



<b>PROGRAMA DE ASIGNATURA</b>		
<b>1. Nombre de la Actividad Curricular</b> Taller de Análisis de Comunicación y Medios		
<b>2. Nombre de la Actividad Curricular en Inglés</b> Communication and media analysis workshop		
<b>3. Área a la que corresponde la Actividad Curricular</b> Profundización Metodológica		
<b>4. Descripción de la Actividad Curricular (No más de 200 palabras)</b> El presente curso se propone como un taller práctico de investigación y análisis sociológico de los procesos de comunicación mediática. Su objetivo principal es dotar a los y las estudiantes de un conocimiento básico y de una experiencia concreta de uso y aplicación de técnicas, herramientas y dispositivos susceptibles de ser aplicados a la comprensión de los fenómenos de producción discursiva, consumo, apropiación y usos sociales de los medios y de sus contenidos.		
<b>5. Nombre Completo del Docente(s) Responsable(s)</b> Bernardo Amigo Latorre		
<b>6. Unidad Académica / organismo de la unidad académica que lo desarrolla</b> Facultad de Ciencias Sociales / Departamento de Sociología		
<b>7. Semestre Académico en que se dicta</b> Ciclo de Profundización		
<b>8. Ámbito</b> Investigación / intervención		
<b>9. Horas de trabajo</b>  <b>6 horas</b>	Horas semanales de trabajo presencial  3 horas	Horas semanales de trabajo no presencial  3 horas



<b>10. Tipo de créditos</b>		
4 SCT	2 créditos	2 créditos
<b>11. Número de Créditos SCT – Chile</b>		
4 créditos		
<b>12. Requisitos</b>	Teoría sociológica clásica ; Análisis de información cualitativa ; Estadística correlacional ; Estrategias de investigación cuantitativa ; sociología de la comunicación	
<b>13. Propósito general del curso</b>	Desarrollar, en las y los estudiantes, competencias de investigación aplicadas a los procesos de comunicación mediática: discursos, contenidos, significaciones, usos y apropiaciones, a través del diseño e implementación de una investigación empírica.	
<b>14. Competencias</b>	1a Delimitar, conceptualizar y analizar diversos objetos de investigación social, con especial énfasis en aquellos relacionados con los procesos de transformación del país y Latinoamérica  1c Manejar diversas estrategias metodológicas de las ciencias sociales  1d Manejar un conjunto de herramientas para el procesamiento y análisis de información  1e Transmitir los conocimientos derivados de la práctica investigativa, así como aquellos adquiridos durante el proceso formativo.	
<b>15. Subcompetencias</b>	1.4 Contribuir a generar conocimiento sociológico en el marco de estudios y/o procesos de investigación donde se articulen	



	<p>creativamente las dimensiones teórica, metodológica y práctica.</p> <p>1.5 Comunicar los saberes disciplinares de manera pertinente a las características de distintos contextos y audiencias, utilizando diversas estrategias y formatos.</p>
<b>16. Resultados de Aprendizaje</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Lograr competencias para el diseño de una investigación empírica en el ámbito de los procesos de comunicación mediática.</li><li>2. Lograr competencias para la producción e implementación de una investigación empírica en el ámbito de los procesos de comunicación mediática.</li><li>3. Lograr competencias analíticas y teóricas respecto del fenómeno mediático investigado</li></ol>	
<b>17. Saberes / Contenidos</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. La investigación sobre comunicación mediática.</li><li>2. Técnicas, herramientas y dispositivos.</li><li>3. Diseño de la investigación.</li><li>4. Monitoreo y acompañamiento.</li><li>5. Análisis final.</li></ol>	
<b>18. Metodología</b> <p>El curso se desarrollará en la modalidad de taller, sobre la base de:</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Presentación y discusión de las técnicas, herramientas y dispositivos.</li><li>2. Investigación aplicada a un fenómeno mediático específico.</li></ol>	
<b>19. Evaluación</b> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Avance 1 (30 %)</li><li>2. Avance 2 (30%)</li><li>3. Trabajo Final (40 %)</li></ol>	
<b>20. Requisitos de aprobación</b>	

**ASISTENCIA:** Se establece una asistencia de al menos el 50% de las clases. La asistencia habilita al estudiante a presentarse al examen de primera oportunidad.

**NOTA DE APROBACIÓN MÍNIMA** (Escala de 1.0 a 7.0): 4.0

**NOTA DE EXIMICIÓN MÍNIMA** (Escala de 1.0 a 7.0): 5.0

**REQUISITOS PARA PRESENTACIÓN A EXAMEN:**

**Para presentarse al examen de primera oportunidad debe cumplir con:**

- Nota de presentación igual o superior a 3.5
- Al menos un 50% de asistencia.

**El estudiante se presentará al examen de segunda oportunidad en los siguientes casos:**

- Nota final inferior a 3.5
- Haber reprobado el curso luego de rendir el examen de primera oportunidad
- No cumplimiento del mínimo de asistencia establecido en el programa (50%).

**21. Palabras Clave**

medios de comunicación; sociología; investigación

**22. Bibliografía Obligatoria**

- Amigo, B., Bravo, M.C., Sécail, C., Lefébure, P. y Borrell, A. (2016). Televisión, diversidad y hegemonía cultural: un estudio comparado de los estereotipos étnicos dominantes en los sistemas televisivos de Chile y Francia. Cuadernos.info, (39), 151-164. doi: 10.7764/cdi.39.754
- Amigo B, Bravo M, Osorio F. (2014). Telenovela, recepción y debate social. Cuadernos.Info, 35, 135 – 145. doi: 10.7764/cdi.35.654.
- Bravo, M., Amigo, A., Baeza, A., & Cabello, C. (2018). Pluralismo de género y diversidad sexual en la televisión chilena Cuadernos.Info, (42), 141-156. <https://doi.org/10.7764/cdi.42.1207>
- Del Canto, E. & Silva, A.(2013). Metodología Cuantitativa: Abordaje desde la Complementariedad en Ciencias Sociales. Revista de Ciencias Sociales 3 (141), 25-34. <https://doi.org/10.7764/cdi.35.654>
- Jensen, K.B. y N.W. Jankowski (1993). Metodologías Cualitativas de Investigación en Comunicación de Masas. (Barcelona: Edit. Bosch).
- Scolari, C. (2012). Las tecnologías conversacionales y la crítica de la razón digital. <https://hipermediaciones.com/2012/06/14/tecnologias-conversacionales-critica-razon-digital/>.



### **23. Bibliografía Complementaria**

- Castells, Manuel (2004). La era de la información: economía, sociedad y cultura. Siglo XXI.
- Schwartz, Howard y J. Jacobs. Sociología Cuantitativa. (México: Trillas, 1995).

### **24. Recursos Web**

### **25. Programación por sesiones**

- Sesión no 1: Introducción general del curso.
- Sesión no 2: Características distintivas de la comunicación mediática Sesión no 3: Definición del fenómeno y problematización  
Sesión no 4: Presentaciones y discusión.  
Sesión no 5: Presentaciones y discusión.
- Sesión no 6: Definición de la perspectiva teórica  
Sesión no 7: Definición del dispositivo metodológico
- Sesión no 8: Entrega Avance no 1 y presentaciones
- Sesión no 9: Inicio del trabajo de terreno y asesorías Sesión no 10: Trabajo de terreno y asesorías  
Sesión no 11: Trabajo de terreno y asesorías  
Sesión no 12: Trabajo de terreno y asesorías  
Sesión no 13: Entrega Avance 2 y presentaciones
- Sesión no 14: Análisis y asesorías  
Sesión no 15: Análisis y asesorías  
Sesión no 16: Análisis y asesorías  
Semana de exámenes: Entrega nº 3 Trabajo Final