FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES UNIVERSIDAD DE CHILE | Escuela de PREGRADO

PROGRAMA DE ASIGNATURA

1. Nombre de la Actividad Curricular

Sociología de la Comunicación

2. Nombre de la Actividad Curricular en inglés

Sociology of Communication

3. Área a la que corresponde la Actividad Curricular

Sociologías de Especialidad

4. Descripción de la Actividad Curricular (No más de 200 palabras)

Difícilmente se puede explicar y comprender la sociedad contemporánea si no se considera en el análisis el rol que juegan en ella los medios y las tecnologías de la información y las comunicaciones. La enorme relevancia social, política, cultural y económica que han alcanzado los *mass media*, internet y las redes sociales virtuales en la vida cotidiana de las personas y en el devenir de las instituciones, los convierte en objeto imprescindible para las ciencias sociales y, en particular, para la sociología.

El presente curso se plantea como una introducción problematizadora y crítica respecto de las teorías sociológicas que han abordado el fenómeno de los medios y las tecnologías de la información y las comunicaciones, tanto respecto de la producción, circulación de discursos, relatos e imágenes, así como también de los usos y apropiaciones que los sujetos hacen de ellos.

Se busca que las y los estudiantes comprendan, apliquen y discutan los principales conceptos sociológicos referidos a los medios y las tecnologías de la información y las comunicaciones, 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.

*"**Observación para la inscripción del curso:** Con el fin de lograr los objetivos de aprendizaje declarados en este programa, esta asignatura requiere haber cursado y aprobado previamente el curso Sociología de la Cultura. Si se omite esta orientación, la responsabilidad de no lograr los resultados de aprendizaje recaerá únicamente en el/la estudiante que inscriba el curso sin tomar en cuenta estas consideraciones".*

5. Nombre Completo del Docente(s) Responsable(s)

Bernardo Amigo Latorre

6. Unidad Académica / organismo de la unidad académica que lo desarrolla

Facultad de Ciencias Sociales / Departamento de Sociología

7. Semestre Académico en que se dicta Ciclo de Profundización		
8. Ámbito Investigación / Investigación		
9. Horas de trabajo	Horas semanales de trabajo presencial	Horas semanales de trabajo no presencial
10. Tipo de créditos SCT	*3*	*3*
11. Número de Créditos SCT – Chile **4 créditos**		
12. Requisitos	Teoría sociológica clásica ; Análisis de información cualitativa ; Estadística correlacional ; Estrategias de investigación cuantitativa.	
13. Propósito general del curso	Lograr que las y los estudiantes conozcan, comprendan y discutan las principales perspectivas teóricas que han desarrollado la sociología y las ciencias sociales sobre los medios y las tecnologías de la comunicación y, a la vez, sean capaces de aplicarlos al análisis de fenómenos concretos de la comunicación mediática y de las nuevas tecnologías de la comunicación, generando y discutiendo investigación empírica en ese ámbito.	
14. Competencias	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	

	1b Conocer distintas corrientes teóricas de la sociología 1e Transmitir los conocimientos derivados de la práctica investigativa, así como aquellos adquiridos durante el proceso formativo.
15. Subcompetencias	1.2 Analizar los procesos históricos y las características del desarrollo de las sociedades latinoamericanas, con énfasis en la sociedad chilena, así como su vinculación con los procesos de transformación de otras sociedades. 1.4 Contribuir a generar conocimiento sociológico en el marco de estudios y/o procesos de investigación donde se articulen creativamente las dimensiones teórica, metodológica y práctica. 1.5 Comunicar los saberes disciplinares de manera pertinente a las características de distintos contextos y audiencias, utilizando diversas estrategias y formatos.

16. Resultados de Aprendizaje

1. Que las y los estudiantes comprendan y sean capaces de contextualizar, histórica, social y epistemológicamente, la investigación sociológica 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.

17. Saberes / Contenidos

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.

18. Metodología

El curso se desarrollará sobre la base de:

1. Clases expositivas.
2. Discusión y análisis de casos
3. Presentaciones de las y los estudiantes.

19. Evaluación

Notas Parciales:

1. Prueba 1 (33%)

2. Prueba 2 (33%)

3. Trabajo de Investigación (34%)

20. 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.

Si se presenta a examen, debe considerar que su nota de presentación equivale a un 70% de la nota final, y el examen a un 30% de la nota final.

REQUISITOS PARA LA 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.

Las **situaciones no cubiertas** por este programa se resolverán por las disposiciones existentes en el Reglamento General de Estudios de Pregrado de la Facultad de Ciencias Sociales (Decreto Exento Nº0045106 del 24 de noviembre de 2017).

21. Palabras Clave

Medios de comunicación; sociedad; teorías; metodologías.

22. 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 masaje. 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.

23. 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
- 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, Universi¬dad 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

24. Recursos Web

25. Programación por sesiones

1. Introducción:

Problemática de la comunicación humana.

Características generales de la comunicación mediática

2. Teorías generales de la comunicación:

   Paradigma Matemático – informacional / Paradigma Lingüístico – estructuralista

3. Teorías generales de la comunicación:

   Paradigma Pragmático – relacional

4. Consultoría prueba nº 1

5. Prueba nº 1

6. Teorías de la Comunicación Mediática:

   Perspectivas pre-científicas

7. Teorías de la Comunicación Mediática:

   Perspectiva funcionalista

8. Teorías de la Comunicación Mediática:

   Perspectiva mediológica

9. Teorías de la Comunicación Mediática:

   Perspectiva cultural

10. Nuevo escenario mediático, nuevas perspectivas teóricas

11. Consultoría prueba nº 2

12. Prueba nº 2

13. TDR's trabajo de grupos

14. Asesoría grupos (1)

15. Asesoría grupos (2)

16. Entrega trabajo de grupo