

PROGRAMA DE ASIGNATURA

1. NOMBRE DE LA ASIGNATURA

SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

2. NOMBRE DE LA ASIGNATURA EN INGLÉS

SOCIOLOGY OF COMMUNICATIONS

3. TIPO DE CRÉDITOS DE LA ASIGNATURA

SCT/

UD/

OTROS/

4. NÚMERO DE CRÉDITOS

6

5. HORAS DE TRABAJO PRESENCIAL DEL CURSO

3 horas

6. HORAS DE TRABAJO NO PRESENCIAL DEL CURSO

3 horas

7. OBJETIVO GENERAL DE LA ASIGNATURA

Lograr que el alumno conozca, comprenda y discuta los principales conceptos de las teorías de la comunicación y los medios y, a la vez, sea capaz de aplicarlos al análisis crítico de los diversos objetos empíricos.

8. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

1. Situar el contexto histórico, social y epistemológico que permite surgir la investigación científica respecto del fenómeno de la comunicación y los medios.
2. Caracterizar los principales modelos de explicación y comprensión teóricos respecto del fenómeno de la comunicación y los medios.
3. Aportar herramientas y matrices de análisis básicas para la investigación sobre medios de comunicación.

9. 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. Esta preocupación social parece surgir de la enorme influencia que se le atribuye a los medios sobre la conducta y actitudes de las personas y a la creciente amplificación y diversificación del “espacio

mediático” que ocupa, progresivamente, una mayor presencia en la vida cotidiana de las personas.

Como correlato a esta discusión, en el campo de la reflexión e investigación social se han articulado diferentes modelos explicativos para la comprensión de este fenómeno. Estas teorías sobre la comunicación y los medios 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. Para ello se propone revisar y discutir las principales perspectivas teóricas surgidas en el transcurso del siglo XX, así como las surgidas a partir de la convergencia tecnológica a inicios del siglo XXI, sus antecedentes epistemológicos, sus métodos de análisis y el estado actual de la discusión científica y social en torno a dicho objeto.

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.

1. Introducción:
 - a. Problemática de la comunicación humana.
 - b. Características generales de la comunicación mediática.
2. Teorías de la Comunicación:
 - a. Matemático Informativo
 - b. Lingüística – Estructuralista
 - c. Pragmática – Relacional
 - d. Cognitiva
3. Teorías de la Comunicación Mediática
 - a. Contexto histórico del surgimiento de la teoría social sobre los medios.
 - b. Perspectivas pre-científicas.
 - c. Funcionalismo norteamericano
 - d. Escuela crítica alemana
 - e. Marshall McLuhan y las teorías mediológicas
 - f. Los estudios culturales ingleses
 - g. Actualidad de la investigación en nuevos medios

10. 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 alumnos.

11. METODOLOGÍAS DE EVALUACIÓN

Notas Parciales:

1. Prueba 1 (35 %)
 2. Prueba 2 (35%)
 3. Trabajo Grupal (30 %)
- _____ (60% nota final)

Examen:

_____ (40% nota final)

12. REQUISITOS DE APROBACIÓN

ASISTENCIA (*indique %*): 50%

NOTA DE APROBACIÓN MÍNIMA (*Escala de 1.0 a 7.0*): 4

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

OTROS REQUISITOS:

13. PALABRAS CLAVE

medios de comunicación; sociedad; teorías

14. BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

- Amigo, B., "Apropiación y uso de los discursos mediáticos por parte de jóvenes: la exclusión desde los excluidos", in Transformaciones del espacio público. Poo, X. & Velasco, P. (Editores), Universidad de Chile, Santiago, 2008.
- Lochard, G., La comunicación mediática, Barcelona, Gedisa, 2004.
- Maigret, E., Sociología de la comunicación, Bogotá, Fondo de Cultura Económica, 2005.
- Morley, D., Televisión, audiencias y estudios culturales, Amorrortu, Buenos Aires, 1996.
- Silverstone, R., Televisión y vida cotidiana, Buenos Aires, Amorrutu Editores, 1996.

- Wolf, M., La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas, Barcelona, Paidós, 1987.

15. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Amigo, B. & Lochard, G., Identités télévisuelles. Une comparaison France-Chili, París, L'Harmattan, 2013.
- Dorfman, A. y Mattelart, A., Para leer al pato Donald, Valparaíso, EUV, 1973
- Fiske, J., Introducción al estudio de la comunicación, Bogotá, Norma, 1984.
- 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

16. RECURSOS WEB

- <http://www.cultura.mediatica.cl>
- <http://hipermediaciones.com>
- http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/de_los_medios_a_las_mediaciones.pdf
-

NOMBRE COMPLETO DEL DOCENTE RESPONSABLE / COORDINADOR

Bernardo Amigo Latorre