

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	
Profundización Teórica	
Sociologías de Especialidad	X
Transformaciones de la Sociedad Chilena	

BREVE RESUMEN DEL CURSO ELECTIVO

Sociología de la Comunicación:

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 sociales, principalmente las sociológicas, que tienen o han tenido como objeto al fenómeno de los medios de comunicación tradicionales y las nuevas tecnologías de la comunicación.

Se buscará que los y las estudiantes puedan desarrollar una comprensión crítica de los principales conceptos de las teorías sociológicas respecto de la comunicación y los medios, así como del desarrollo del pensamiento social respecto del fenómeno mediático.

PROGRAMA		
1.- Nombre de la actividad curricular electiva SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN		
2.- Nombre de la actividad curricular electiva en inglés SOCIOLOGY OF COMMUNICATION		
3. Unidad Académica / organismo de la unidad académica que lo desarrolla Departamento de Sociología		
4. Ámbito Teoría sociológica sobre la comunicación y los medios.		
5. Horas de trabajo 6	presencial (del estudiante)	no presencial (del estudiante)
6. Tipo de créditos SCT		
7. Número de créditos SCT – Chile 4		
8. Horarios Martes de 14:30 a 16:00 horas		
9. Salas		
10. Requisitos	Haber cursado Sociología de la Cultura.	
11. Propósito general del curso	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.	
12. Resultados de Aprendizaje Comprensión crítica de 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.		
13. Saberes / contenidos Los contenidos serán los siguientes:		

1. Introducción:
 - a. Problemática de la comunicación humana.
 - b. Características generales de la comunicación mediática.
2. Paradigmas teóricos de la comunicación:
 - a. Paradigma Matemático - informacional
 - b. Paradigma Lingüístico – estructuralista
 - c. Paradigma Pragmático – relacional
3. Teorías sociológicas 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.

14. Metodología

El curso se desarrollará sobre la base de:

- Clases expositivas.
- Discusión y análisis de casos
- Trabajos de investigación y aplicación.
- Presentaciones de los y las estudiantes.

15. 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)

16. Requisitos de aprobación

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.

17. Palabras Clave

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

18.- 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.

* De cada uno de los textos señalados se han seleccionado capítulos relevantes para la constitución de la bibliografía obligatoria.

19. Bibliografía de referencia

- Amigo, B., Bravo, M., Osorio, F. (2016). Telefonía móvil inteligente e hiper cotidianidad. Athenea Digital, 16(2), 115-137. <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

20. Recursos web**21. Programación por sesiones**

01. Introducción: Características generales de la comunicación mediática.
02. Paradigma Matemático - informacional
03. Paradigma Lingüístico – estructuralista
04. Paradigma Pragmático – relacional
05. Ayudantía bibliografía y materia del curso.
06. Prueba n° 1
07. Contexto histórico del surgimiento de la teoría social sobre los medios.
08. Perspectiva crítica.
09. Perspectiva funcionalista.
10. Perspectiva funcionalista.
11. Perspectiva sociocultural.
12. Perspectiva sociocultural.
13. Actualidad de la discusión sociológica sobre nuevos medios y nuevas tecnologías de la comunicación.
14. Actualidad de la discusión sociológica sobre nuevos medios y nuevas tecnologías de la comunicación.
15. Ayudantía bibliografía y materia del curso.
16. Prueba n° 2.