

FACULTAD/ESCUELA DE CIENCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN EN ENTORNOS DIGITALES

Información de la asignatura

Nombre de la asignatura	Teoría de la comunicación IV
Código de la asignatura	35014 - COM
Periodo Académico	202320
Nrc	11744
Grupo	001
Programas/Semestres	COM 07
Intensidad horaria	3
Intensidad Semanal	3
Créditos	3
Docente(s)	Manuela Triviño Monar

Introducción o presentación general del curso

El curso de Teoría de la Comunicación se enfoca en examinar cómo las tecnologías emergentes y el amplio uso de las redes sociales están cambiando la forma en que nos comunicamos e interactuamos en la sociedad actual. Con el aumento en el número de usuarios en estas plataformas, se generan volúmenes significativos de datos que pueden ser sometidos a análisis estadísticos, abordando aspectos como el contenido, los sentimientos y las emociones. Estos análisis tienen la capacidad de revelar patrones de consumo, percepciones de marca y fenómenos sociales y políticos, lo cual es de suma importancia para los profesionales de la comunicación en la actualidad.

Este curso tiene una relevancia significativa en términos de la formación personal, social y profesional de los y las estudiantes, ya que les proporciona herramientas y conocimientos fundamentales en un mundo cada vez más digitalizado. Les capacita para comprender las dinámicas contemporáneas de comunicación e interacción social en el espacio digital, lo cual es crucial para aquellos que desean trabajar en áreas relacionadas con la comunicación, el marketing, la publicidad, las relaciones públicas y la investigación social.

El enfoque de este curso hacia situaciones, problemas, realidades, temas, perspectivas disciplinares, enfoques metodológicos y autores contribuye al desarrollo de una comprensión crítica de los fenómenos de comunicación en la sociedad actual. Al explorar la teoría de redes sociales, se estimula el pensamiento analítico y reflexivo, y se promueve la habilidad de identificar patrones, evaluar impactos y considerar implicaciones éticas. Además, el enfoque multidisciplinario del curso permite a los y las estudiantes ampliar su horizonte de conocimiento y beneficiarse de diversas perspectivas teóricas y metodológicas.

Formación en competencias

El curso “Teoría de la comunicación IV” se propone fortalecer las competencias “Creatividad narrativa, tecnológica y relacional” y “Comunicación estratégica” del Programa de Comunicación con enfoque digital.

Objetivo general de aprendizaje

Al finalizar el curso, los y las estudiantes de comunicación con enfoque digital estarán en capacidad de: comprender las dinámicas de comunicación e interacción social en el espacio

digital, desde las distintas corrientes de la teoría de redes sociales.

Objetivos terminales - Resultados de aprendizajes

Resultado de aprendizaje del curso o asignatura	Competencia en formación	Resultado de aprendizaje de la competencia de egreso al que se contribuye
Comprender las dinámicas de comunicación e interacción de las sociedades contemporáneas a partir de	Creatividad narrativa, tecnológica y relacional	null
Describir las principales corrientes de la teoría de redes sociales y los diferentes procesos de	Creatividad narrativa, tecnológica y relacional	null
Identificar el impacto, tanto a nivel local como global de la incorporación y adopción de tecnol	Comunicación estratégica	null

Unidades de aprendizaje

Unidad de aprendizaje 1. Introducción a las teorías de análisis de redes y de capital relacional

Propósito específico de aprendizaje: Comprender los elementos básicos de la teoría de redes sociales y las teorías de capital relacional, y reconocer su utilidad como herramientas metodológicas para analizar las dinámicas de comunicación e interacción en las sociedades contemporáneas.

Saberes conceptuales: Introducción a la teoría de redes sociales, conceptos clave de capital relacional, metodologías de análisis de redes sociales.

Proyectos a realizar: Análisis de redes sociales de una comunidad o grupo específico, identificando sus estructuras y relaciones.

Técnicas y enfoques metodológicos: Análisis de casos, lecturas y discusiones grupales, ejercicios prácticos de análisis de redes sociales.

Al finalizar la unidad, el/la estudiante estará en capacidad de identificar cuál es la estructura de las redes sociales de una comunidad o grupo específico, a la luz de lo que propone la teoría de redes.

Unidad de aprendizaje 2. Corrientes y procesos de mediación tecnológica en las redes sociales

Propósito específico de aprendizaje: Describir las principales corrientes teóricas en el campo de la teoría de redes sociales y comprender los diferentes procesos de mediación tecnológica desde una perspectiva multiperspectivista.

Saberes conceptuales: Corrientes teóricas de la teoría de redes sociales, análisis de los procesos de mediación tecnológica, influencia de la tecnología en la comunicación e interacción social.

Proyectos a realizar: Análisis comparativo de diferentes enfoques teóricos de redes sociales aplicados a un fenómeno específico.

Técnicas y enfoques metodológicos: Investigación bibliográfica, debates en grupo, análisis

crítico de estudios de casos.

Al finalizar la unidad, el/la estudiante estará en la capacidad de realizar un análisis comparativo (aplicado a un caso específico) de las distintas corrientes de la teoría de redes sociales, teniendo en cuenta los procesos de mediación tecnológica desde una mirada multiperspectivista.

Unidad de aprendizaje 3. Impacto de las tecnologías digitales en contextos sociales y políticos

Propósito específico de aprendizaje: Identificar el impacto de la incorporación y adopción de tecnologías digitales a nivel local y global, reflexionando sobre su influencia y poder transformador en diversos contextos culturales, sociales y políticos.

Saberes conceptuales: Efectos de las tecnologías digitales en la sociedad, transformaciones culturales y políticas, ética y responsabilidad en el uso de las redes sociales.

Proyectos a realizar: Análisis de casos de impacto de las tecnologías digitales en contextos específicos, elaboración de propuestas para promover “buenas prácticas” en el uso de las redes sociales.

Técnicas y enfoques metodológicos: Análisis de estudios de casos y debates éticos.

Al finalizar la unidad, el/la estudiante estará en la capacidad de identificar el impacto de las tecnologías digitales a nivel local y global, a través de casos de estudio situados en contextos sociales, culturales y/o políticos específicos

Metodologías de aprendizajes

El curso se desarrollará bajo el enfoque de aprendizaje activo, considerando el carácter propositivo que éste tiene. Lo que significa que en Teoría de la comunicación IV se tendrá en cuenta la participación activa y propositiva de los/las estudiantes en su proceso de aprendizaje.

Durante la clase, los y las estudiantes se enfrentarán a situaciones problemáticas reales o simuladas relacionadas con las dinámicas de comunicación e interacción en el espacio digital. Deberán analizar, reflexionar y proponer soluciones utilizando los conceptos y herramientas aprendidas en el curso. Asimismo, se fomentará el trabajo colaborativo en grupos pequeños, donde podrán compartir ideas, debatir y aprender unos de otros. Se les asignarán proyectos y actividades en equipo que promuevan la colaboración y el intercambio de conocimientos. Cada tema podrá ser complementado con información que se encuentra en otros medios, como por ejemplo bases de datos referenciales e Internet. Adicionalmente, algunas personas podrán ser invitadas a participar en las clases como expositores para complementar algunos de los temas.

Los estudiantes deberán preparar, antes de la clase, los temas asignados. En clase se discutirán los conceptos generales de cada tema, así como su aplicación. Adicionalmente se discutirán las dudas de los estudiantes durante la preparación del material, se revisarán las soluciones de los ejercicios que se hayan asignado, pero sobre todo se discutirán nuevos ejercicios o casos que permitan alcanzar mayor claridad en cada tema. El profesor solicitará ocasionalmente la entrega de informes en diferentes formatos tales como videos, podcasts, ensayos, infografías, o mapas conceptuales sobre los temas, lecturas o talleres desarrollados durante el curso.

Se pondrá un proyecto de curso el cual tiene como objetivo afianzar y aplicar los conceptos discutidos durante las clases. Éste trabajo tendrá una componente individual y otro grupal. En las primeras semanas cada estudiante deberá presentar en 3 minutos una propuesta de proyecto de curso. Estas presentaciones serán la base para organizar los cursos de trabajo del semestre. Este proyecto será un trabajo integrador de los cuatro cursos

de teoría de la comunicación y la presentación se realizará en la última semana de clases. La evaluación será realizada por el profesor del curso. Sin embargo, se podrá invitar a los otros profesores de los cursos de Teoría de la comunicación para ser evaluadores del trabajo y la presentación. Para la realización del trabajo se destinarán espacios de asesoría en el horario de clase y por fuera de éste cuando los estudiantes lo requieran según la disponibilidad del profesor del curso.

Evaluación de aprendizajes

Código evaluación	Mecanismo o actividad evaluativa	Porcentaje de la nota final	Relación con objetivos terminales - resultado de aprendizaje del curso	Relación con el resultado de aprendizaje de la competencia de egreso
Entrega	Entrega	10	Comprender los elementos básicos de la teoría de redes sociales, y reconocer su utilidad como herramientas metodológicas para analizar las dinámicas de comunicación e interacción en las sociedades contemporáneas. Describir las principales corrientes de la teoría de redes sociales y los diferentes procesos de mediación tecnológica con un enfoque multiperspectivista. Identificar el impacto de la incorporación y adopción de tecnologías digitales a nivel local y global, reflexionando sobre su influencia y poder transformador en diversos contextos culturales, sociales y políticos.	N/A
Parcial 1	Parcial 1	20	Entender los elementos básicos de la teoría de redes sociales y las teorías de capital relacional, así como su potencial como herramientas metodológicas para comprender las dinámicas de comunicación e interacción de las sociedades contemporáneas	N/A

Código evaluación	Mecanismo o actividad evaluativa	Porcentaje de la nota final	Relación con objetivos terminales - resultado de aprendizaje del curso	Relación con el resultado de aprendizaje de la competencia de egreso
Parcial 2	Parcial 2	20	Describir las principales corrientes de la teoría de redes sociales y los diferentes procesos de mediación tecnológica con un enfoque multiperspectivista.	N/A
Participac	Participac	10	Comprender los elementos básicos de la teoría de redes sociales, y reconocer su utilidad como herramientas metodológicas para analizar las dinámicas de comunicación e interacción en las sociedades contemporáneas. Describir las principales corrientes de la teoría de redes sociales y los diferentes procesos de mediación tecnológica con un enfoque multiperspectivista. Identificar el impacto de la incorporación y adopción de tecnologías digitales a nivel local y global, reflexionando sobre su influencia y poder transformador en diversos contextos culturales, sociales y políticos.	N/A
Proyecto F	Proyecto F	40	Identificar el impacto de la incorporación y adopción de tecnologías digitales a nivel local y global, reflexionando sobre su influencia y poder transformador en diversos contextos culturales, sociales y políticos.	N/A

Recursos de apoyo

LIBROS

Wasserman, S., & Faust, K. (2009) . Social network analysis: Methods and applications. New

York, NY

Cambridge University Press 2016. Chapter 1: Social Network Analysis in the Social and Behavioral Sciences. Chapter 2: Social Network Data., NY Cambridge University Press 2016.

Tiwana, A (2014) . Platform ecosystems aligning architecture, governance, and strategy. Morgan Kaufmann Publishers. Chapter 2: Core Concepts and Principles.

Scott, J. (2017) . Social network analysis. Chapter 1: Networks and Relations. Chapter 7: Positions, Roles and Clusters. Chapter 8: Dimensions and Displays., London: SAGE Publications Ltd; Thousand Oaks, California: SAGE Publications Inc.

Polzer, J. (2003) . Identity issues in groups. Amsterdam: JAI. Chapter 4: The benefits of verifying diverse identities for group performance. Chapter 5: The social structure of diverse groups: Integrating social categorization and network perspectives., Priti Pradhan Shah and Kurt T. Dirks.

REVISTAS

Scolari, C. (2008). Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona: Gedisa. <https://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/view/36726/35562>

Boyd, John. P. "Redes sociales y semigrupos" *Política y sociedad*, 2000, (33) 115-112.

Boyd, D., & Ellison, N. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.

Gil de Zúñiga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3), 319-336.

Gruzd, A., Wellman, B., & Takhteyev, Y. (2011). Imagining Twitter as an imagined community. *American Behavioral Scientist*, 55(10), 1294-1318.

Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). "The benefits of Facebook 'friends': Social capital and college students' use of online social network sites." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1143-1168.

Granovetter, M. S. (1973). "The strength of weak ties." *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.

TEXTOS COMPLEMENTARIOS

LIBROS

Eggers, W. D., & MacMillan, P. (2013) . The solution revolution: How business, government, and social enterprises are teaming up to solve society's toughest problems. Boston: Harvard Business Review Press.

Chapter 2: Disruptive Technologies: Creating the ability to mobilize massive resources.

Chapter 3:

Business Models that Scale: Radical innovations in delivering public benefit. Chapter 4: The Currencies: How new impact currencies fuel the solution economy. Chapter 5: Public-value Exchanges: New platforms that match capital to social needs. Chapter 6: The Ecosystem: Converging around big, hairy, audacious problems.

Amado, A. y Rincón, O. (2015) . La comunicación en mutación: remix de discursos. Bogotá: Friedrich Ebert Stiftung. FES Comunicación. (el libro completo está disponible en pdf: <https://library.fes.de/pdffiles/bueos/la-comunicacion/14230.pdf>)

REVISTAS

Rodríguez, Josep A.: Análisis estructural y de redes. Madrid, 1995. , Cuadernos Metodológicos. Centro de investigaciones sociológicas & Siglo XXI,

Rodríguez, Josep A., "Redes de poder: estructuras de poder y acción colectiva de los profesionales" (en revisión, 1998).

TEXTOS COMPLEMENTARIOS

Robles, José Manuel et al. El movimiento 15-M en los medios y en las redes. Un análisis de sus estrategias comunicativas. *Empiria*. [S.l.], n. 32, p. 37-62, sep. 2015. ISSN 2174-0682. Disponible en: <<http://revistas.uned.es/index.php/empiria/article/view/15308>>. Fecha de acceso: 19 nov. 2018 DOI: <https://doi.org/10.5944/empiria.32.2015.15308>., Revista de metodología de ciencias sociales

Pizarro, Narciso. (1990) "Teoría de redes sociales". 22: 146-142. , Suplementos *Anthropos*

Mark N. Wexler, (2011) "Reconfiguring the sociology of the crowd: exploring crowdsourcing", , *International Journal of Sociology and Social Policy*. Vol. 31 Issue: 1/2, pp.6-20, <https://doi.org/10.1108/014433311111104779>.

Kittur, A., Lee, B., Kraut, R.E. (2009). Coordination in collective intelligence: The role of team structure and task interdependence. *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*, pp. 1495-1504.

Freeman, Linton C. "La centralidad en las redes sociales. Clarificación conceptual" *Política y sociedad*, 2000, (33) 131-148.

Cobo Romani, Cristóbal (2006): «Las multitudes inteligentes en la era digital», en *Revista Digital Universitaria* volumen 7 n° 6 México, UNAM. <<http://www.revista.unam.mx/vol.7/num6/art48/int48.htm>>

Breiger , Ronald L. "Control social y redes sociales: un modelo a partir de Georg Simmel" *Política y sociedad*, 2000, (33) 57-72.

Bonabeau, E. (2009). *Decisions 2.0: The power of collective intelligence*. MIT Sloan Management Review, 50(2), 45-52.

Adler-Lomnitz, Larissa. Redes sociales, cultura y poder. Ensayos de antropología latinoamericana. México: Miguel Angel Porrúa, 1994.