

## Teoría de la Comunicación I

*Profesor Adjunto (a cargo):* Lic. Mgter. Pedro Arturo Gómez

*Auxiliares Docentes:* Lic. Selva Ilardo, Lic. Gloria Miguel, Lic. Roberto Remedi

Año Académico 2008

---

### ***Objetivo general***

- Presentar, desde una Teoría Sociológica transdisciplinaria, el estudio de los procesos de comunicación mediática en sus aspectos teóricos y metodológicos, con énfasis en las relaciones entre Medios, Cultura y Sociedad.

---

### ***Objetivos particulares***

- Distinguir y caracterizar globalmente los principales problemas abordados por la Investigación de los Medios, revisando —en su marco socio-histórico— las nociones más destacadas, los supuestos teóricos y los recursos metodológicos de las diferentes corrientes, en las modalidades conocidas como “administrativa” y “crítica”. Especial atención se da a la cuestión de los “efectos” y los usos de los medios.
- Establecer y consolidar las bases para una evaluación crítica del desarrollo de la Investigación de los Medios y del papel de la comunicación mediática en la construcción social de la realidad, atendiendo a los vínculos entre los discursos mediáticos, los imaginarios sociales, las ideologías y las relaciones de poder.
- Propiciar capacidades de observación y reflexión científicas de los fenómenos de comunicación mediática y su inserción en las prácticas sociales, dentro de marcos regionales, nacionales y mundiales.

---

### ***Régimen de la materia y metodología***

- Se aplica el régimen de promocionalidad. Las clases serán teórico-prácticas, con trabajos prácticos en equipo. Los estudiantes deberán contar con el 75% de asistencia a clases prácticas y 75 % de trabajos prácticos aprobados (presentados en tiempo y forma) para poder regularizar la materia.
- Se tomarán dos parciales, con derecho a recuperación de uno de ellos. El promedio mínimo necesario para la promoción del curso es de 6 (seis).
- Quien haya obtenido un promedio superior a 4 (cuatro) pero inferior a seis (seis) tendrá solamente regularizada la materia, y deberá rendir un examen final. Para regularizar hace falta aprobar los dos parciales.

**I Sociedad, cultura y comunicación**

La comunicación mediática como objeto de estudio. Modalidades de la investigación: administrativa y crítica. Sociedad y cultura de masas. Lo masivo y la comunicación mediática. Globalización. La construcción social de la realidad. La "sociedad de la información". Nuevas sensibilidades culturales. Transformaciones de la percepción espacio-temporal. La mediatización y la función vicaria de los medios.

**II Efectos psicológicos y sociales**

El problema de los efectos. De los efectos ilimitados a las funciones. Teoría hipodérmica. Estudios empírico-experimentales. Funcionalismo. La corriente de usos y gratificaciones. Efectos cognitivos y rutinas de producción mediática. La hipótesis de *agenda-setting*. *Newsmaking*.

**III Los efectos culturales**

La Escuela de Francfort y la teoría crítica. Las industrias culturales. La racionalidad técnica. La comunicación mediática como sistema cultural. La Escuela de Birmingham y los *Cultural Studies*. Los usos de los medios: nuevas prácticas culturales y vida cotidiana.

**IV Comunicación mediática, realidad e identidades**

Imaginario social: matrices y procesos de representación. Los medios como "sectores de producción de la realidad". Funciones y usos identitarios de la comunicación mediática. La representación mediática de la alteridad: construyendo al otro. Caso 1: la identidad villera y los géneros cinematográficos. Caso 2: los weblogs como productores de conocimiento. Caso 3: procesos mediáticos de comunicación religiosa. Caso 4: representaciones, identidades y juventudes.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- BARKER, Chris: *Televisión, globalización e identidades culturales*. Paidós, Barcelona, 2003.
- BAYLON, C. y MIGNOT, X.: *La Comunicación*. Cátedra, Madrid, 1996.
- BERGER, P. y LUCKMANN, T.: *La Construcción Social de la Realidad*. Amorrortu, Buenos Aires, 1991.
- BOUGNOUX, D.: *Introducción a las ciencias de la comunicación*. Nueva Visión, Buenos Aires, 1999.
- BOURDIEU, P.: *Sociología y Cultura*. Grijalbo-CNCA, México, 1990.
- BRETON, Ph.: *La utopía de la comunicación*. Nueva Visión, Buenos Aires, 2000.
- CHARAUDEAU, P.: *El discurso de la información*. Gedisa, Barcelona, 2003.
- DE FLEUR, M.L. y BALL-ROKEACH, S.J.: *Teorías de la Comunicación de Masas*. Paidós, Barcelona, 1993.
- ELLIS, R. y McCLINTON, A.: *Teoría y Práctica de la Comunicación Humana*. Paidós, Barcelona, 1993.
- FORD, A.: *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*. Amorrortu, Buenos Aires, 1994.
- GARCÍA CANCLINI, N.: *Cultura y Comunicación: entre lo global y lo local*. Ediciones de Periodismo y Comunicación Social. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata, 1997.
- GÓMEZ, P. A.: "Imaginario social y análisis semiótico. Una aproximación a la construcción narrativa de la realidad". En J. A. Magariños de Morentín (ed.): *Semiótica 2001*. Cuadernos 17, Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Jujuy, 2001:195-209.
- : "El signo de los medios. Apuntes para una Semiótica Social de la Comunicación Mediática". En S. Helman de Urtubey y E. Cohen de Chervonagura (Comps.): *La Didáctica de las Lenguas*. Maestría en Didáctica de las Lenguas, Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Nacional de Tucumán, Argentina, 2004:39-56.
- : "El tiempo recobrado. La vida cinematográfica de los villeros y la reinención de lo político en el documental argentino *Estrellas*". *II Congreso Internacional y VII Congreso Nacional de la Asociación Argentina de Semiótica*. Rosario, 7 – 10 de noviembre de 2007.
- GRIMSON, A. y VARELA, M.: *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*. Eudeba, Buenos Aires, 1999.

- GRANDI, R.: "Los estudios culturales: entre texto y contexto, culturas e identidad". En R. Grande: *Texto y contexto en los medios de comunicación*. Bosch, Barcelona, 1995.
- HALL, S. y du GAY, P.: *Cuestiones de identidad cultural*. Amorrortu, Buenos Aires, 2003.
- HORKHEIMER, M. y ADORNO, T. W.: "La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas". En M. Horkheimer y T. W. Adorno: *Dialéctica del iluminismo*, Trotta, Madrid, 2006.
- JENNINS, B. Y ZILLMANN, D.: *Los efectos de los medios de comunicación*. Paidós, Barcelona / Buenos Aires / México, 1996.
- LAZARFELD, P. F. et al.: *La comunicación de masas*. CEAL, Buenos Aires, 1991.
- LOCHARD, G. y BOYER, H.: *La comunicación mediática*. Gedisa, Barcelona, 2004.
- LULL, J.: *Medios, comunicación, cultura*. Amorrortu, Buenos Aires, 1997.
- MAIGRET, Eric: *Sociología de la comunicación y de los medios*. FCE, México, 2005.
- MARAFIOTI, R.: *Sentidos de la comunicación. Teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación*. Biblos, Buenos Aires, 2005.
- MARTÍN, S.: *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Norma, Buenos Aires, 2000.
- MATTELART, A. y MATTELART, M.: *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós, Paidós, Barcelona / Buenos Aires / México, 1997.
- McLUHAN, M. y POWERS, B. R.: *La aldea global*. Planeta-Agostini, Barcelona, 1994.
- McQUAIL, D.: *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Paidós, México, 1996.
- MORAGAS, M. de: *Teorías de la Comunicación*. G. Gili, Barcelona, 1981.
- \_\_\_\_\_ (ed.): *Sociología de la Comunicación de Masas*. (4 vols.) G. Gili, Barcelona, 1985.
- ORTEGA Y GASSET, J.: *La Rebelión de las Masas*. Altaya, Barcelona, 1993.
- O'SULLIVAN, T. et al.: *Conceptos claves en comunicación y estudios culturales*. Amorrortu, Buenos Aires, 1997.
- PINTOS, J. L.: "Imaginarios y medios de comunicación". En Xan Bouzada (coord.): *Cultura e novas tecnoloxías*. Consello da Cultura Galega, Santiago de Compostela, 2006: 21-44.
- RAMONET, I.: *La golosina visual*. Debate, Madrid, 2000.
- : *La tiranía de la comunicación*. Debate, Madrid, 1998.

- RICCI BITTI, P.E. y ZANI, B.: *La Comunicación como Proceso Social*. CNCA-Grijalbo, México, 1990.
- RODRIGO ALSINA, M.: *Los Modelos de la Comunicación*. Tecnos, Madrid, 1989.
- SIERRA, L. I.: "Globalización, multiculturalismo y comunicación. Paradojas y debates". En *Diálogos de la Comunicación*: 68-80.
- SILVERSTONE, R.: *¿Por qué estudiar los medios?*. Amorrortu, Buenos Aires, 2004.
- SODRÉ, M.: *Reinventando la cultura*. Gedisa, Barcelona, 1998.
- STEIMBERG, O.: *Semiótica de los Medios Masivos*. ECA, Buenos Aires, 1991.
- STEVENSON, N.: *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*. Amorrortu, 1998.
- THOMPSON, J. B.: *Los media y la modernidad*. Paidós, Barcelona, 1998.
- TORRICO VILLANUEVA, E. R.: *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*. Norma, Buenos Aires, 2004.
- VERON, E.: *Semiosis de lo ideológico y el poder. La mediatización*. Ediciones del CBC, UBA, 1997.
- VILCHES, L.: *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Paidós, Barcelona, Buenos Aires / México, 1995.
- WILLIAMS, R.: *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*. Paidós, Barcelona, Buenos Aires, 1982.
- : *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Nueva Visión, Buenos Aires, 2000.
- WOLF, M.: *La Investigación de la Comunicación de Masas*. Paidós, 1987.
- : *Los efectos sociales de los media*. Paidós, Barcelona, 1994.