

PROGRAMA DE

1 0 0 3 / 1 5

INTRODUCCIÓN A LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

2015

Carrera: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Plan: 2005

Año: Primero

Horas semanales: 3 hs

Elizabeth Matus

Régimen: Anual

Adscriptos Estudiantes: Luis Miguel Silva, Matías Montiel, Romina Amidei, María José Orquera, Francisco Rendon Rea

Prof. Adj. a cargo: Víctor Arancibia

J. T. P.: Mariana Valdez, Mariano Caro y

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 comunicación con el fin de facilitar la lectura crítica tanto de textos teóricos como mediáticos, comunicacionales en general 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 *aprobaron el* 75 % de los encuentros considerados como prácticos. Asimismo, los que aprobarán 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 aprobarán 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).

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

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 materia se divide en una parte teórica a cargo del docente adjunto y clases prácticas a cargo de las Jefas de Trabajos Prácticos. Las clases teóricas consistirán en una exposición de los temas seleccionados mediatizados con diferentes ejemplos comunicacionales fundamentalmente. Se tratará de propiciar la participación de los estudiantes en las exposiciones a los efectos de garantizar la comprensión de los conceptos desarrollados. La metodología implementada en las clases prácticas a lo largo del curso serán las 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. Además de los trabajos prácticos evaluativos y los parciales deberán cumplir con los trabajos integradores al cierre de cada unidad de acuerdo a las características que se propongan en cada uno de los casos. 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).

Los mecanismos de evaluación se apoyan en la Res. H. N° 845/11.

CONTENIDOS

I.- La comunicación como objeto de estudio

1.1 La comunicación como objeto de estudio: Puntos de partida. Problemáticas actuales en los estudios de comunicación. La comunicación mediática. La comunicación en relación a la cultura, la tecnología, la política y el poder. El modelo de la comunicación y la cultura en América Latina.

1.2. Los nuevos escenarios comunicacionales: Los cambios estructurales en las prácticas comunicacionales en los comienzos del milenio. La heterogeneidad constitutiva de la sociedad y sus vinculaciones con los procesos comunicacionales. La comunicación en enclaves interculturales. la comunicación como forma de construir ciudadanía y la comunicación en las interacciones cotidianas.

II.- Primeras reflexiones: las Teorías Administrativas como 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.

III.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: Teorías críticas o los peligros de la comunicación masiva. Cultura popular y comunicación de masas

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. Alcances de las teorías en las formulaciones actuales.

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. Las representaciones sociales en la comunicación masiva.

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 en la investigación, la producción y la política comunicacional.

IV. 2. 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

TEXTOS DE CONSULTA

Albornoz, Luis A. (comp) (2011) *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Bs. As.: Paidós.

Arructa, César, Marcelo Brunet y Juan Guzmán (comp.)(2010) *La comunicación como objeto de estudio. Teoría, metodología y experiencias en investigación*. San Salvador de Jujuy: G-Com-UCSE.

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.

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

- Entel, Alicia (1994) *Teorías de la comunicación. Cuadros de época y pasiones de sujetos*. Bs. As.: Hernandarias.
- Fadcccos (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.
- Lazzaro, Luis (2011) *La batalla de la comunicación. De los tanques mediáticos a la ciudadanía de la información*. Bs. As.: Colihue.
- 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.
- Moraes, Dênis de (comp) (2010) *Mutaciones de lo visible. Comunicación y procesos culturales en la era digital*. Bs. As.: Paidós.
- Moraes, Dênis (2011) *La cruzada de los medios en América Latina. Gobiernos progresistas y políticas de comunicación*. Bs. As.: 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.
- Sandoval, Luis (2013) *Medios, masas y audiencias. Lecturas sobre teoría social de la comunicación*. Comodoro Rivadavia: EDUPA.
- Verano, Alcjandro (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

Becerra, Martín et al. (2012) 'América Latina, bajo la hegemonía de los medios comerciales' y 'Cambio de rumbo latinoamericano en el nuevo siglo' en *Cajas mágicas, el renacimiento de la televisión en América Latina* Madrid: Tecnos, 35-49; (2015) 'Cinco años de la ley audiovisual. Balance sin fanatismos' en *La Tecl@ Eñe N° 63* www.lateclaene.com.ar

Foucault, Michel (1984) 'Cómo se ejerce el poder' en *Un parcours philosophique*, Paris: Gallimard.

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

León, Osvaldo (2013) 'Comunicación, democracia y movimientos sociales' en León, Osvaldo (coord.) *Democratizar la palabra. Movimientos convergentes en comunicación* Quito: ALAI

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

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

Martín Barbero, Jesús (1987) 'La comunicación desde la cultura' en *De los medios a las mediaciones* México: G. G.

Schmucler, Héctor (1984) 'Un proyecto de comunicación/cultura' s/d

Uranga, Washington (2005) "La comunicación es acción: Comunicar desde y en las prácticas sociales" en http://www.wuranga.com.ar/images/pdfs/com_2005.pdf

Vargas, Teresita y Natalia Zapata (2010) 'II La comunicación como derecho' en *Enredando las prácticas. Comunicación desde las organizaciones sociales*. Bs. As.: San Pablo

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 Gilli.

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.

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

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

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

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

Orwell, George (1980) *1984* Madrid: Salvat.

Wolf, Mauro (2004) "1.Contextos y paradigmas en la investigación sobre los media" en ibídem, pp. 21 – 77 y "Las teorías comunicativas" en ibídem pp. 124-149.

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.

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

Huxley, A (1980) *Un mundo feliz*. Barcelona: Seix-Barral.

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

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

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

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 foráncos en la investigación sobre comunicación en América Latina" en Moragas Spá, Miquel, *Sociología de la comunicación de masas*, tomo II, Barcelona: Gustavo Gilli.

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

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

Mattelar y Dorfman (1972) *Para leer el pato Donald. Comunicación de masas y colonialismo* México: Siglo XXI.

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.

Sandoval, Luis (2013) 'Mediaciones, hegemonía y recepción ¿Todo en orden?' en *Medios, masas y audiencias* (op.cit)

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

IV.2

Alfaro, Rosa María (1993) "La comunicación como relación para el desarrollo" en *Una comunicación para Otro desarrollo* Lima: Calandria, pp.27-39; (2000) "Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones" en *Revista Razón y Palabra, Número 18* México: Mayo.

Arancibia, Víctor (2011) 'Comunicación y cultura popular. Encuentros y desencuentros en el cambio de paradigma comunicacional' charla en *4ª Feria del Libro Mendoza*, Mendoza: Secretaria de Cultura de la Provincia y Carrera de Comunicación – UNCuyo; (2015) 'Buscar la centralidad desde las lógicas del margen. Decolonialidad y comunicación' Charla de Cierre del *XVII Congreso de Redcom* Córdoba: UNC.

AAVV (2013) 'Una mirada compartida sobre los procesos comunicacionales' paper del equipo de cátedra de 'Introducción a las teorías de la comunicación social' Salta: U.N.Sa.

Cebrelli, Alejandra y Víctor Arancibia (2015) 'Saberes descentrados y ecología de saberes. Una mirada decolonial sobre una carrera de comunicación' en *Revcom N° 1 Revista Científica de Redcom* en <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/revcom/article/view/2618>

Irigaray, Fernando (2009) "Introducción" en *Nuevos medios, nuevos medios, nuevos lenguajes* Rosario: Laborde, pp.: 21-29.

Saintout, Florencia (2009) "Política y juventud: Transformaciones en el cruce de dos siglos en *Jornadas de Debate sobre Transformaciones del Espacio Público* Bs.As.: Universidad Nacional de Quilmes.

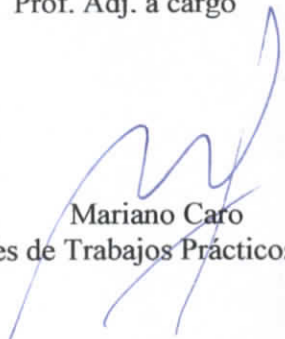
Universidad Nacional de Salta
Facultad de Humanidades
Carrera de Ciencias de la Comunicación

Uranga, Washington (2011) "Comunicación popular y derecho a la comunicación. Otros escenarios, nuevos desafíos". Charla en el 2º Congreso de Comunicación Popular en Salta;
http://www.wuranga.com.ar/images/pdfs/comp_2011.pdf.



Víctor Arancibia
Prof. Adj. a cargo

Mariana Inés Valdez



Mariano Caro
Jefes de Trabajos Prácticos

Elizabeth Matus