

PROGRAMA DE ASIGNATURA

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA
SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

2. NOMBRE DE LA ASIGNATURA EN INGLÉS
SOCIOLOGY OF COMMUNICATION

3. HORAS DE TRABAJO PRESENCIAL DEL CURSO

1,5 horas

4. HORAS DE TRABAJO NO PRESENCIAL DEL CURSO

1,5 horas

5. PRE REQUISITOS

El presente curso electivo de Sociología de la Comunicación, tiene como pre requisito que los y las estudiantes **hayan aprobado el quinto** semestre de la Carrera de Sociología.

6. OBJETIVO GENERAL DE APRENDIZAJE

Lograr que los y las estudiantes conozcan, comprendan y discutan las principales perspectivas teóricas que han desarrollado la sociología y las ciencias sociales sobre los fenómenos de la comunicación mediática y de las nuevas tecnologías de la comunicación y, a la vez, sean capaces de aplicarlos al desarrollo de una investigación empírica en este ámbito.

7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE APRENDIZAJE

1. Que las y los estudiantes comprendan y sean capaces de contextualizar, histórica, social y epistemológicamente, la investigación científica respecto del fenómeno de la comunicación y los medios.
2. Que las y los estudiantes puedan caracterizar los principales modelos de explicación y comprensión teóricos respecto del fenómeno de la comunicación y los medios.
3. Que las y los estudiantes logren desarrollar competencias investigativas en el ámbito de la comunicación mediática (“tradicional” y/o “nuevas tecnologías de la comunicación”).

8. SABERES / CONTENIDOS

Con frecuencia la discusión pública se interroga respecto de los efectos que pueden producir en los individuos y en la sociedad los discursos, imágenes, representaciones y relatos difundidos por los medios de comunicación o movilizados a través de las nuevas tecnologías de la comunicación e información.

Esta preocupación social parece surgir de la enorme influencia que se le atribuye a los medios sobre las personas y a la creciente amplificación y diversificación del acceso y uso de las nuevas tecnologías de la comunicación, tanto en el quehacer institucional, como en la vida cotidiana de los sujetos.

Como correlato a esta discusión, en el campo de la reflexión e investigación social se han articulado diferentes modelos explicativos para la comprensión de estos fenómenos, perspectivas planteadas en el transcurso del siglo XX, así como surgidas a partir de la convergencia tecnológica a inicios del siglo XXI. Estas teorías sobre la comunicación, los medios y la tecnología, han tendido a definir el objeto mediático desde perspectivas epistemológicas, muchas veces, contradictorias, las cuales se han configurado en escuelas o paradigmas de pensamiento y análisis cuyas características permiten una meta-reflexión sobre sus lógicas y sentidos.

El presente curso se plantea como una introducción problematizadora y crítica respecto de las teorías y saberes especializados que tienen, o han tenido, como objeto al fenómeno de los medios de comunicación tradicionales y las nuevas tecnologías de la comunicación y a la vez, como un taller práctico de investigación y análisis de fenómenos mediáticos y tecnológicos, dentro del ámbito de la comunicación.

Se buscará que los y las estudiantes comprendan, apliquen y discutan los principales conceptos de las teorías sobre los medios, al mismo tiempo que se apropien de las herramientas metodológicas básicas para su análisis. Para ello el curso se articulará a partir de un corpus de experiencias empíricas y la consecuente reflexión teórica que surge de los resultados de la investigación.

Desde el punto de vista de la investigación, el curso propondrá el desarrollo de una investigación, a partir de un fenómeno mediático y/o tecnológico concreto, susceptible de ser abordado desde diferentes perspectivas teóricas y metodologías de investigación.

Los contenidos serán los siguientes:

1. Introducción:

- a. Problemática de la comunicación humana.
- b. Características generales de la comunicación mediática.

2. Teorías de la Comunicación:

- a. Paradigma Matemático - informacional
- b. Paradigma Lingüístico – estructuralista
- c. Paradigma Pragmático – relacional

3. Teorías de la Comunicación Mediática

- a. Contexto histórico del surgimiento de la teoría social sobre los medios.
- b. Perspectivas pre-científicas.
- c. Perspectiva crítica
- d. Perspectiva funcionalista.
- e. Perspectiva mediológica
- f. Perspectiva cultural



- g. Actualidad de la discusión teórica sobre nuevos medios y nuevas tecnologías de la comunicación.

4. Investigación sobre medios y tecnologías de la comunicación

- a. Investigación y medios de comunicación.
- b. Técnicas, herramientas y dispositivos.
- c. Diseño de la investigación.
- d. Monitoreo y acompañamiento.
- e. Análisis final.

9. METODOLOGÍA

El curso se desarrollará sobre la base de:

1. Clases expositivas.
2. Discusión y análisis de casos
3. Trabajos de investigación y aplicación.
4. Presentaciones de los y las estudiantes.

10. METODOLOGÍAS DE EVALUACIÓN

Notas Parciales:

1. Prueba 1 (33%)
 2. Prueba 2 (33%)
 3. Trabajo de Investigación (34%)
- _____ (70% de la nota final)

Examen:

_____ (30% de la nota final)

11. REQUISITOS DE APROBACIÓN

ASISTENCIA (*indique %*): 0%

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

REQUISITOS PARA PRESENTACIÓN A EXÁMEN:

Primera Oportunidad: Nota igual o superior a 3.5 habiendo rendido todas las evaluaciones parciales.

Segunda oportunidad: Nota inferior a 3.5 o haber reprobado el curso luego de rendir el examen de primera oportunidad.

REQUISITOS DE EXIMICIÓN VOLUNTARIA DEL EXAMEN:

Promedio igual o superior a 5.0, siempre y cuando el o la estudiante no tenga ninguna nota inferior a 3,5.

12. PALABRAS CLAVE

medios de comunicación; sociedad; teorías; metodologías; investigación empírica

13. BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

- Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Alianza editorial, Madrid.
- Dorfman, A. y Mattelart, A., Para leer al pato Donald, Valparaíso, EUV, 1973
- Fiske, J., Introducción al estudio de la comunicación, Bogotá, Norma, 1984.
- Lazarsfeld, P. y Merton, R. Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada. Publicado en MURARO, Heriberto (comp.). La comunicación de masas, Centro Editor de América Latina, Buenos Aires, 1977.
- MacLuhan, M. Y Fiore, Q. (1969). El Medio es el mensaje. Editorial Paidós, Buenos Aires.
- Morley, D., (1996). Televisión, audiencias y estudios culturales, Amorrortu, Buenos Aires.
- Morley, D. (2008). Domesticidad, mediación y tecnologías de lo «nuevo». Gedisa, Barcelona.
- Ollivier, B. (2010). Brecha digital: no nos dejemos engañar. Université des Antilles, Traducción Cristina Peña.
- Scolari, C. (2008). Hipermediaciones. Gedisa, Barcelona.

13. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Amigo, B., Bravo, M., Osorio, F. (2016). Telefonía móvil inteligente e hiper cotidianidad. Athenea Digital, 16(2), 115-137. [h>p://dx.doi.org/10.5565/rev/athenea.1607](http://dx.doi.org/10.5565/rev/athenea.1607)
- Amigo, B., Bravo, M., Osorio, F. (2014). Telenovela y debate social. Cuadernos.info, 35, 135-145. doi: 10.7764/cdi.35.654.
- Amigo, B. & Lochard, G., Identités télévisuelles. Une comparaison France-Chili, París, L'Harmattan, 2013.
- Lindlof, T., "Media, audience as interpretative communities", in Anderson, J. (ed.), Yearbook 11, Universidad de Kentucky, 1988.
- López, R, y Otero, E., Manual de introducción a la teoría de la comunicación social, Santiago, CPU, 1990.
- Katz, E. & Lazarsfeld, P., La influencia personal, Barcelona, Hispano Europea, 1979.
- McLuhan, M., La comprensión de los medios como las extensiones del hombre, México, Diana, 1993.



- Martín-Barbero, J, De los medios a las mediaciones, Ediciones Gustavo Gili, México, 1991.
- Otero, E., Comunicación Social. Santiago, Editorial Universitaria, 1999.
- PNUD - Chile, "Desarrollo Humano en Chile. Nosotros los chilenos: un desafío cultural. 2002". Santiago, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2002.
- Wimmer, R. & Dominick, J., La investigación científica de los medios de comunicación, Barcelona, Bosch, 1996.
- Wolf, M., Los efectos sociales de los medias, Barcelona, Paidós, 1994.
- Wolton, D. Elogio del Gran Público. Una Teoría Crítica de la Televisión, Editorial Gedisa, 1992

14. NOMBRE COMPLETO DEL DOCENTE RESPONSABLE / COORDINADOR

Bernardo Amigo Latorre