

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

NOMBRE DE LA ASIGNATURA SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

Código SNIES: 106628

Calificado Resolución No. 29792 del 29 diciembre de 2017 - Ministerio de Educación Nacional

Misión

El Proyecto curricular de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, en concordancia con la misión de la Universidad, orientada a "democratizar el acceso al conocimiento", se inscribe en la apertura de los estudios, la investigación, la formación académica y profesional de la comunicación y el periodismo en el ámbito de la ciudad-región. Con ello se busca, dado el actual contexto sociopolítico de la Nación y la urgencia de contribuir a un mejor vivir, el fortalecimiento de los procesos de democratización, cohesión, inclusión y reconstrucción del tejido social.

Visión

El proyecto curricular de Comunicación Social y Periodismo se inscribe en el marco de la excelencia, exaltando la calidad, basada en un programa de alto contenido social y humanístico, con metas de equidad y competitividad, que posibiliten un alto rendimiento de los egresados, fundamentalmente en competencias humanas y ciudadanas. En esta perspectiva, todo el currículo, los saberes, las aptitudes y actitudes están orientadas a la formación profesional e investigativa para el desarrollo social y cultural, generando un sentido de pertenencia y apropiación de la ciudad, la región y de una Colombia verdaderamente democrática con oportunidades para todos.

Perfil de Egreso.

El profesional del Programa será competente para

- Investigar, procesar y divulgar comunicación e información de interés local, nacional, regional e internacional.
- Producir contenidos de alta calidad comunicativa y/o periodística, con nuevas estéticas y narrativas socioculturales de la Nación, la Ciudad-región y el mundo.
- Generar contenidos socioculturales y políticos que contribuyan a la construcción de una opinión pública de carácter democrática y social.
- Desarrollar programas comunicativos e informativos de divulgación de la ciencia, la cultura y el arte.
- Participar en la configuración de políticas públicas para formar nuevos actores sociales en la construcción de ciudadanías y el desarrollo social y cultural comunitario.
- Formular, gestionar y coordinar proyectos socioculturales de alto alcance e impacto en las dinámicas de desarrollo local y/o nacional.
- Dirigir y gestionar procesos comunicacionales de carácter estratégico, en organizaciones sociales y entidades públicas y privadas.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

- Investigar desde las ciencias sociales y humanas en el campo de la comunicación y el periodismo y participar en redes de investigación interdisciplinarias.

1. IDENTIFICACIÓN DEL SYLLABUS

FECHA: enero 30 de 2023	PERIODO: 2023-1
SABER: Sociología de la comunicación	
CÓDIGO: (23908)	SEMESTRE: (II Comunicación social y periodismo)
GRUPOS: 052-2, 052-3, 052-4.	
LÍNEA DE FORMACIÓN: CONCEPTUAL E HISTÓRICO.	
CICLO CURRICULAR: FUNDAMENTACIÓN	
NÚMERO DE CRÉDITOS: 4 créditos	HTD: 2 HTC: 2 HTA: 5

2. DESCRIPCIÓN GENERAL

Las dos preguntas iniciales para plantear una sociología de la comunicación son: ¿cuál es el papel de los medios masivos de comunicación respecto a la dominación? y ¿cuáles han sido las transformaciones en los ámbitos de interés de la sociología sobre el campo de la comunicación? Para ello se partirá de un rastreo desde la emergencia de este campo en la tercera década del siglo XX, hasta la actualidad. Donde se explorarán las perspectivas teóricas, que se desarrollan tanto en Europa como en Norteamérica, en sus diferentes expresiones: la Escuela de Chicago, la Escuela de Columbia (Mass Communication Media Research), la Escuela de Frankfurt, la Escuela de Birmingham. Y se hará una indagación sobre la doble implicancia de las Nuevas Tecnologías y de la Sociedad de la Información al campo de la comunicación visto desde la sociología.

El curso que se propone da mayor valor a las perspectivas críticas, como opción epistemológica, partiendo de la tesis de los *mass media* como cuarto poder, en el mundo contemporáneo, desde la correlación entre el gran capital y las empresas mediáticas, en las esferas política y pública. Con el fin de trazar en la palestra, que la construcción de un discurso para la opinión pública el día de hoy, no está exenta de una toma de postura y que al contrario de lo planteado por las escuelas de sociología que estudiaron la comunicación en los años 30 y 40 del siglo XX, este campo está atravesado por la categoría dominación como ningún otro.

Haciendo una analogía, la comunicación es un instrumento en el orden simbólico usado tanto por los grupos sociales en el poder, como por los contrapoderes y la subalternidad. Con ello, no se hace equiparable la incidencia, sino el *uso*, pues no hay punto de comparación entre la posibilidad que tiene el Estado, el Mercado (visto en las corporaciones que manejan el mundo) y los grupos en el poder (oligarquías, para el caso latinoamericano), frente a los movimientos sociales, las minorías en todos los órdenes, que desde el margen y con lo elemental, confrontan los modelos económicos, políticos, culturales, el neocolonialismo, etc.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

Una de las dimensiones que el propio Imperio Romano en la antigüedad, sostuvo como instrumento de la dominación fue el lema, hecho práctica: "*pan y circo*". Podría entenderse que los gladiadores fueran manjar para los leones, pero también el ansia de sangre de los espectadores los devoró. Esta compleja combinación de esclavitud, cuerpo, disposición del tiempo, espectáculo, violencia y poder: ¿qué diferencia estructural encuentra en la actualidad frente a los medios de comunicación? es una de las preguntas teóricas del curso.

La pregunta por el Mercado, que condiciona la comunicación en su dimensión pragmática, surge del volumen de información que pulula en la Internet, sobre todo tipo de nimiedades, donde la esfera pública ha sido excluida como escenario en términos de construcción de sentido de lo social.

A tal punto llega la presencia del capital privado en los medios, que no es posible a primera vista desenmarañar la tarea de comunicadores/comunicadoras sociales y periodistas, quienes teóricamente, es necesario que indaguen como profesionales ¿a quién se deben: al Estado, al Mercado, a la sociedad? ¿Habrá equilibrio en las respuestas? ¿Será posible que las personas dedicadas a la comunicación y el periodismo se emancipen del Mercado? Esperamos que al final del curso, se desanude esa madeja y de cuenta de los intereses sociológicos en el campo de la comunicación, que permita crear un lugar en el mundo, a través de algunas herramientas conceptuales.

OBJETIVOS DE FORMACIÓN.

-El objetivo general del curso es dimensionar la relación entre el campo de la comunicación y la dominación.

1. Diferenciar algunas perspectivas teóricas desde la sociología de la comunicación para la comprensión de problemas sociales.
2. Definir por qué los medios de comunicación median la realidad y su comprensión.
3. Analizar medios internacionales a la luz de diferentes perspectivas teóricas desde la sociología de la comunicación.
4. Identificar el periodismo y la comunicación como escenarios potenciales para la construcción de la esfera pública.

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

Programa de Comunicación Social y Periodismo

5. Rastrear medios que pertenezcan al entorno latinoamericano, para analizar su incidencia en el campo comunicativo.

4- RESULTADOS DE APRENDIZAJE (resultados de formación):

Enunciados que permiten reconocer la concreción de la misión universitaria que se manifiesta en la constitución de sujetos, profesionales, investigadores y ciudadanos, en el contexto de un plan curricular específico y relacionado con los objetivos formativos determinados para cada componente y ciclo respectivo y en comunión con las funciones sustantivas (formación y docencia, investigación, creación e innovación y extensión o proyección social) de la acción universitaria.

Los resultados que se esperan al final del curso en cada dimensión, se van a proponer desde las dimensiones sugeridas por el proyecto curricular y la facultad:

1. *Constitución de sujetos:* Habilidad de comprender la teoría para darse un lugar en el mundo.

2. *Constitución de profesionales:* Capacidad para usar las herramientas conceptuales para acunar una lectura situada de la realidad social que se proyecte en la vida laboral.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

3. *Constitución de investigadores, investigadoras:* Identificación de temas y problemas de interés que sean punto de partida para el desarrollo de propuestas comunicativas y periodísticas delineadas desde las herramientas teóricas aportadas en el curso.

4. *Constitución de Ciudadanos:* Capacidad de analizar el campo de la comunicación desde una perspectiva crítica, alcanzando la categoría sujeto político, en tanto puede hacer uso de las herramientas teóricas para comprender la realidad social y actuar en ella.

1. NÚCLEOS PROBLÉMICOS.

Se proponen tres grandes núcleos problémicos:

-Núcleo teórico:

En este núcleo se pretende que a partir de las herramientas conceptuales que aportan las corrientes sociológicas, se identifiquen los pretextos y problemas estudiados en el campo de la sociología de la comunicación.

-Núcleo práctico:

Este segundo núcleo, busca que al acopiar los aportes del núcleo teórico, se realice un análisis de grandes casas editoriales, periódicos, cadenas televisivas y de noticias del mundo contemporáneo, con incidencia internacional.

-Núcleo crítico:

En este núcleo se indagará procesos comunicativos alternativos en América Latina, que han disputado el discurso a los grandes medios y contribuido a la

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

construcción de la esfera pública, indagando el papel que han cumplido en el continente.

1. EJES TEMÁTICOS

Cada núcleo problémico tendrá unas preguntas clave, que se desarrollarán durante las sesiones, y que se espera también queden abiertas en el ejercicio profesional.

-Núcleo teórico:

Diferentes escuelas desde la sociología de la comunicación, interrogando sobre el papel de los medios masivos de comunicación respecto a la dominación:

-Escuela de Chicago.

-Mass Communication Research (MCR)

-Voces disidentes de la MCR.

-Escuela de Frankfurt frente a la cultura y la comunicación.

-Los estudios culturales y la comunicación.

-Núcleo práctico:

Talleres grupales aplicados en clase por las y los estudiantes sobre medios de comunicación de incidencia internacional. CNN, BBC, Le Monde Diplomatique, Deutchsce Vel. RFI. Televisión Española, entre otros.

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

Programa de Comunicación Social y Periodismo

-Núcleo crítico:

Indagación y presentación grupal de medios latinoamericanos: populares y alternativos. Estos serán escogidos por cada grupo de trabajo.

1. PLANEACIÓN GENERAL POR CRÉDITOS ACADÉMICOS

Semana	Temáticas	HTD	HTC	HTA	Evaluación
1-3	<p>Preguntas problema</p> <p>¿Cuál es el papel de los medios masivos de comunicación respecto a la dominación?</p> <p>¿Cómo se constituye el campo de la comunicación y cuáles son sus problemas?</p> <p>¿Cuáles fueron las preguntas y campos de estudio de la Escuela de Chicago?</p>	<p>Syllabus, conceptos, metodología, formas de evaluación, acuerdos sobre fechas.</p> <p>Trabajo de análisis entrevista al Fiscal General de la Nación.</p> <p>Sesión de cátedra.</p> <p>Escritura en clase.</p>	Debate.	<p>Lecturas:</p> <p>-Pierre Bourdieu, Sobre la Televisión.</p> <p>-RUIZ SAN ROMÁN, José A. Reseña de "Comunicación, opinión pública y prensa en la sociología de Robert E. Park" de M.^a ROSA BERGANZA CONDE.</p>	<p>Escritura individual en aula a partir de las preguntas expuestas por la docente durante cada sesión.</p>

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

Programa de Comunicación Social y Periodismo

Semana	Temáticas	HTD	HTC	HTA	Evaluación
5-6-7	<p>Preguntas problema</p> <p>¿Cuáles fueron las preguntas y campos de estudio de la Mass Communication Research (MCR)?</p> <p>¿Cuáles fueron las preguntas y campos de la Escuela de Frankfurt frente la cultura y la comunicación? Perspectiva crítica.</p>	<p>Sesión de cátedra.</p> <p>Escritura en clase.</p>	Debate.	<p>Lecturas:</p> <p>-Lazarsfeld, Paul F., y Merton, Robert K. Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada.</p> <p>-Horkheimer, Max, y Theodor Adorno La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masa.</p>	<p>Escritura individual en aula a partir de las preguntas expuestas por la docente durante cada sesión.</p>
7-9	<p>Preguntas problema</p> <p>¿Cómo se puede identificar la dominación en términos simbólicos?</p> <p>¿Cuáles son los campos de</p>	<p>Sesión de cátedra.</p> <p>Escritura en clase.</p>		<p>Lecturas:</p> <p>-Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo. Dorfmann y Mattelart.</p>	<p>Escritura individual en aula a partir de las preguntas expuestas por la docente durante cada sesión.</p>

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

Programa de Comunicación Social y Periodismo

Semana	Temáticas	HTD	HTC	HTA	Evaluación
	estudio de la escuela de Birmingham?			-Stuart Hall. Discurso y poder.	
10-13	<p>Preguntas problema</p> <p>¿Cómo interpretar las versiones de la realidad que los medios masivos de comunicación presentan al público?</p> <p>¿Cuál es el papel de los medios escritos en los procesos políticos?</p> <p>¿Qué papel desempeñan los grandes medios de comunicación en la sociedad contemporánea?</p> <p>¿Qué relación tiene la</p>		Análisis de medios de comunicación con incidencia internacional.		Talleres propuestos por cada grupo de trabajo.

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

Programa de Comunicación Social y Periodismo

Semana	Temáticas	HTD	HTC	HTA	Evaluación
	profesión del periodismo con las estructuras sociales?				
13-16	Medios alternativos y populares latinoamericanos: ¿Cuál es la conexión que tienen con la realidad social? ¿Cuál es el aporte de los medios populares y alternativos a la construcción de la esfera pública		Elaboración en grupos de trabajo de indagación sobre medios latinoamericanos.	Material de referencia: Berdaguer Rauschenberg, sobre Habermas. Y el documental de Elías Castro Blanco sobre Axel Honneth.	1.Material comunicativo para presentar por cada grupo: libre en formato. 2.Conexión con la dimensión teórica.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

2. COMPETENCIAS

GENÉRICAS	FUNDAMENTALES
<p>En lo académico (<i>sugerido a manera de ilustración, según características de la asignatura</i>).</p> <p>Responder por los conceptos teóricos, metodológicos y epistemológicos, para aportar soluciones a las problemáticas asociadas al campo de la comunicación.</p> <p>Estar en capacidad de producir intelectualmente nuevos aportes críticos al campo de la comunicación, interactuando con los saberes complejos de otras disciplinas, dando a conocer dichos avances a través de los medios de difusión científicos y culturales.</p> <p>En lo profesional:</p> <p>El egresado se desempeñará en el campo profesional en las áreas privadas y públicas del quehacer de la comunicación, tanto en el campo académico, como funcional, en cualquiera de los énfasis propios del programa.</p>	<p>En lo disciplinar:</p> <p>Estar en la capacidad de responder críticamente a los actuales fenómenos de disrupción comunicativa para dar respuesta a los interrogantes que plantea el actual entorno comunicativo.</p> <p>Tener las competencias suficientes para desenvolverse adecuadamente en los actuales entornos cambiantes en el marco de la comunicación.</p> <p>En lo investigativo:</p> <p>Ser capaz de reconocer las principales problemáticas de la comunicación-incomunicación contemporánea mediatizada por los <i>mass media</i> y los agentes de poder económico y político.</p>

8. METODOLOGIA.

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

La metodología del curso contrastará la estrategia seminario y seminario taller. Como ejercicios didácticos se tendrán en cuenta, entre otros:

- Material teórico.
- Pequeñas salidas de campo.
- Uso de material de primera mano para el análisis.
- Trabajo de campo: incluye trabajo práctico dentro y fuera del aula.
- Textos escritos en clase. Este será un proceso durante el primer núcleo problémico.
- Material impreso: periódicos, revistas, boletines.
- Audiovisual: documentales. Programas de TV, noticias, series, etc.

En el núcleo problémico 1 y 2, se hará uso de la metodología taller, para verificar teóricamente los campos de análisis de la sociología de la comunicación. Y las formas como se presentan los discursos en el marco de la categoría esfera pública.

9. EVALUACIÓN.

(Sugerido a manera de ilustración) Se desarrollará en tres momentos: **heteroevaluación**, es la valoración que realiza el docente de los procesos de aprendizaje alcanzados por los estudiantes, sobre la temática desarrollada. **Autoevaluación**, se refiere a la valoración consciente y responsable que hacen los estudiantes de sus fortalezas y debilidades. **Coevaluación**, es la valoración que hacen los otros sujetos pertenecientes al mismo grupo, sobre los procesos alcanzados a nivel individual y grupal. Además, cada momento descrito en la planeación general tiene su propuesta evaluativa. La evaluación tiene las siguientes actividades.

El corte 1: será evaluado mediante los trabajos escritos individuales hechos en clase.

El corte 2: será evaluado mediante los talleres grupales aplicados en clase por las y los estudiantes sobre medios de comunicación de incidencia internacional organizados en grupos de trabajo.

El corte 3: será evaluado con la indagación y presentación de medios latinoamericanos y su contrastación teórica. Por los mismos grupo de trabajo del corte dos.

Las fechas para las respectivas valoraciones de los parámetros relacionados se estipulan de la siguiente manera:

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

Corte	Fecha	Núcleo	%
1	Marzo 6 y 7	Primer corte.	35
2	Abril 4 y 5	Segundo corte	35
3	Mayo 30 y 31	Evaluación final del curso	30

10. BIBLIOGRAFÍA GENERAL.

-Álvarez-Gálvez, Javier. 2012. Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas. Documento de trabajo 2. En: <https://eprints.ucm.es/id/>

-Berdaguer Rauschenberg, Nicholas Dieter. 2015. CAMBIOS EN EL CONCEPTO DE ESFERA PÚBLICA (1962-2008) EN JÜRGEN HABERMAS. En: Question: Revista especializada en periodismo y comunicación. Vol. 1, N.º 46 (abril-junio de 2015) En: http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/47682/Documento_completo__.pdf?sequence=1&isAllowed=y

-Bourdieu, Pierre. 2005. Sobre la televisión. Ed. Anagrama. Barcelona. Edición de Compactos.

-Gómez Boyacá, Alexandra. 2019. Cuando el Cauca dejó de ser noticia. <https://prezi.com/alvfyln21ys/cuando-el-cauca-dejo-de-ser-noticia/>

-Dorfmann Ariel y Mattelart, Armand. 1972. Para leer al Pato Donald. Comunicación de masa y colonialismo. Siglo XXI edts. Argentina. Pdf.

-Dorfles, Gillo. 1984. Símbolo, comunicación y consumo. Editorial Lumen. 4 edición. Barcelona.

-Fiscalía General de la Nación y Fundación Restrepo Barco. 2001. Niñez, delito y medios de comunicación. Bogotá.

-Fernández, Maximiliano. 2016. La sociología de la comunicación y la Mass Communication Research: tradición y actualidad. Universidad del Zulia. Espacio Abierto, vol. 25, núm. 3, pp. 133-142.
<https://www.redalyc.org/journal/122/12249678009/html/>

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

Programa de Comunicación Social y Periodismo

-Hall, Stuart. 2013. Discurso y poder. Huancayo -Perú. En: https://www.academia.edu/7138410/Discurso_y_poder_libro_Stuart_Hall

-Horkheimer, Max, y Theodor, Adorno. La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas. Publicado en HORKHEIMER, Max y ADORNO, Theodor, Dialéctica del iluminismo, Sudamericana, Buenos Aires, 1988. En: <https://www.infoamerica.org/>

-Lazarsfeld, Paul F., y Merton, Robert K. 1977. 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. PGS. 1-14 En: <https://www.periodismo.uchile>.

-Lazarsfeld, Paul F. SF. De los conceptos a los índices empíricos. Publicado en : Opinión Pública. Ciencia Política Profesor: José María Ramón. En: <https://www.trabajosocial>.

-Medina Muñoz, Lina. 2020. El análisis sociológico de la comunicación: De la Escuela de Chicago a la Mediatización Digital. En: Revista Espacio Abierto. Cuaderno venezolano de sociología. Volumen 29, número 3, julio a septiembre. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7650693>

-Peña-Acuña, Beatriz. 2014. SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN II: AUTORES, INVESTIGACIONES Y TEORÍAS. Revista de Comunicación de la SEECI. Marzo. Año XVIII (33), 13-24. ISSN: 1576-3420 DOI: <http://dx.doi.org/10.15198/seeci.2014.33.13-24>

-Mills, Wright. 1987. La élite del poder. Fondo de Cultura Económica. México D.F. En: <https://esfops.files.wordpress.com/2013/07/la-elite-del-poder.pdf>

-RUIZ SAN ROMÁN, José A. 2002. Reseña de "Comunicación, opinión pública y prensa en la sociología de Robert E. Park" de M.a ROSA BERGANZA CONDE Reis. Revista Española de Investigaciones Sociológicas, núm. 97, 2002, pp. 259-264. Centro de Investigaciones Sociológicas. Madrid, España. En: <https://www.redalyc.org/pdf/997/99717915015.pdf>

-Ponencia. Elias Castro Blanco, EL Concepto de Reificación en la perspectiva Contemporánea de Axel Honneth. Segundo Congreso Internacional. El Capital 150 Aniversario. La vigencia del pensamiento de Marx en el siglo XXI y las relaciones del capital-trabajo en el Capital. <https://www.youtube.com/watch?v=OP3e8xXwNVk>