



Sociología de la comunicación y el lenguaje

La emergencia de los medios de comunicación masiva a finales del siglo XIX y comienzos del XX le abrió a la sociología un campo nuevo de análisis de carácter multidimensional. Weber lo identificó y lo ubicó en un lugar destacado al ser el centro de su alocución en el Primer Congreso de la Asociación Alemana de Sociología en Frankfurt en 1910. En la reflexión sobre la Sociología de la Prensa, Weber, brinda el reconocimiento del papel que cumple la prensa en particular y los medios de comunicación masiva en general en la consolidación de su papel en la construcción de lo público en la sociedad moderna y las relaciones de poder que se crean a través de la presentación de información sobre ciertos temas a determinados públicos.

A lo largo del siglo XX se fueron desarrollando múltiples investigaciones sociológicas no solo sobre los medios de comunicación, sino sobre diferentes procesos de comunicación, incluyendo las significaciones sociales y culturales, el lenguaje, que han permitido configurar un vasto campo que se confronta con análisis de estos mismos hechos y fenómenos provenientes de otras disciplinas como la antropología, sicología, economía política, politología, entre muchas otras.

En este grupo de trabajo se propone contribuir con una reflexión amplia sobre las múltiples dimensiones de la comunicación, los medios y el lenguaje en la sociedad contemporánea desde un enfoque crítico. Se espera proponer reflexiones sobre la teoría y los métodos de investigación sobre comunicación y lenguaje en el contexto colombiano.

Líneas Temáticas:

1. Opinión Pública y Comunicación
2. Medios de comunicación y terrorismo
3. Comunicación y Literatura
4. Contracultura y Comunicación
5. Redes Sociales y construcción social de la realidad
6. Análisis comparativo de productos mediáticos
7. Análisis sociológico del cine
8. Alternativas a los medios tradicionales y radios comunitarias
9. Producción Social de Imágenes

10. Representaciones en los medios de comunicación y en productos mediáticos
11. Concentración de Medios
12. Producción y Distribución de Bienes Culturales
13. Comunicación, movimientos sociales y cambio social