

PROGRAMA DE
INTRODUCCIÓN A LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

2011

437-11

Carrera: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Plan: 2005

Año: Primero

Horas semanales: 3 hs

Régimen: Anual

Adscriptos Profesionales: Jerónimo Bertoni

Adscriptos Estudiantes: Facundo Agüero, Nicolás Castelli, Nélica Zerpa, Noelia Llanos, Luis Miguel Silva

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 mínimas prácticas de investigación 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 trabajos 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 y la nota no debe ser inferior a 7 (siete).

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: Puntos de partida. Problemáticas actuales en los estudios de comunicación. Algunos ejemplos de 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. Los cambios estructurales en las prácticas comunicacionales.

I.3. Comunicación en enclaves interculturales: la heterogeneidad constitutiva de la sociedad y sus vinculaciones con los procesos comunicacionales. 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.

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

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.

IV. 1 Miradas situadas: Los antecedentes de la reflexión teórica en América Latina y la construcción de un pensamiento localizado. Reflexión general de los estudios comunicacionales en Latinoamérica. Los caminos a seguir y las agendas de investigación a comienzos del milenio.

IV. 2 Objetos de estudio y de investigación:

a. Los medios de comunicación y la construcción de la realidad. Los debates actuales resurgidos a partir de la aplicación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

b. La emergencia de los estudios sobre juventud. Las culturas juveniles entre las herencias y las rupturas.

c. Las nuevas tecnologías y las modificaciones en las prácticas comunicacionales. El impacto de los desarrollos tecnológicos en la construcción de las textualidades comunicacionales.

d. Las prácticas cotidianas como formas de comunicación. La revalorización de las diversas formas de interacción simbólica en la construcción de las subjetividades.

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

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

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

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.

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 Gili.

Verano, Alejandro (Ed.) (2009) *Medios de comunicación en la Argentina. Diagnóstico y perspectiva*. Bs. As.: Prometeo – UNLP.

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

BIBLIOGRAFÍA DE LECTURA OBLIGATORIA¹

Unidad I.- La comunicación

De lectura obligatoria

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.

Alfaro Moreno, Rosa María (1993) “La comunicación como relación para el desarrollo” en *Una comunicación para Otro desarrollo* Lima: Calandria, pp.27-39.

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.

Prieto Castillo, Daniel (2007) “Nuestro derecho a la diversidad comunicacional” en *Los Andes*, 7 de febrero.

¹ Cabe aclarar que la misma puede sufrir modificaciones y adecuaciones durante el cursado a los efectos de optimizar el desarrollo de la cátedra. Además se irán sugiriendo textos de lectura complementaria a lo largo del desarrollo de las clases teóricas y prácticas.

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

Uranga, Washington (2009) "Poder, gobernabilidad y derecho a la comunicación" en Verano, Alejandro *Medios de comunicación en la Argentina*, Bs. As: Prometeo-UNLP, pp. 87-96.

Reguillo, Rosana (2007) "Pensar los jóvenes. Un debate necesario" en *La emergencia de las culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Bs. As.: Norma, pp. 19-48.

Ley N° 26552 de Servicios de Comunicación Audiovisual " Artículos 1° al 9°", Argentina. pp 1-17.

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

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 Gili.

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 *ibidem*, pp. 28-40.

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

Marafioti, Roberto (2005) "Cap. 4: Paradigmas de análisis de la comunicación de masas" en *ibidem*, 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 Stecconi

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" y 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 *ibidem*, pp. 181 - 232.

Williams, Raymond (1977) "Dominante. Residual y emergente" y "La estructura del sentir" en *Marxismo y Literatura* Barcelona: Península, pp. 143-154; "Tecnologías de la comunicación e

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

instituciones sociales” en Williams, Raymond (Ed.) (1992) *Historia de la comunicación Vol 2 De la imprenta a nuestros días*. Barcelona: Bosch, pp181-210.

Hall, Stuart (1980) “Codificar y Decodificar” Traducción: Alejandra García Vargas.

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

IV.1

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.

Torrío 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

IV.2

- a. Becerra, Martín y Soledad Vanina López (2009) “La contienda mediática. Temas, fuentes y actores en la prensa entre el gobierno y las entidades del campo argentino en 2008” en la *Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Quilmes n° 16, segunda época*, septiembre de 2009, UNQ, Bernal, p. 16-30.
- b. Saintout, Florencia (2006) “Los jóvenes hablan. Familia: ¿un nuevo nido? Y La escuela: ¿una educación para qué? En *Jóvenes el futuro llegó hace rato. Comunicación y estudios culturales latinoamericanos* Bs.As.: Ediciones de periodismo y comunicación UNLP, pp 65-90 y 131-160
- c. Remondino, Georgina (2009) “Marcas de la cultura ciber/mediática: imperativos culturales y (des)anclaje educativo” en Petit, Cristina (Coord.) *Medios y tecnologías de la información y la comunicación. Socialización y nuevas apropiaciones* Córdoba: Brujas, pp.: 181-202
Irigaray, Fernando (2009) “Introducción” en *Nuevos medios, nuevos medios, nuevos lenguajes* Rosario: Laborde, pp.: 21-29.
- d. Silva, Armando (2006) “De la ciudad vista a la ciudad imaginada” en *Imaginario urbano* Bogotá: Abanico editores, pp. 37-67.
García Vargas, Alejandra (2010) “Tan lejos, tan cerca... Experiencia migratoria y espacio mediático en San Salvador de Jujuy” en *Con-ciencias sociales* Revista del Departamento de

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

Ciencias Sociales y Humanas de la Universidad Católica Boliviana San Pablo, Año , N° 2,
Primer Semestre, Cochabamba: Universidad Católica San Pablo.

IV.3

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

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

Salta, abril de 2011



Victor Arancibia
Prof. Adj. a cargo



Mariana Inés Valdez
Jefe de Trabajos Prácticos

María Laura Agüero
Jefe de Trabajos Prácticos