

510-09

Universidad Nacional de Salta
Facultad de Humanidades
Carrera de Ciencias de la Comunicación

PROGRAMA DE
INTRODUCCIÓN A LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

2009

Carrera: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Plan: 2005

Año: Primero

Horas semanales: 3 hs

Régimen: Anual

Prof. Adj. a cargo: Víctor Arancibia

J. T. P.: María Laura Agüero y Mariana Valdez

OBJETIVOS

- Colaborar en la apropiación de los aspectos centrales de los principales paradigmas teóricos del campo de las Ciencias de la Comunicación en permanente referencia a las teorías propias de las ciencias sociales en su conjunto.
- Aportar herramientas teóricas y metodológicas provenientes de diferentes líneas del campo de la teoría de la comunicación con el fin de facilitar la lectura crítica tanto de textos teóricos como mediáticos y culturales.
- Facilitar los procesos de apropiación del metalenguaje propio de la disciplina puestos de manifiesto en la producción permanente de textos según los cánones vigentes en la academia.
- Favorecer la construcción de un pensamiento analítico, capaz de reconocer, describir y operativizar los principales aportes provenientes de las diferentes teorías que se analizarán a lo largo del curso.
- Iniciar la formación de los estudiantes en la práctica de la investigación académica con la finalidad de formar profesionales críticos y comprometidos con la realidad social local y nacional.

CONDICIONES DE PROMOCIÓN

Alumnos regulares: Regularizarán la materia los estudiantes que asistieron al 75 % de los encuentros considerados como prácticos. Asimismo, los que aprobaran el 100% de los prácticos escritos con valor de examen parcial o de final –cuya modalidad y número se acordaría con anterioridad, como así también el 75 % de los prácticos realizados durante el año. El examen final de la materia será la resolución de consignas por escrito.

Alumnos promocionales: Quedarán en situación de promocionar la materia los estudiantes que asistieran al 80 % de los encuentros tanto teóricos como prácticos. Además, quienes aprobaran el 100% de los prácticos escritos con valor de examen parcial y del 80 % de los prácticos restantes. La promoción requerirá de la elaboración de un trabajo escrito, de carácter individual, y de su defensa en un coloquio –cuya fecha final se fijará oportunamente.

Alumnos libres: Los estudiantes que por uno u otro motivo no cumplieren con los requisitos de promocionalidad y/o regularidad deberán realizar un examen escrito final frente a un tribunal. Se considerarán textos de lectura obligatoria los que figuran en la bibliografía.

METODOLOGÍA

La metodología implementada a lo largo del curso serán las correspondientes a las del aprendizaje cooperativo. También se implementan estrategias correspondientes a las modalidades de taller y de seminario, a lo que se sumarán las exposiciones de lecturas individuales y grupales para lo cual se utilizarán diferentes técnicas –paneles y mesas redondas, entre otras. Ello permitirá a los alumnos la participación permanente y una práctica continua del discurso teórico tanto en su aspecto oral y como escrito. Cabe mencionar que se considerarán actividades centrales y obligatorias: la lectura y el comentario áulico permanente de los textos teóricos y la producción permanente de trabajos escritos individuales que den cuenta tanto de las lecturas realizadas como de la mayor o menor fluidez en la apropiación del metalenguaje propio de la asignatura.

EVALUACIÓN

Se realizará una evaluación procesual, atendiendo al cumplimiento de las tareas previamente acordadas (lecturas, exposiciones, participación, informes, encuestas, exposiciones, etc.) en tiempo y forma. Se prestará una particular atención al cumplimiento de las actividades obligatorias para la promocionalidad (asistencia, presentación de prácticos orales o escritos y de trabajos con valor de examen parcial o final).

CONTENIDOS

I.- La comunicación como objeto de estudio

- I.1 La comunicación como objeto de estudio: Problemáticas actuales en los estudios de la comunicación. Los diferentes objetos de estudio en las ciencias de la comunicación.
- I.2. Los nuevos escenarios de la comunicación: La comunicación en relación a la cultura, la economía, la tecnología, la política y el poder. La sociedad de las redes.
- I.3. Comunicación en enclaves interculturales: la heterogeneidad constitutiva de la sociedad y sus vinculaciones con los procesos comunicativos. Los rasgos diacríticos y los campos de interlocución.

II.- Primeras reflexiones: las Teorías Administrativas y los modelos explicativos de la comunicación masiva.

- III.1.: Los modelos comunicativos: Formulaciones teóricas y condiciones de producción. Las relaciones con las producciones teóricas de cada instancia.
- III.2. Desde la teoría hipodérmica a una teoría de la persuasión: Las primeras formulaciones sobre la comunicación masiva y sus relaciones con la psicología conductista. El problema de la manipulación. Los estudios de la audiencia. Los estudios empíricos en comunicación: consumo y contextos sociales; sistemas de gratificaciones.
- II.3. Funcionalismo: El concepto de función. Los estudios sobre opinión pública y política en los medios masivos. Los inicios del Pragmatismo.

III. Los modelos explicativos de la comunicación masiva. Sociedad, cultura, poder y redes.

- III.1. La Teoría Crítica: La Escuela de Frankfurt: Los postulados básicos de Theodor Adorno y Walter Benjamín. Industria cultural y sus efectos en los individuos. Cultura de masas en la era de la reproducción técnica.
 - III.2. Los Estudios Culturales. La Escuela de Birmingham. Williams y sus consideraciones sobre la cultura, la comunicación y las culturas populares. Lo dominante, lo residual y lo emergente.
- Stuart Hall: El problema de la cultura popular en relación con los medios. Los procesos de recepción/consumo y reproducción en la comunicación. Hacia la generación de estrategias de lectura de los medios.

IV. Los estudios de comunicación en y desde Latinoamérica. La comunicación para el cambio social.

II.1. La globalización en clave cultural. Una mirada latinoamericana: América Latina en la sociedad de la información. Las reconfiguraciones comunicativas de lo público. El problema de la comunicación en el contexto de la era global y las problemáticas socio-económicas locales. Hacia la constitución de una ciencia de la comunicación.

II.2. Los antecedentes de la reflexión teórica en América Latina. Comunicación y Democracia Hacia una lectura de la comunicación como práctica liberadora. Tomar la propia voz como una práctica liberadora. Las necesidades de la constitución de una comunicación liberadora

II.3. La comunicación como práctica transformadora: La política y su relación con los procesos comunicativos; democracia, comunicación y constitución de ciudadanía. La comunicación y el desarrollo: debates, conflictos y trabajos. Los procesos de (in)visibilización y las representaciones sociales en el campo de la comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

MANUALES DE CONSULTA

Castels, Manuel (2000) *La era de la información: Vol. 1 La sociedad red, Vol. 2 El poder de la identidad y Vol. 3 Fin de milenio* Madrid: Alianza; (2003) *La galaxia Internet* Barcelona: Debolsillo.

Entel, Alicia (1994) *Teorías de la comunicación. Cuadros de época y pasiones de sujetos*. Bs. As.: Hernandarias.

Fadeccos (2006) *Identidad y memoria de los estudios de Comunicación en Argentina. Revista Argentina de Comunicación*. Año 1 N° 1. Bs. As.: Prometeo.

Ford, Anibal, Jorge Rivera y Eduardo Romano (1985) *Medios de comunicación y cultura popular* Bs. As.: Legasa.

Marafioti, Roberto (2005) *El sentido de la comunicación. Teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación*. Bs. As.: Biblos.

Mattelart, Armand y M. Mattelart (1997) *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Mattelart, Armand y Héctor Schmucler (1983) *América Latina en la encrucijada telemática*. Bs. As.: Paidós.

McQuail, Denis (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

Moragas Spa, M. de (Ed.) (1985) *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili.

Universidad Nacional de Salta
Facultad de Humanidades
Carrera de Ciencias de la Comunicación

Moragas, Miquel de (1976) *Semiótica y Comunicación de Masas*. Barcelona. Península; (1981) *Teoría de la Comunicación. Investigaciones sobre medios en América y Europa*. Barcelona: Gustavo Gilli.

Wolf, Mauro (2004) *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Bs. As.: Paidós.

BIBLIOGRAFÍA DE LECTURA OBLIGATORIA Y COMPLEMENTARIA¹

Unidad I.- La comunicación De lectura obligatoria

Grimson, Alejandro (2000) "Dimensiones de la comunicación" en *Interculturalidad y comunicación*. Bs. As.: Norma, pp. 5-94.

Marafioti, Roberto (2005) "Cap. 2: comunicación de masas, cultura y transmisión cultural" en *ibidem*, pp. 77 – 92.

Verón, Eliseo (2002) "¿Cómo su nombre lo indica?" en *Suplemento Radar de Página/12*, Bs. As.

Eco, Umberto (1987) "Para una guerrilla semiológica" en *La estrategia de la ilusión*, Bs. As.: Lumen, pp. 181- 192

Benavides Campos, Julio Eduardo (2006) "Medios de comunicación comunitaria: entre los deseos y los espejismos de la ciudadanía" paper publicado en www.infoamerica.org

Pasquali, Antonio (1978) "Cap. II: La comunicación un modelo simplificado de definición. Elementos del proceso" en *Comprender la comunicación* Caracas: Monte Ávila, pp. 33-63

Graciano, Margarita (2006) "Para una definición alternativa de la comunicación" en el *Portal de la comunicación*, Universidad Autónoma de Barcelona: www.portalcom.uab.es/humanitas/graciano

Torrico Villanueva, Erick (2007) "Teorías y tendencias temáticas en la investigación de la comunicación en América Latina" en *70 años de periodismo y comunicación en América Latina, memoria y perspectivas*. Argentina, La Plata, pp45 – 50

Alfonso, Alfredo (2007) "Zonas para pensar el futuro de las prácticas en comunicación" en *70 años de periodismo y comunicación en América Latina, memoria y perspectivas*. Argentina, La Plata, pp 129- 138.

II.- Primeras reflexiones: las teorías administrativas y los modelos explicativos de la comunicación masiva. De lectura obligatoria

Lasswell, Harold D. (1985) "Estructura y función de la comunicación en la sociedad" en Moragas Spá, Miquel, *Sociología de la comunicación de masas*, tomo II, Barcelona: Gustavo Gilli.

¹ Cabe aclarar que la misma puede sufrir modificaciones y adecuaciones durante el cursado a los efectos de optimizar el desarrollo de la cátedra.

Universidad Nacional de Salta
Facultad de Humanidades
Carrera de Ciencias de la Comunicación

Lazarsfeld, Paul F. Bernard Berelson y Hazle Gaudet (1962) "El pueblo elige" en *El pueblo elige. Estudio del proceso de formación del voto durante una campaña presidencial*, Buenos Aires: Ediciones 3.

Mattelart, Armand y M. Mattelart (1997) "La Mass Communication Research" en *ibídem*, pp. 28-40.

Wolf, Mauro (2004) "1.Contextos y paradigmas en la investigación sobre los media" en *ibídem*, pp. 21 - 77.

Marafioti, Roberto (2005) "Cap. 4: Paradigmas de análisis de la comunicación de masas" en *ibídem*, pp. 139 - 180.

Lazarsfeld, Paul Felix "La campaña electoral ha terminado" en: Moragas, Miguel de. *Sociología de la comunicación de masas*. Gustavo Gili, Barcelona, 1985. Publicado originalmente con el título "The election is over", en *Public Opinion Quarterly* n° 53, 1953. Gentileza de Natalio Steccoli

Lazarsfeld, Paul y R. K Merton (1991) "Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada" en *La comunicación de masas*. Bs. As.: CEAL, pp25-48

III. Los modelos explicativos de la comunicación masiva. Sociedad, cultura, poder y medios. De lectura obligatoria

Adorno, Theodor y Max Horkheimer (1988) "La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas" en *Dialéctica del iluminismo*, Bs. As.: Sudamericana.

Benjamín, Walter (1989) "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica" en *Discursos Interrumpidos I*, Taurus, Buenos Aires, 1989.

Martín-Barbero, Jesús (1987) "Industria cultural, capitalismo y legitimación" en *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona: Gustavo Gili.

Marafioti, Roberto (2005) "Cap. 5: La comunicación de masas desde las críticas al sistema" en *ibídem*, pp. 181 - 232.

Thompson, John B. (1991) "La comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología" en la Revista *Versión. Estudios de comunicación y política*, Nro. 1, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México, octubre.

Hall, Stuart (1980) "Codificar y Decodificar" en *Culture, media y lenguaje*, London, Hutchinson, pp. 129-139. Traducción: Silvia Delfino

IV. Los estudios de comunicación en y desde Latinoamérica. Hacia la construcción de una mirada situada.

Alfaro, Rosa María (2000) "Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones" en *Revista Razón y Palabra, Número 18* México: Mayo.

Universidad Nacional de Salta
Facultad de Humanidades
Carrera de Ciencias de la Comunicación

Beltrán, Luis Ramiro (1985) "Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina" en Moragas Spá, Miquel, *Sociología de la comunicación de masas*, tomo II, Barcelona: Gustavo Gilli.

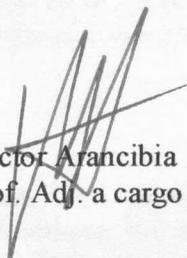
Martín-Barbero, Jesús (s/d) "Comunicación fin de siglo. ¿Para dónde va nuestra investigación?" en <http://www.comunicacionymedios.com/Reflexion/teorias/findesiglo.htm>

Martín-Barbero, Jesús (2000) "Saber narrar" en *La Educación desde la Comunicación*, Bs. As.: Norma, pp.

Reguillo, Rosana (2000) "Identidades culturales y espacios públicos, mapas de los silencios." En *Diálogos de la comunicación* N° 59-60, Colombia: FELAFACS, pp. 75-85.

Uranga, Washington (2005) "Ciudadanía y espacio público: el derecho de los pobres a la información y a la comunicación", paper.

Salta, 15 de abril de 2009


Víctor Arancibia
Prof. Adj. a cargo


Mariana Inés Valdez
Jefe de Trabajos Prácticos

María Laura Agüero
Jefe de Trabajos Prácticos