

Programas de Estudio por Competencias

1. IDENTIFICACION DEL CURSO

Centro Universitario

Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades

Departamento:

Departamento de Sociología/Departamento de Estudios de la Comunicación Social

Academia:

Orientación en Estudios sobre Comunicación Social

Nombre de la Unidad de Aprendizaje

Sociología de la Comunicación

Clave de la Materia:	Horas de teoría:	Horas de práctica:	Total de Horas:	Valor en créditos:
SO208	64		64	9

Tipo de curso:	Nivel en que se ubica:	Carrera	Prerrequisitos:
C = curso	Licenciatura	Sociología	Ninguno

Área de formación

Especializante Selectiva en Estudios sobre Comunicación Social

Elaborado por:

Dr. Armando Ibarra López

Fecha de elaboración:

Febrero 2014.

Fecha de última actualización:

Enero de 2017. Por: Mtra. Teresa de Jesús Tovar Peña

2. PRESENTACIÓN

En el programa de este curso de la licenciatura en sociología, la orientación en la comunicación constituye una opción para comprender uno de los objetos más recientes de la problemática social contemporánea. Este curso se organiza a partir de estudios sobre la relación medios y comportamiento social y como eje central se define a partir de la revisión teórico-metodológica y de reflexión en torno a las perspectivas conceptuales que para la comprensión de la sociedad, la comunicación y la cultura, se han desarrollado a nivel internacional, en América Latina y en México. Se orienta hacia la delimitación y comprensión de las teorías y enfoques metodológicos contemporáneos que dan sentido a los campos académicos vinculados de la sociología y de la comunicación.

El curso **Sociología de la Comunicación** comprende cuatro unidades, en la primera unidad se discutirá sobre el objeto de la sociología de la comunicación y el desarrollo histórico de su constitución, en la segunda unidad se revisará los principales enfoques, e investigaciones sobre la relación de medios y sociedad. En la tercera unidad revisaremos los enfoques predominantes de efectos, de recepción y la denominada sociedad mediatizada, para concluir en un cuarto capítulo analizando a los principales autores que han realizado estudios sobre el estado de la investigación de la comunicación social en México.

3. UNIDAD DE COMPETENCIA

- Analizar y comparar las principales teorías sociológicas para el conocimiento e interpretación de los fenómenos sociales en su relación con los medios masivos de comunicación.

- Identificar las principales influencias de las aportaciones sociológicas a la comunicación y de la comunicación a la sociología y a las ciencias sociales.
- Reconocer y reconstruir diversas dimensiones y niveles de análisis de la sociedad contemporánea desde múltiples ópticas para entender la operación compleja, múltiple y cambiante de los medios de difusión masiva en las sociedades contemporáneas.

4. SABERES

Saberes Prácticos	<ul style="list-style-type: none"> • Que los estudiantes refuercen su capacidad de problematizar conceptualmente a “los medios de comunicación”, mediante el reconocimiento de las condiciones históricas en que funcionan, los diversos aspectos que los constituyen social y culturalmente y las teorías y enfoques que los enmarcan para su estudio. • Que los estudiantes se sensibilicen, a partir de las de teorías y metodologías revisadas a lo largo del curso, a observar fenómenos de la realidad social y comunicacional para llegar a identificar y explicar esa realidad.
Saberes Teóricos	<ul style="list-style-type: none"> • Los estudiantes conocerán las más importantes escuelas y enfoques sobre el estudio de los medios de difusión y las industrias culturales, y serán capaces de relacionarlas conceptualmente con otras dimensiones de la explicación social de la sociedad contemporánea. Esto implica a su vez la articulación compleja de diversos enfoques disciplinarios, teorías y marcos metodológicos, en el análisis sociológico de las industrias culturales, desde una epistemología que se fundamenta en la complejidad, multidimensionalidad y constante cambio del entorno histórico-social.
Saberes Formativos	<ul style="list-style-type: none"> • Que los estudiantes se apropien de los recursos intelectuales pertinentes para representar, desde un paradigma de la complejidad sociohistórica, los factores estructurales y las interacciones que constituyen a los medios masivos de comunicación como espacio de prácticas sociales múltiples, en diversas escalas espacio-temporales.

5. CONTENIDO TEÓRICO PRÁCTICO (Temas y subtemas)

I. El objeto y desarrollo de la sociología de la comunicación

- 1.1 Antecedentes intelectuales y sociales de la teoría social y su relación con los antecedentes intelectuales en el estudio de la comunicación y con el surgimiento evolución de los medios de comunicación y las tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC´S).
- 1.2 El estatuto científico de la sociología de la comunicación
- 1.3 El objeto de la sociología de la comunicación
- 1.4 Perspectiva global de la sociología de la comunicación
- 1.5 Principales enfoques vistos desde perspectivas históricas

II. Enfoques, acercamientos, teorías e investigaciones de la relación medios y sociedad

- 2.1 Hacia una economía política de las industrias culturales/ Comunicación y Cultura.
- 2.2 Medios y Política: Los medios y el poder ¿Poder de los medios?
- 2.3 La cultura y los medios.
- 2.4 Mediaciones 1: Industrias culturales, estructura social y movimientos sociales.
- 2.5 Mediaciones 2: Medios y socialización
- 2.6 Organizaciones y medios: Profesiones, burocracias, articulaciones e intereses corporativo-institucionales.
- 2.7 Mediaciones tecnológicas: Tecnología e industrias culturales.
- 2.8 Mediaciones expresivas. Mensajes, discursos, propuestas de sentido; construcción social de la realidad.

III Los enfoques predominantes en la actualidad

- 3.1 Estudios de Efectos
- 3.2 Estudios de recepción
- 3.3. La sociedad mediatizada

IV. La investigación de la comunicación social en Latinoamérica y México. Aportes más cercanos en el ámbito geográfico y en el tiempo histórico.

6. ACCIONES

- Lectura crítica de material bibliográfico.
- Elaboración de reseñas.
- Seminario.
- Elaboración de ensayo.
- Observación de la realidad social-comunicación, a partir de recursos teóricos y metodológicos.

ELEMENTOS PARA LA EVALUACIÓN

7. Evidencias de aprendizaje	8. Criterios de desempeño	9. Campo de aplicación
<ul style="list-style-type: none"> • Notas de lectura elaboradas • Exposición en sesión de seminario • Participación en sesiones de seminario • Ensayo final. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recensión del texto adecuadamente elaborada y referida • Discusión suscitada y centrada en la propuesta del autor • Pertinencia de las intervenciones • Carácter publicable (forma y contenido) en una revista académica del campo y como apartado del documento de tesis 	<ul style="list-style-type: none"> • Procesamiento de información académica • Capacidad de exposición académica • Capacidad de discusión académica • Expresión escrita de acuerdo con las convenciones del campo académico • Observación de la realidad social-comunicación, a partir de recursos teóricos y metodológicos.

10. CALIFICACIÓN

El desempeño de cada estudiante será evaluado mediante su participación en las siguientes actividades. Se evaluará entrega oportuna y calidad de cada una de ellas.	
Ejercicios participación en clase	40%
Exposiciones	30%
Ensayo sobre teorías (3 entregas, 10% c/u)	30%
Total	100%

11. ACREDITACIÓN

- Cumplir con el 80% de asistencia al curso

- Cumplir como mínimo con el 80% de prácticas en el aula virtual y extraclase.
- Obtener como mínimo 60 de calificación como resultado de su desempeño a lo largo del semestre (según los criterios de calificación).

12. BIBLIOGRAFÍA¹

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

I. El objeto de la sociología de la comunicación

- Antecedentes intelectuales y sociales de la teoría social y su relación con los antecedentes intelectuales en el estudio de la comunicación y con el surgimiento evolución de los medios de comunicación y las tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC'S).
- Ritzer, George (1993)". Esbozo histórico de la teoría sociológica: primeros años (Capítulo I) "**Teoría sociológica contemporánea**", pp. 3-52, McGraw Hill, España. **(Biblioteca central CUCSH. 301.01 RIT 2012)** En línea: <http://sociologos.com/2012/02/20/pdf-libro-teoria-contemporanea-de-ritzer-george/>
- Ritzer, George (2001) **Teoría sociológica clásica**, Mc Graw Hill, España. Cap. 3 Auguste Comte y cap. 4 Herbert Spencer. En línea: <http://sociologos.com/2012/02/20/pdf-libro-teoria-contemporanea-de-ritzer-george/>

1.1 El estatuto científico de la sociología de la comunicación

- Martino Liuz C. "Elementos para una epistemología de la comunicación", en Maria Inmacolata Vasallo y Raúl Fuentes Navarro **Comunicación campo y objeto de estudio**, ITESO, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Universidad de Colima y Universidad de Guadalajara, México. **(Biblioteca central CUCSH 302.2072 COM)**
- VASALLO, Maria Inmacolata (2001) Reflexiones sobre el estatuto disciplinario del campo de la comunicación. En, Maria Inmacolata Vasallo y Raúl Fuentes, **Comunicación. Campo y objeto de Estudio**, México, Instituto Tecnológico y de Estudios superiores de Occidente, 43-58. **(Biblioteca central CUCSH 302.2 LUC)**

1.2 El objeto de la sociología de la comunicación

- LUCAS, Antonio, GARCÍA, Carmen y RUIZ, J. Antonio (1999) La comunicación en las Ciencias Sociales. En **Sociología de la Comunicación**, Madrid, Editorial Trotta, 13-38. Brenda
- LUCAS, Antonio, GARCÍA, Carmen y RUIZ, J. Antonio (1999) La comunicación mediada. En **Sociología de la Comunicación**, Madrid, Editorial Trotta, 79-97.
- LUCAS, Antonio, GARCÍA, Carmen y RUIZ, J. Antonio (1999) La comunicación colectiva y sus funciones. En **Sociología de la Comunicación**, Madrid, Editorial Trotta, 121-147.

1.3 Perspectiva global de la sociología de la comunicación

- Ibarra López Armando M. (2001) "La investigación en comunicación masiva y comportamiento social: Una visión de su historia y concepción" en **Comunicación y sociedad**, Num. 40, julio-diciembre 2001, Universidad de Guadalajara, México.
- Maigret, Éric (2005) **Sociología de la Comunicación y de los Medios**. México: Fondo de Cultura Económica, Capítulo 2.

1.4 Principales enfoques vistos desde la perspectiva histórica

- MIEGE, Bernard (1996) Las corrientes fundadoras (años cincuenta y sesenta), en Bernard Miege, **El pensamiento comunicacional**, Universidad Iberoamericana, cátedra UNESCO, p 5 a 44.
- MIEGE, Bernard (1996) La expansión de las problemáticas (años setenta y ochenta), en

¹ Al final de algunas fichas bibliográficas, se indica entre paréntesis el número de clasificación correspondiente al acervo del Centro de Documentación del Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS) o de la Biblioteca Central del CUCSH, de la Universidad de Guadalajara.

Bernard Miege, **El pensamiento comunicacional**, Universidad Iberoamericana, cátedra UNESCO, p 45 a 84. **(DECS 302.2 MIE 1996)**

- Toussaint, Florence (1984) *Crítica de la información de masas*. México: Trillas.
- Lozano, José Carlos (2007) *Teoría e Investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson/Prentice Hall.

II. Enfoques, acercamientos, teorías e investigaciones de la relación entre medios y sociedad

2.1 Hacia una economía política de las industrias culturales.

- Hernández Lomelí Francisco (2000) “La internacionalización de la televisión: Reflexiones para su investigación”, en Guillermo Orozco (coord.) **Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el Siglo XXI**, Ediciones de la Torre, Madrid. pp 77-93
- Sánchez Ruiz, Enrique y Rodrigo Gómez García (2011) “Economía Política de la Comunicación y la Cultura” Portal de la Comunicación InCom-UAB: El portal de los estudios de comunicación, 2001-2011. Recuperado de http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=62 Lecciones ISSN 2014-0576

2.2 Medios y Política: Los medios y el poder ¿Poder de los medios?

- Gaouthier, Gilles (1998) “El análisis de contenido de los debates públicos” en Gilles Gauthier y otros, **Comunicación y política**, ed. Gedisa, Barcelona, España. Pp. 394-411. **(DECS 302.2 COM)**
- ACEVES GONZÁLEZ, Francisco (2013) “Poderes fácticos, comunicación y gobernabilidad: un acercamiento conceptual”. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Nueva Época, Año LVIII, núm. 217, enero-abril, pp. 269-280. En línea: http://www.google.com.mx/url?sa=t&ret=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.revistas.unam.mx%2Findex.php%2Frmspys%2Farticle%2Fdownload%2F42190%2F38336&ei=90y_VJ_LsXloAST7IE4&usg=AFQjCNHoah7p-Xy4XZvwDkdPkhwYjQDPHg
- WRIGHTS, CH. R. (1986) “Distintos Sistemas de Comunicación: Estudio de algunos casos” Ch. R. Wright *Comunicación de masas*. México: Paidós.

2.3 La cultura y los medios.

- Thompson, John B. (1993) **Ideología y cultura moderna**. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas. México: UAM-Xochimilco, Cap. 3: “El concepto de cultura, pp. 183-229.

2.4 Mediaciones 1: Industrias culturales y movimientos sociales.

Peterson, Abbey y Hakan Thörn (1999) “Movimientos sociales y modernidad de los medios de comunicación. Industrias de los medios de comunicación, ¿amigos o enemigos?”, en **Comunicación y Sociedad**, Núm. 35, ene-jun, pp. 11-43. En línea: http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/sites/default/files/a1_14.pdf

2.5 Mediaciones 2: Medios y socialización

- Ibarra, López, Armando M. (2000) “Socialización política y televisión. Un recorrido por sus principales enfoques metodológicos”, en G. Orozco (coord.) **Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el Siglo XXI**. Madrid: Ediciones de la Torre.

2.6 Organizaciones y medios: Profesiones, burocracias, articulaciones e intereses corporativo-institucionales.

- Hernández, María Elena (1997) **Sociología del periodismo**. Universidad de Guadalajara-CUCSH, Guadalajara: “La sociología de la producción de noticias: Una introducción” (pp. 15-23) y “El estudio sociológico de la producción noticiosa” (pp. 147-163).

2.7 Mediaciones expresivas. Mensajes, discursos, propuestas de sentido; construcción social de la realidad.

- Verón, Eliseo (1976) "Ideología y comunicación de masas: La semantización de la violencia política", en E. Verón et al **Lenguaje y Comunicación Social**. Buenos Aires: Nueva Visión. francisco
- ECO Umberto (1986) ¿El público perjudica a la televisión? En M. De Moragas (coord.) **Sociología de la comunicación de masas**. México: Gustavo Gili, pp. 286-303. BRENDA

III Los enfoques predominantes en la actualidad

3.1 Estudios de Efectos

- McCOMBS, Maswell (1996) Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. En BRYANT, Jennings y ZILLMANN, Dolf, **Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías**, España, Paidós, 13-34. En línea: <http://es.scribd.com/doc/85851614/Los-efectos-de-los-medios-de-comunicacion-investigaciones-y-teorias-Escrito-por-Jennings-Bryant-Dolf-Zillmann> PERLA
- GEORGE, Gerbner, LARRY, Gross y otros (1996) Crecer con la televisión: perspectiva de aculturación. En BRYANT, Jennings y ZILLMANN, Dolf, **Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías**, España, Paidós, 35-66.
- GUNTER, Barrie (1996) Acerca de la violencia de los media. En BRYANT, Jennings y ZILLMANN, Dolf, **Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías**, España, Paidós, 223-286.
- JACKSON, Richard (1996) El impacto de los media explícitamente sexuales. En BRYANT, Jennings y ZILLMANN, Dolf, **Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías**, España, Paidós, 329-364.
- STEWART, David y WARD, Scott (1996) Efectos de los media en la publicidad. En BRYANT, Jennings y ZILLMANN, Dolf, **Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías**, España, Paidós, 423-486.
- BROWN, Jane y WALSH-CHILDERS, Kim (1996) Efectos de los media sobre la salud personal y pública. En BRYANT, Jennings y ZILLMANN, Dolf, **Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías**, España, Paidós, 517-554.
- RUBIN, Alan (1996) Usos y efectos de los media: una perspectiva uso y gratificaciones. En BRYANT, Jennings y ZILLMANN, Dolf, **Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías**, España, Paidós, 555-582.
- ZILLMANN, Dolf y BRYANT, Jenings (1996) El entretenimiento como efecto de los media, **Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías**, España, Paidós, 583-616. (DECS 302.23 EFE)

3.2 Estudios de Recepción

- Curran James (1997) "El decenio de las revisiones. La investigación de comunicación de masas en los años 80" en D. Dayan (comp) **En busca del público**, Gedisa, Buenos Aires, p 49-81. (DECS 384.554 BUS 1997)
- CORONA, Sarah (2000) De los medios a los sujetos. Una trayectoria para abordar la comunicación desde los actores. En OROZCO, Guillermo, **Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI**, España, Ediciones de la Torre, 95-107.
- Video "Métodos horizontales" Conferencia inaugural Maestría en Ciencias Sociales. 2017. <https://www.facebook.com/saved/?cref=28>
- CURRAN, James, El decenio de las revisiones, la investigación en comunicación de masas, en D. Dayan **En busca del público**, Gedisa, Buenos Aires, 49-81.
- NIGHTINGALE, Virginia (1999) La perspectiva de la audiencia y la crítica de los medios de comunicación. En **El estudio de las audiencias. El impacto de lo real**, España, Paidós

Comunicación, 19-48. (**DECS 302.33 NIG 1999**)

- CORNER, John (1997) Géneros televisivos y recepción. En DAYAN, Daniel, **En busca del público**, España, Gedisa, 135-144.
- LIVINGSTONE, Sonia y PETER Lunt (1997) Un público activo, un telespectador crítico. En DAYAN, Daniel, **En busca del público**, España, Gedisa, 169-184.
- WOLF, Mauro (1997) El análisis de la recepción y la investigación sobre los medios. En DAYAN, Daniel, **En busca del público**, España, Gedisa, 329-334.
- JENSEN, B. Klaus, ROSENGREN, K. Erick (1997) Cinco tradiciones en busca del público. En DAYAN, Daniel, **En busca del público**, España, Gedisa, 335-370.

3.3 La sociedad mediatizada

- Orozco, Guillermo (2007) "Comunicación social y cambio tecnológico: Un escenario de múltiples desordenamientos", en Denis de Moraes **Sociedad mediatizada**, Gedisa, Barcelona, España. En línea: <http://www.comminit.com/la/node/149885> BLANCA
- Mattelart Armand (2007) ¿Hacia qué <Nuevo orden mundial de la información>? en Denis de Moraes **Sociedad mediatizada**, Gedisa, Barcelona, España.
- DORFMAN, ARIEL; Mattelart, Armand; Para leer al Pato Donald México: Siglo XXI editores, 2005.

IV. La investigación de la comunicación social en Latinoamérica y México

- FUENTES, Raúl (2005) El campo académico de la comunicación en México como objeto de análisis auto-reflexivo. En, José Carlos Lozano, **La comunicación en México: diagnósticos, balances y retos**, México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, CONEICC, 29-63.
- Lozano, José Carlos (2006) "Tendencias actuales en la investigación mexicana de la comunicación de masas", en Martell, Rizo y Vega (comps.) **Políticas de Comunicación Social y Desarrollo Regional en América Latina**, Vol. II. México: Universidad Autónoma de la Ciudad de México/Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. (**Biblioteca Central CUCSH 302.23 POL 2006**) En línea: http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB4QFjAA&url=http%3A%2F%2Fcinco.mty.itesm.mx%2Fcimagen%2Ftexto_3.doc&ei=176AVLflIYixyASrwoK_oBw&usq=AFQjCNH1ibqBzcHdztVXXm21iOCtBqO_0g&bvm=bv.80642063,d.aWw
- Sánchez Ruiz, Enrique E. (2002) "La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social: Notas para una agenda" en **Diálogos de la Comunicación**, Núm. 64, Noviembre de 2002 (Lima, Perú). En línea: http://www.google.com.mx/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CBwQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.researchgate.net%2Fprofile%2FEnrique_Sanchez-Ruiz%2Fpublication%2F27391842_La_investigacin_latinoamericana_de_la_comunicacin_y_su_entorno_social_notas_para_una_agenda%2Flinks%2F54079b370cf23d9765ad158a&ei=y7qAVKTvGMAOyASMvoDqBq&usq=AFQjCNHccd9NwTXx-O43dFy7ocmokvpBig