de la diferència bàsica entre informació i opinió, entre opinió pública i opinió publicada, cal remarcar valors que han de coexistir simultàniament: la veritat, l'amor i la llibertat. Paraules que, en els darrers temps, s'han posat de moda són, entre d'altres, postveritat, "fake news"... i reflecteixen la manca de moral tocant a la veritat. Noves formes de nomenar problemes de sempre, que avui dia s'engrandeixen per la força dels mitjans de comunicació i per les possibilitats de les noves tecnologies. D'entre aquestes possibilitats, la irrupció de la intel·ligència artificial, amb unes conseqüències força imprevisibles, afecta també als mitjans de comunicació social.

L'Església ha de parar molta atenció sobre aquestes realitats, perquè la seva missió evangelitzadora té un caràcter marcat de comunicació social. La seva doble funció d'actora i de receptora atorguen a aquesta realitat un pes fonamental. La gran notícia de la resurrecció de Jesús es transmesa de manera fiable per les dones o convertida en una manipulació de l'informe dels guardes, tal com ho recull l'evangeli segons sant Mateu (28,11-15).

Una tasca indefugible: conèixer els criteris morals que il·luminen la conducta humana en el camp dels mitjans de comunicació social i disposar de sentit crític per detectar la veritat dels continguts, vinculats a l'amor i a la llibertat.

Benet XVI. *Caritas in veritate*. 2009. Núm. 73

El desenvolupament tecnològic està relacionat amb la influència cada vegada més gran dels mitjans de comunicació social. És gairebé impossible imaginar ja l'existència de la família humana sense la seva presència. Per a bé o per a mal, s'han introduït de tal manera en la vida del món, que sembla realment absurda la postura dels qui defensen la seva neutralitat i, consegüentment, reivindiquen la seva autonomia respecte a la moral de les persones. Molts cops,

tendències d'aquest tipus, que emfatitzen la naturalesa estrictament tècnica d'aquests mitjans, afavoreixen de fet la seva subordinació als interessos econòmics, al domini dels mercats, sense oblidar el desig d'imposar paràmetres culturals en funció de projectes de caràcter ideològic i polític. Donada la importància fonamental dels mitjans de comunicació a l'hora de determinar els canvis en la manera de percebre i de conèixer la realitat i la persona humana mateixa, es fa necessària una seriosa reflexió sobre el seu influx, especialment sobre la dimensió eticocultural de la globalització i el desenvolupament solidari dels pobles. Com passa amb la correcta gestió de la globalització i el desenvolupament, *el sentit i la finalitat dels mitjans de comunicació ha de cercar-se en el seu fonament antropològic*. Això vol dir que poden ser ocasió d'humanització no sols quan, gràcies al desenvolupament tecnològic, ofereixen possibilitats més grans per a la comunicació i la informació, sinó sobretot quan s'organitzen i s'orienten sota la llum d'una imatge de la persona i el bé comú que reflecteixi els seus valors universals. El mer fet que els mitjans de comunicació social multipliquin les possibilitats d'interconnexió i de circulació d'idees, no afavoreix la llibertat ni globalitza el desenvolupament i la democràcia per a tots. Per tal d'aconseguir aquests objectius es necessita que els mitjans de comunicació estiguin centrats en la promoció de la dignitat de les persones i dels pobles, que estiguin expressament animats per la caritat i es posin al servei de la veritat, del bé i de la fraternitat natural i sobrenatural. En efecte, la llibertat humana està intrínsecament lligada a aquests valors superiors. Els mitjans poden oferir una valuosa ajuda a l'augment de la comunió en la família humana i a l'*ethos* de la societat quan es converteixen en instruments que promouen la participació universal en la recerca comuna del que és just.

Requisits i orientacions prèvies

Haver cursat el Grau - *Baccalaureatus* en Teologia i complir les condicions acadèmiques per fer el Seminari de Tesina.

Objectius

- Coneixements (objectius conceptuals)
 - Comprendre conceptes claus de l'antropologia, la sociologia, la teologia i la moral cristianes, tocant als mitjans de comunicació social
 - Conèixer, analitzar i comprendre les aportacions del magisteri eclesial sobre els mitjans de comunicació social: documents i temes tractats
 - Reflexionar sobre els criteris morals que permeten analitzar i valorar aquests continguts (digitals inclosos) des de l'òptica evangèlica
- Habilitats (objectius procedimentals)
 - Reconèixer i aplicar les bases antropològiques i sociològiques sobre la veritat, l'amor i la llibertat, aplicades al camp de la comunicació social
 - Analitzar els documents eclesials, textos rellevants, codis deontològics
 - Comparar la mateixa notícia des de diverses fonts de procedència: similituds i discrepàncies, així com raons que les justifiquen
 - Aplicar als temes estudiats l'ètica existencial formal de Karl Rahner
 - Saber raonar i debatre sobre els temes d'actualitat.
- Valors o actituds
 - Fomentar la lectura aprofundida i entenedora de temes complexos
 - Promoure el valor de la reflexió personal
 - Fomentar el diàleg crític amb els mitjans de comunicació social

Competències

Competències transversals (genèriques):

- Capacitat d'organització i planificació del treball intel·lectual, amb esforç i perseverança per portar-lo a terme.
- Capacitat d'anàlisi i de síntesi en els diversos elements que componen la teologia moral.
- Capacitat de reflexió, de raonament crític i de discerniment sobre allò essencial i accessori.

- Claredat en el pensament i precisió en l'expressió parlada en les exposicions i escrita a l'hora d'elaborar un discurs teològic, per tal d'aprendre a construir el propi coneixement.
- Coneixement de les fonts d'informació psicològiques, socials i morals.
- Capacitat de treball en equip i d'exposició/debat sobre la matèria tractada.

Competències específiques:

- Capacitat d'autoconeixement i d'introspecció psicològica.
- Treball en equip a l'hora del debat, la investigació i la crítica
- Descobriments de les connexions entre psicologia, societat i moral.
- Coneixement de les dimensions morals de la producció i de l'ús dels mitjans de comunicació social
- Coneixement dels camins d'anàlisi i millora de la comunicació eclesial.

En acabar l'estudi d'aquesta assignatura, l'estudiant ha d'assolir una sèrie de competències o capacitats que contribueix a desenvolupar. Aquestes capacitats són teòriques i pràctiques. Remeten, en darrera instància, a què ha de saber, saber fer i saber ser l'alumne en assolir la seva titulació.

- Capacitat d'anàlisi i síntesi
- Reconeixement de la diversitat
- Capacitat d'aplicar els coneixements a la pràctica
- Coneixement i aprofundiment de la moral cristiana des de diverses dimensions
- Capacitat de comprendre, relacionar i situar-se críticament davant d'idees, valors, actituds
- Fonamentació de la pròpia experiència de fe i la seva incidència en la realitat
- Capacitat de justificació i coneixement de l'estructura i la dinàmica del fet moral i del lloc de la moral en la vida de fe dels creients i de la pròpia comunitat cristiana
- Comprensió de les dimensions ètiques de la fe cristiana i de la seva relació amb els mitjans de comunicació social

Continguts

Els continguts s'estructuren d'acord amb els punts següents:

1. Introducció
2. La teranyina de la comunicació social: tipologia i funcions dels mitjans
3. Claus antropològiques i sociològiques de la comunicació social: arrels axiològiques, circuits psicològics i impacte en la societat
4. Els mitjans de comunicació social a la llum de la moral segons el paradigma de l'ètica existencial formal de Karl Rahner.
5. Lectura i anàlisi dels documents del Magisteri i del Vaticà sobre els mitjans de comunicació social. Orientacions morals que se'n desprenen.
6. Codis deontològics. Deures, responsabilitats i dilemes ètics. Autonomia, veracitat, interès públic i justícia.
7. Il·luminació moral: conceptes i algunes situacions concretes de la realitat actual:
 - a. La postveritat. La dinàmica veritat – poder.
 - b. Les notícies. Objectivitat i biaix. Selecció i responsabilitat. Les notícies falses (*fake news* i *deepfakes*).
 - c. La llibertat d'expressió.
 - d. La privacitat i la publicitat.
 - e. L'era digital. Les xarxes socials. Desafiaments que s'albiren.
 - f. L'ús de la intel·ligència artificial.
8. Exercicis de laboratori: anàlisi de casos des d'una perspectiva ètica.
9. Criteris morals per a les comunicacions socials a càrrec de l'Església.
10. Conclusions i perspectives de futur.

Metodologia d'ensenyament-aprenentatge

Atesa la dinàmica d'un Seminari de Tesina, es desenvoluparà l'escenari social dels mitjans de comunicació i com l'antropologia i la moral poden actuar d'acord amb els valors per afavorir la comprensió dels continguts, posar a l'abast els textos més significatius, reflexionar sobre la seva actualitat, exposar per part dels alumnes les seves síntesis corresponents i dialogar-les en el seminari.

- Ensenyament-aprenentatge presencial (40%)
La classe presencial comprèn dues hores setmanals cada dijous (16.55-19.00), des del 12 de setembre de 2023 fins al 9 de gener de 2024.
S'utilitzaran diversos mètodes:
 - a) exposició del professor (10%)
 - b) debats, treball en grup, simulació i exàmens... (30%)
- Ensenyament-aprenentatge (fora de l'aula) (60%)
 - a) dirigit: treballs, lectures... (30%)
 - b) autònom: estudi personal, lectures complementàries, consultes a la biblioteca... (30%)

Avaluació

S'opta per una avaluació continuada, que serà duta a terme en diversos moments:

- Avaluació inicial: per conèixer els nivells de partida de l'alumnat i ajustar aquests i els objectius del currículum.
- Avaluació formativa: es va duent a terme al llarg de l'assignatura a fi que l'alumnat i el professor vagin obtenint dades sobre com s'està desenvolupant el procés d'aprenentatge.
Es realitzaran exercicis durant el curs corresponents. Valor: 60%
Participació en les activitats a l'aula: 30%
- Avaluació final: té com a finalitat sintetitzar el desenvolupament assolit per l'alumne.
Prova de contrast. Valor: 10%.

Criteris d'avaluació:

- Es comprovarà la consecució dels objectius i estratègies mitjançant les proves, els treballs i l'exposició a l'aula.
- Per tractar-se d'una avaluació continuada es tindrà en compte l'assistència a classe, el diàleg i la participació en les activitats proposades.
- Es valorarà l'exposició, la redacció, la presentació i l'aportació personal
- Es donarà un valor positiu a la capacitat d'elaborar un judici propi a la llum de la informació adquirida.

Tècniques d'avaluació:

- S'avaluaran les competències genèriques en l'exposició a l'aula, en la presentació dels treballs i en el diàleg a classe.
- Les competències específiques s'avaluaran per mitjà de:
 - Elaboració de petits treballs a partir de lectures.
 - Preparació de l'exposició, amb base escrita, sobre punts claus de la dimensió moral dels mitjans de comunicació social
 - Participació en el diàleg que segueix a les exposicions.
 - Un treball de síntesi final

Calendari:

Dimarts a la tarda. Opcions horàries: (a) 16.55-19.00 i (b) 16.55-18,40.

Primera sessió: 12 de setembre de 2023. Última sessió: 9 de gener de 2024.

Bibliografia bàsica

- DOCUMENTS DEL VATICÀ II. *Decret Inter mirifica sobre els mitjans de comunicació social*
CATECISME DE L'ESGLÉSIA CATÒLICA. El vuitè manament (arts. 2464-2513)
COMPENDI DE LA DOCTRINA SOCIAL DE L'ESGLÉSIA
MISSATGES de les *Jornades Mundials de les Comunicacions Socials* (57 missatges)
CARTA APOSTÓLICA DE JOAN PAU II als responsables de les comunicacions socials (25 gener 2005)
ÉTICA EN LAS COMUNICACIONES SOCIALES del Pontifici Consell per a les Comunicacions Socials (4 de juny de 2000)
PAPA BENET XVI. *Encíclica Caritas in veritate*. 2009.
PAPA FRANCESC, *Exhortació apostòlica Evangelii Gaudium*,. 2013.
PAPA FRANCESC, *Encíclica Laudato Si*. 2015.
PAPA FRANCESC, *Encíclica Fratelli tutti*. 2020.
DICASTERI PER A LA COMUNICACIÓ. *Hacia una plena presencia. Reflexión pastoral sobre la interacción en las Redes Sociales*. Vaticà, 2023
Codi Deontològic de la professió periodística a Catalunya (avalat l'11 de novembre 2016)
- DALMAU, B. *Els documents del Concili Vaticà II*, Abadia de Montserrat, 2012
MORA, G. *La vida cristiana. Teología moral fonamental*. Facultat de Teologia de Catalunya (Col·lecció Sant Pacià). 2004.
RAHNER, K. *Escritos de Teología II*. Taurus Ediciones. Madrid. 1961.
- AGUIRRE ROMERO, M. J. *Ética de los medios de comunicación*. Barcelona : Herder, 2016.
ALSIUS, S. *De la postveritat a la postètica*. Universitat de Barcelona & Universitat Oberta de Catalunya. Barcelona, 2017.
ÀLVARO, F.-M. *La democràcia en temps de la posteritat*. Ajuntament de Vic. 2017.
AMORÓS GARCÍA, M. *Fake News: la verdad de las noticias falsas*. Plataforma. Barcelona, 2018
BILBENY, N. *Ética del periodismo : la defensa del interés público por medio de una información libre, veraz y justa*. Barcelona : Universitat de Barcelona, DL 2012
BLÁZQUEZ, A. *La nueva ética en los medios de comunicación: problemas y dilemas de los informadores*. Biblioteca de autores cristianos. 2002
CONANCLA & MARIN, M. *Posverdades emocionales*, Amar Editorial 2018
DE LA CIERVA, Y. *La Iglesia, casa de cristal. Propuestas y experiencias de comunicación durante crisis y controversias mediáticas*. BAC. Madrid 2014
ECO, U, *Número cero*. Barcelona: Lumen, 2015
FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. *Fundamentos de la información periodística especializada*. Síntesis. Madrid 1993.
GARCÍA DEL MURO, J. *Good bye, veritat*. Pagès Editors, Lleida, 2018.
GARCÍA GONZÁLEZ, M^a N. *Fundamentos del periodismo: conceptos teóricos y aplicaciones prácticas*. Fragua. Madrid, 2005.
GARRET, N.; LAZARO, S.C.; ARIELY, D. & SHAROT, T. *The brain adapts to dishonesty*. Nature Neuroscience, 19, pages1727–1732 (2016).
GÓMEZ DE ÁGREDA, *Mundo Orwell. Manual de supervivencia para un mundo interconectado*. Planeta. Barcelona, 2019
GOMIS, L. *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Paidós, Barcelona, 1991
HERRERAS, E. *Lo que la posverdad esconde: medios de comunicación y crisis de la democracia*. Barcelona : MRA Ediciones, 2021.
JIMÉNEZ, D. *El director*. Madrid, 2019
KOVACH, B. – ROSENSTIEL, T. *Los elementos del periodismo*. Aguilar. Madrid, 2012.
LÓPEZ, M. del Mar. *Ética en los medios de comunicación: : prensa, radio, TV y cine : con recopilación de casos prácticos* . UOC. Barcelona, 2016
MICÓ, j. Ll. *L'absolut digital*. Publicacions de l'Abadia de Montserrat. Barcelona, 2018
PRATS, E. (coord.). *Ética de la información*. UOC, Barcelona, 2003
PUIGNERÓ, J. *El 5è poder*. La Campana. Barcelona,
RODRÍGUEZ FERRÁNDIZ, R. *Máscaras de la mentira: el nuevo desorden de la posverdad*. Pre-Textos 2018

ROSLING, H. *Facfulness*. Barcelona: La Campana. 2018.

RUIZ, C.; GARCÍA DEL MURO, J.; TORRALBA, F. *Veritat, postveritat i fake news*. Lleida: Pagès editors, juny de 2020

SALVAT, I. *Els Mitjans de comunicació social, un reptre humanitzador : lliçó inaugural del curs acadèmic 2001-2002*. Barcelona : Facultat de Teologia de Catalunya, 2001.

SEIJAS CANDELAS, L. *Estructura y fundamentos del periodismo especializado*. Universitat 2003

SNOWDEN, E. *Vigilancia permanente*. Planeta. Barcelona, 2019

STEPHENS-DAVIDOWITZ, S. *Todo el mundo miente: lo que Internet y el big data pueden decirnos sobre nosotros mismos*, Madrid : Capitán Swing, [2019]

THOMPSON, J. B. *El escándalo político: poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 2001.

VV.AA. *En la era de la posverdad*. S.I. Calambur editorial, Barcelona, 2017

VV.AA. *La posverdad. ¡Si me gusta, vale!* Revista Sal Terrae. Cantabria. Octubre 2019