

## **MINOR EN SOCIOLOGÍA SOCIOLOGÍA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

### **I. DESCRIPCIÓN**

Este curso se estructura en torno a 4 ejes centrales. El primero da cuenta de las principales corrientes sociológicas respecto del papel que juegan los medios de comunicación en la sociedad. El segundo se centra en dar cuenta del protagonismo que han tenido éstos en los procesos de modernización, tanto de Europa como de América Latina y Chile. El tercero reflexiona sobre la emergencia de las Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación (NTICS) y sus consecuencias sociales, económicas y políticas. El cuarto y último abarca las transformaciones del quehacer político en el contexto de una nueva esfera pública mediatizada.

### **II. OBJETIVOS**

A través de este curso se espera que los alumnos comprendan por qué el estudio de los medios de comunicación es un campo de estudio relevante para la sociología, cómo se ha intentado dar cuenta de éste -desde sus inicios hasta nuestros días- y cuál es el estado del arte de la reflexión actual sobre este tema. Todo esto con el propósito de generar una reflexión en los alumnos en torno al papel que juegan los medios en la configuración de las sociedades modernas.

### **III. CONTENIDOS**

#### **UNIDAD I: LA CONSTITUCIÓN DE UN NUEVO CAMPO.**

La Deuda Sociológica con la Comunicación  
Durkheim y la Comunicación

#### **UNIDAD II: DE LA CENTRALIDAD DE LOS MEDIOS A LA CENTRALIDAD DE LA AUDIENCIA.**

La Tradición Norteamericana  
La Tradición Europea

#### **UNIDAD III: EL PAPEL DE LOS MEDIOS EN LOS PROCESOS DE MODERNIZACIÓN**

Esfera pública y modernidad.  
Teorías de la modernización, imperialismo cultural y mediaciones.

Medios y esfera pública en Chile.

#### UNIDAD IV: ¿SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN, DEL CONOCIMIENTO O DE LA COMUNICACIÓN?

La sociedad de la información y del conocimiento.

El futuro de la audiencia masiva.

La identidad mediada.

Los medios de comunicación como sistemas.

#### UNIDAD V: MEDIOS DE COMUNICACIÓN, ESPACIO PÚBLICO Y POLÍTICA.

La mirada crítica a la TV y a la Opinión Pública.

La emergencia de una nueva esfera pública:

¿Comunicación política, marketing o comunicación estratégica?

Comienzos y desarrollo de la comunicación política moderna.

Fundamentos y herramientas de la comunicación política.

Campañas políticas y opinión pública.

#### **IV. BIBLIOGRAFÍA**

Bryant y Zillman (ed.) (1996). Efectos de los Medios de Comunicación (investigaciones y Teoría). Barcelona: Paidós.

de Moragas, M. (1984). *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili,

Habermas, J. (1982). *Historia Crítica de la Opinión Pública*. Barcelona: Gustavo Gili.

McQuail, Denis (1994, 3ra ed). *Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas*, Barcelona: Paidós.

Morley, D. (1996). *Televisión, Audiencias y Estudios Culturales*.

Neuman, W. Russell (2002). *El Futuro de la Audiencia Masiva*. Santiago: FCE.

Noelle-Neumann, E. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.

Thompson, J. (1998). *Los Medios y la Modernidad*.

Wolf. Mauro (1994). *Los efectos sociales de los media*, Barcelona: Paidós.