

PLAN ANALITICO

1. Datos Informativos

Carrera: COMUNICACIÓN SOCIAL

Nombre de la asignatura: SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACIÓN

Modalidad: x Presencial Semipresencial A distancia¹

Número de créditos:

Nivel: 2°

2. Descripción de la asignatura o módulo

Sociología de la comunicación se presenta dentro del plan enseñanza de comunicación social como el espacio para reflexionar sobre el papel que desempeñan los medios de comunicación en la sociedad y para analizar el servicio que presta el comunicador en el ejercicio de su profesión. Profundizar en la dinámica de los medios de comunicación y en las relaciones que establecen con otras instituciones sociales para entender la comunicación de masas, sus bondades y limitaciones.

3. Objetivos o competencias de aprendizaje

- Adquirir nociones de análisis social y comunicativo que les permitan poder realizar una lectura crítica de la cultura contemporánea.
- Analizar el papel de los medios de comunicación de masas como elementos integradores de la vida en sociedad.
- Conocer las teorías sobre el papel de los medios de comunicación en la sociedad que más han influido sobre el pensamiento iberoamericano.
- Conocer, comprender y analizar críticamente la relación entre los productos audiovisuales y los diversos factores socioculturales que intervienen en la recepción y consumo.
- Reflexionar sobre la realidad social, cultural, política y de los medios de comunicación y sus interrelaciones con el contexto ecuatoriano, latinoamericano y mundial.

4. Contenidos cognitivos procedimentales y actitudinales

¹ Los planes analíticos de la modalidad a Distancia que prevean apoyo de las tecnologías de la información y la comunicación deberán considerar el Art.28 del Reglamento Especial para Programas de Educación con el Apoyo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs).

UNIDAD 1: Del estudio de la sociedad a la sociología de la comunicación

- 1.1 El estudio de la comunicación en la sociedad
- 1.2 Sociedad de Masa
- 1.3 Cultura de Masa y Opinión pública
- 1.4 Innovaciones tecnológicas y el inicio de la industria de los medios técnicos de comunicación.

UNIDAD 2: Marcos teóricos sociológicos aplicados al estudio de la comunicación

- 2.1 La Sociología de la Comunicación: inicios y ámbito de investigación
- 2.2 Investigación sobre medios de comunicación de masa, contenidos y opinión pública: La Escuela de Frankfurt y el Funcionalismo estadounidense.
- 2.3 Investigación sobre la comunicación interpersonal: Interaccionismo simbólico y la Universidad de Chicago
- 2.4 Escuela de Palo Alto, Estructuralismo, Postmodernismo y otras corrientes sociológicas.

UNIDAD 3: Los medios de comunicación de masa

- 3.1 Los medios de comunicación como instituciones mediadoras.
- 3.2 El proceso de producción en los medios de comunicación:
 - *Making News*
 - Teoría del *Gatekeeping*
 - Teoría Agenda-setting
 - Las fuentes
- 3.7 Perfiles y actitudes profesionales
- 3.8 Los efectos de la comunicación de masas.

UNIDAD 4: La sociedad comunicativa

- 4.1 Política y comunicación
- 4.2 Economía y Comunicación
- 4.3 Globalización y comunicación
- 4.4 La sociedad del conocimiento y la información

5. Métodos de aprendizaje

La metodología de aprendizaje es didáctico-participativa, estructura la formación según la alternancia de elementos teóricos y actividades prácticas, fundamentales para el correcto desarrollo del proceso de aprendizaje. El momento formativo es caracterizado por la constante presencia de dialogo que estimula la definición de los argumentos a tratar mediante espacios programados de preguntas dirigidas a los estudiantes. La interactividad desarrollada tiene el objetivo de desarrollar debates controlados sobre argumentos de específicos interés, facilitando la identificación de particulares problemas o dificultades y la consecuente construcción de soluciones. La metodología didáctico-participativa utiliza como instrumentos principales la exposición de contenidos y la aplicación práctica permitiendo una rápida y correcta asimilación de los temas tratados.

En el desarrollo de la capacitación se ha trabajado de forma individual y grupal utilizando las siguientes herramientas:

- Trabajo con documentos de apoyo
- Discusiones en grupo
- Participación en los foros y Chats en el ambiente virtual
- Debates
- Exposiciones
- Técnicas de investigación social

6. Evaluación

La asignatura será evaluada mediante dos exámenes, uno parcial y uno final de 20 puntos cada uno, pruebas cortas y discusiones en clase, y trabajos de investigación. Así se conformará la nota previa que tendrá un peso de 30 puntos por interciclo.

7. Planificación de actividades

Objetivos	Actividades de aprendizaje			Recursos	Criterios de Evaluación	Puntaje	Tiempo
	Presencial	Trabajo autónomo	En el AVAC ²				
UNIDAD 1: Ubicar en el contexto actual el debate acerca de la relación entre las ciencias de la comunicación y las demás ciencias sociales, particularizando la relación sociología-comunicación.	Actividad N° 1 - 2- 3 Exposición de temas Estudio de casos Debate	Actividad N° 4 Investigación y análisis de casos	Actividad N° 5 Foro de profundización sobre temas de estudio	Videos para casos de estudio. Diapositivas y documentos relacionados	Desarrollo y presentación del análisis realizado sobre los casos de estudio. Investigación sobre temas tratados	15 puntos	

² Este casillero se aplicará solo en el caso de asignaturas que trabajen con apoyo de las TICs.

<p>UNIDAD 2:</p> <p>Analizar las corrientes teóricas de la sociología que han tomado nota del fenómeno comunicacional.</p> <p>Estudiar el rol de receptor y emisor de medios de Comunicación.</p>	<p>Actividad N° 1</p> <p>Presentación de trabajos</p> <p>Trabajos de socialización</p> <p>Juego de roles</p>	<p>Actividad N° 2</p> <p>Investigación sobre autores clásicos</p>	<p>Actividad N° 3</p> <p>Foro de participación individual, tema: Investigación sobre medios o cantidad o cualidad?</p>	<p>Material de estudio</p> <p>Aulas virtuales</p> <p>Textos bibliograficos</p>	<p>Presentación del material didáctico tratado.</p> <p>Investigación sobre medios y públicos: Opinión pública sobre temas de interés social</p> <p>EXAMEN INTERCICLO</p>	<p>15 puntos</p> <p>20 puntos</p>	<p>22 horas</p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------	-----------------

<p>UNIDAD 3:</p> <p>Analizar el rol de los medios masivos de comunicación, su lógica de producción y mecanismos de selección de contenido.</p> <p>Reflexionar sobre el rol profesional de los comunicadores</p> <p>Brindar herramientas para permitir a los estudiantes comenzar a consolidar su perfil de investigadores.</p>	<p>Identificación de criterios de producción en los medios masivos internacionales</p> <p>Análisis de medios nacionales y rol de los profesionales de la comunicación</p>	<p>Estudio de casos</p> <p>Investigación: Programación de medios y efectos en el publico</p>	<p>Socialización sobre desarrollo del trabajo de investigación.</p>	<p>Periódicos y tele-noticieros nacionales</p> <p>Laboratorio: Cámara de Gessell</p>	<p>Desarrollo, presentación y exposición de la investigación</p>	<p>15 puntos</p>	<p>28 horas</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------	------------------	-----------------

<p>UNIDAD 4:</p> <p>Evaluar el impacto socio comunicacional de la globalización y de la comunicación en la era computarizada.</p>	<p>Debate</p> <p>Presentación de trabajos</p>	<p>Lectura de documentos de reflexión</p>	<p>Foro de participación individual, tema: Comunicación y globalización, nuevos espacios sociales de interrelación</p>		<p>Presentación y exposición de las reflexiones realizadas</p> <p>Examen final individual escrito y oral</p>	<p>15 puntos</p> <p>20 puntos</p>	<p>14 horas</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------	-------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------	-----------------

8. Bibliografía comentada

BAUMAN, Zygmunt, *Modernidad Líquida*, Editorial Fondo de Cultura Económica; Mexico DF, 2004.

CASTELLS, Manuel, *La sociedad red: una visión global*. Madrid, Alianza Editorial, 2006, 558 páginas.

CASTELLS, Manuel *Comunicación y Poder*. Madrid, Alianza Editorial, 2009, 680 páginas.

MAIGRET, Eric: *Sociología de la comunicación y los medios*, Fondo de Cultura Económica, Bogotá, Colombia, 2005, 504 páginas.

MATTELART, Armand y Michelle, *Historias de las teorías de la comunicación*, Paidós, Buenos Aires, Argentina, 1997.

McQUAIL, Denis; *Introducción a la teoría de la comunicación de masas* (3° ed.). Paidós, Barcelona, España, 2000.

MORAGAS, Miquel de: *Sociología de la comunicación de masas*, (4° ed.), Gustavo Gili, México, 1994.

SARTORI, Giovanni; *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Santillana, Madrid, España, 244 páginas.

WOLF, MAURO. *La investigación de la comunicación de masas: Crítica y perspectivas*, Editorial Paidós, Barcelona / Buenos Aires, 1994.

RECTORADO