



**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CARRERA SOCIOLOGÍA**

PROGRAMA DE CURSOS ELECTIVOS

PROFESOR (ES / AS) : Bernardo Amigo Latorre_____

E-MAIL : bamigo@uchile.cl_____

CURSO ELECTIVO CORRESPONDIENTE AL ÁREA DE
(Marque con una X la casilla a la que corresponde este curso electivo):

Profundización metodológica	<input type="checkbox"/>
Profundización Teórica	<input type="checkbox"/>
Sociologías de Especialidad	X
Transformaciones de la Sociedad Chilena	<input type="checkbox"/>

**BREVE RESUMEN DEL CURSO ELECTIVO
(EN NO MÁS DE 100 PALABRAS)**

El presente curso se propone como un taller práctico de investigación y análisis 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 utilizados para la comprensión de los fenómenos de producción discursiva, consumo, apropiación y usos sociales de los medios y de sus contenidos.

PROGRAMA		
1. Nombre de la actividad curricular electiva		
<i>TALLER DE ANÁLISIS DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS</i>		
2. Nombre de la actividad curricular electiva en inglés		
3. Unidad Académica / organismo de la unidad académica que lo desarrolla		
Departamento de Sociología		
4. Ámbito		
<i>INVESTIGACIÓN</i>		
5. Horas de trabajo	presencial (del	no presencial (del



	estudiante)	estudiante)
6. Tipo de créditos <i>SCT</i>	3	3
7. Número de créditos SCT – Chile 4		
8. Horarios		
9. Salas		
10. Requisitos	Dado que el curso es un taller práctico, tiene un cupo máximo de 20 estudiantes	
11. Propósito general del curso	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.	
12. Resultados de Aprendizaje <ol style="list-style-type: none"> 1. Lograr competencias para el diseño de una investigación empírica en el ámbito de los procesos de comunicación mediática. 2. Lograr competencias para la producción e implementación de una investigación empírica en el ámbito de los procesos de comunicación mediática. 3. Lograr competencias analíticas y teóricas respecto del fenómeno mediático investigado 		
13. Saberes / contenidos <ol style="list-style-type: none"> 1. La investigación sobre comunicación mediática. 2. Técnicas, herramientas y dispositivos. 3. Diseño de la investigación. 4. Monitoreo y acompañamiento. 5. Análisis final. 		
14. Metodología El curso se desarrollará en la modalidad de taller, sobre la base de: <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentación y discusión de las técnicas, herramientas y dispositivos. 2. Investigación aplicada a un fenómeno mediático específico. 		

**15. Evaluación**

1. Avance 1 (30 %)
2. Avance 2 (30%)
3. Trabajo Final (40 %)

16. Requisitos de aprobación

Promedio igual o superior a 4.0 al final del semestre

La asistencia mínima requerida es de 75%.

17. Palabras Clave

Investigación, medios de comunicación, transformaciones sociales

18. Bibliografía Obligatoria

- Amigo, B., Bravo, M.C., Sécaïl, 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>
- Castells, Manuel (2004). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Siglo XXI.
- Del Canto, E. & Silva, A.(2013). Metodología Cuantitativa: Abordaje desde la Complementariedad en Ciencias Sociales. *Revista de Ciencias Sociales* 3 (141), 25-34. [L]
[SEP]
- Jensen, K.B. y N.W. Jankowski (1993). *Metodologías Cualitativas de Investigación en Comunicación de Masas*. (Barcelona: Edit. Bosch,.
- Schwartz, Howard y J. Jacobs. *Sociología Cuantitativa*. (México: Trillas, 1995).
- Scolari, C. (2012). Las tecnologías conversacionales y la crítica de la razón digital. <https://hipermediaciones.com/2012/06/14/tecnologias-conversacionales-critica-razon-digital/>.

19. Bibliografía Complementaria**20. Recursos web**

(Recursos de referencia para el apoyo del proceso formativo del estudiante; se debe indicar la dirección completa del recurso y una descripción del mismo. Se sugiere ordenar recursos por Unidad)

21. 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 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 nº3 Trabajo Final