

Teoría de la Comunicación I

Profesor Titular: Lic. Mgter. Pedro Arturo Gómez

Auxiliares Docentes: Lic. Selva Ilardo, Lic. Eva Fontdevila, Lic. Rubén Kotler.

Ayudante Estudiantil: Einath Apel

Año Académico 2014

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 ambos. 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**

Medios de comunicación, sociedad de masas y cultura de masas. La globalización. La era digital y los nuevos medios: convergencia, participación interactiva e inteligencia colectiva. Redes e hipermediaciones. Narrativas transmedia. ¿Sociedad de la información o del conocimiento? La comunicación mediática como objeto de estudio. Modalidades de la investigación.

Bibliografía básica:

BLANCO, A.: "Cultura de masas". En C. Altamirano (dir.): *Términos críticos de sociología de la cultura*. Paidós, Buenos Aires, 2002:42-44.

BLANCO, A.: "Sociedad de masas". En C. Altamirano (dir.): *Términos críticos de sociología de la cultura*. Paidós, Buenos Aires, 2002:225.

CASTELLS, M.: "La comunicación en la era digital". En M. Castells, *Comunicación y poder*. Alianza, Madrid, 2009: 87 a 189.

CROVI DRUETTA, D.: "Sociedad de la información y el conocimiento. Algunos deslindes imprescindibles". En D. Covi Druetta (coord.): *Sociedad de la información y el conocimiento*. La Crujía, Buenos Aires, 2004:17-55.

SCOLARI, C. A.: "¿Qué son las narrativas transmedia?". En Scolari, C. A.: *Narrativas transmedia*, Deusto, Barcelona, 2013:21-59.

SIERRA, L. I.: "Globalización, multiculturalismo y comunicación. Paradojas y debates". En *Diálogos de la Comunicación*: 68-80. <http://www.aulaintercultural.org/IMG/pdf/Sierra.pdf>

TREJO DELARBRE, R.: "Vivir en la Sociedad de la Información. Orden global y dimensiones locales en el universo digital". En *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación*, Organización de los Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, nº 1, septiembre – diciembre 2001. <http://www.oei.es/revistactsi/numero1/trejo.htm>

THOMPSON, J. B.: "La globalización de la comunicación". En J. B. Thompson: *Los media y la modernidad*. Paidós, Barcelona, 1998:199-236.

II **Efectos psicológicos y sociales**

La preocupación por los efectos de los medios. De los efectos ilimitados a las funciones. Teoría hipodérmica. Estudios empírico-experimentales. Funcionalismo. Usos y gratificaciones. Efectos cognitivos y rutinas de producción mediática: hipótesis de *agenda-setting* y *Newsmaking*.

Bibliografía básica:

(Los textos marcados con un son trabajados en clases prácticas)

DE FLEUR, M. L. y BALL-ROKEACH, S. J.: "La sociedad de masas y la teoría de la bala mágica". En M. L. De Fleur y S. J. Ball-Rokeach: *Teorías de la Comunicación de Masas*. Paidós, Barcelona, 1993:193-220.

RUBIN, A. M.: "Usos y efectos de los media: una perspectiva uso-gratificaciones". En J. Bryant y D. Zillmann: *Los efectos de los medios de comunicación. Investigación y teorías*, Paidós, Barcelona, 1996:555-582.

WOLF, M.: *La Investigación de la Comunicación de Masas*. Paidós, 1987: páginas 21-89. (Teoría Hipodérmica, Corrientes experimental-psicológica y empírico-sociológica, Funcionalismo, Usos y Gratificaciones); páginas 163-290 (agenda-setting y newsmaking).

Guzmán, M. y Martínez Prediger, C.: "Agenda setting – Agenda Cutting – Agenda Surfing: una aproximación a las actuales aplicaciones de la teoría". En L. Luchessi: *Nuevos escenarios detrás de las noticias*, La Crujía, Buenos Aires, 2010: 17-36.

Aruguete, N. y Zunino, E.: "El encuadre de las noticias". En L. Luchessi: *Nuevos escenarios detrás de las noticias*, La Crujía, Buenos Aires, 2010: 37-50.

III Los efectos culturales

La teoría crítica de la Escuela de Francfort: industrias culturales y racionalidad técnica. Los *Cultural Studies* de la Escuela de Birmingham: cultura, culturas y cultura de masas. Ideología, poder y medios de comunicación.

Bibliografía básica:

BENJAMIN, W.: "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica". W. Benjamín: *Discursos Interrumpidos I*, Taurus, Buenos Aires, 1989. <http://www.nombrefalso.com.ar/index.php?pag=85>

GRANDI, R.: "Los estudios culturales: entre texto y contexto, culturas e identidad". En R. Grandi: *Texto y contexto en los medios de comunicación*. Bosch, Barcelona, 1995. <http://www.nombrefalso.com.ar/index.php?pag=91>

HOGGART, R.: "El nuevo arte de masas. Sexo en envases atractivos". En Hoggart, R.: *La cultura obrera en la sociedad de masas*. Siglo XXI, Buenos Aires, 2013:255-280.

HORKHEIMER, M. y ADORNO, T. W.: "La industria cultural". En M. Horkheimer y T. W. Adorno: *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos*. Trotta, Madrid, 2006:165-212.

MARAFIOTI, R.: "Capítulo 5. La comunicación de masas desde la crítica al sistema". En R. Marafioti: *Sentidos de la comunicación. Teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación*. Biblos, Buenos Aires, 2005:181-232.

MATTELART, A. y MATTELART, M.: "Industria cultural, ideología y poder". En A. Mattelart y M. Mattelart: *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós, Paidós, Barcelona / Buenos Aires / México, 1997:51-75.

MUÑOZ, B.: "Los ejes temáticos de la segunda generación de la Escuela de Birmingham: las trampas de la subjetividad". *Zigurat*, año 2, nro. 2, noviembre 2001:33-45.

WILLIAMS, Raymond: "La hegemonía". En R. Williams: *Marxismo y literatura*, Península, Barcelona, 1997:129-136.

IV Comunicación mediática, culturas e identidades

Identidad y cultura de masas: usos y prácticas. Procesos de identificación y diferenciación. Identidades y hegemonías. Tensiones y luchas identitarias.

Bibliografía básica:

CUCHE, Denys: "Cultura e identidad". En D. Cucho, *La noción de cultura en las ciencias sociales*. Nueva Visión, Buenos Aires, 2004: 105-122.

GILROY, P.: "Los estudios culturales británicos y las trampas de la identidad". En J. Curran, D. Morley y V. Walkernine (comps.): *Estudios culturales y comunicación*. Paidós, Barcelona, 1998:63-83.

HALL, S.: "¿Quién necesita 'identidad'?". En S. Hall y P. de Gay (comps.): *Cuestiones de identidad cultural*. Amorrortu, Buenos Aires, 2003:13-39.

LOMNITZ, C.: "Identidad". En C. Altamirano (dir.): *Términos críticos de sociología de la cultura*. Paidós, Buenos Aires, 2002:129-134.

V Comunicación y política

Lo político, la política y las políticas. Economía política de la comunicación. Medios públicos y estatales. El oficialismo mediático. Medios ciudadanos y comunitarios. Legislaciones comunicacionales.

Bibliografía básica:

DE MORAES, D.: "Sistema mediático y poder". En De Moraes, D., Ramonet, I. y Serrano, P.: *Medios, poder y contrapoder. De la concentración monopólica a la democratización de la información*. Biblos, Buenos Aires, 2013:19-46.

DEL VALLE-ROJAS, C., NITRIHUAL-VALDEBENITO, L. y MAYORGA-ROJEL, A.: "Elementos de economía política de la comunicación y la cultura: hacia una definición y operacionalización del mercado de los medios". *Palabra Clave*, vol.15, N°1, 2012.

HENKEL, C. y MORCILLO, J.: *La palabra liberada. Una crítica marxista a la Ley de Medios*. Eudeba, Buenos Aires, 2013.

LÓPEZ, G.: *Las industrias culturales en la legislación argentina*. Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini / Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires, 2009.

MOSCO, V.: "La economía política de la comunicación: una actualización". *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol.11, 2006:57-79.

RAMONET, I.: "Medios de comunicación: ¿un poder al servicio de intereses privados?". En De Moraes, D., Ramonet, I. y Serrano, P.: *Medios, poder y contrapoder. De la concentración monopólica a la democratización de la información*. Biblos, Buenos Aires, 2013:47-66.

SERRANO, P.: "Democracia y libertad de prensa". En De Moraes, D., Ramonet, I. y Serrano, P.: *Medios, poder y contrapoder. De la concentración monopólica a la democratización de la información*. Biblos, Buenos Aires, 2013:67-78.

WAISBORD, S.: *Vox Populista. Medios, periodismo, democracia*. Gedisa, Buenos Aires, 2013.

ZALLO, R.: "Retos actuales de la economía crítica de la comunicación y la cultura". En Albornoz, L. A. (comp.): *Poder, medios, cultura. Una mirada crítica desde la economía política de la comunicación*. Paidós, Buenos Aires, 2011:17-60.

Bibliografía general

- ALTAMIRANO, C. (dir.): *Términos críticos de sociología de la cultura*. Paidós, Buenos Aires, 2002.
- BARKER, Chris: *Televisión, globalización e identidades culturales*. Paidós, Barcelona, 2003.
- BAYLON, C. y MIGNOT, X.: *La Comunicación*. Cátedra, Madrid, 1996.
- BENJAMIN, W.: "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica". W. Benjamín: *Discursos Interrumpidos I*, Taurus, Buenos Aires, 1989.
- BLANCO, A.: "Cultura de masas". En C. Altamirano (dir.): *Términos críticos de sociología de la cultura*. Paidós, Buenos Aires, 2002:42-44.
- BLANCO, A.: "Sociedad de masas". En C. Altamirano (dir.): *Términos críticos de sociología de la cultura*. Paidós, Buenos Aires, 2002:225.
- BOUGNOUX, D.: *Introducción a las ciencias de la comunicación*. Nueva Visión, Buenos Aires, 1999.
- BRYANT, J. Y ZILLMANN, D.: *Los efectos de los medios de comunicación*. Paidós, Barcelona / Buenos Aires / México, 1996.
- CASTELLS, M.: *Comunicación y poder*. Alianza, Madrid, 2009.
- CHAMPAGNE, P.: "La visión mediática". En P. Bourdieu: *La miseria del mundo*. FCE, Buenos Aires, 1999:51-63.
- CROVI DRUETTA, D.: "Sociedad de la información y el conocimiento. Algunos deslindes imprescindibles". En D. Covi Druetta (coord.): *Sociedad de la información y el conocimiento*. La Crujía, Buenos Aires, 2004:17-55.
- CUCHE, Denys: "Cultura e identidad". En D. CuChe, *La noción de cultura en las ciencias sociales*. Nueva Visión, Buenos Aires, 2004: 105-122.*
- CURRAN, J., MORLEY, D. y WALKERNINE, V. (comps.): *Estudios culturales y comunicación*. Paidós, Barcelona, 1998.
- DE FLEUR, M.L. y BALL-ROKEACH, S.J.: *Teorías de la Comunicación de Masas*. Paidós, Barcelona, 1993.
- DE MORAGAS, M. (ed.): *Sociología de la Comunicación de Masas*. (4 vols.) G. Gili, Barcelona, 1985.
- FORD, A.: *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*. Amorrortu, Buenos Aires, 1994.
- FRITH, S.: "Música e identidad". En S. Hall y P. de Gay (comps.): *Cuestiones de identidad cultural*. Amorrortu, Buenos Aires, 2003:181-213.

- 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.
- GILROY, P.: "Los estudios culturales británicos y las trampas de la identidad". En J. Curran, D. Morley y V. Walkernine (comps.): *Estudios culturales y comunicación*. Paidós, Barcelona, 1998:63-83.
- GÓMEZ, P. A.: "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.
- GRANDI, R.: "Los estudios culturales: entre texto y contexto, culturas e identidad". En R. Grandi: *Texto y contexto en los medios de comunicación*. Bosch, Barcelona, 1995.
- HALL, S.: "¿Quién necesita 'identidad'?". En S. Hall y P. de Gay (comps.): *Cuestiones de identidad cultural*. Amorrortu, Buenos Aires, 2003:13-39.
- HALL, S. y du GAY, P.: *Cuestiones de identidad cultural*. Amorrortu, Buenos Aires, 2003.
- HESMONDHALGH, D.: "Repensar la música popular después del rock y el soul". En J. Curran, D. Morley y V. Walkernine (comps.): *Estudios culturales y comunicación*. Paidós, Barcelona, 1998:297-322.
- HORKHEIMER, M. y ADORNO, T. W.: "La industria cultural". En M. Horkheimer y T. W. Adorno: *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos*. Trotta, Madrid, 2006:165-212.
- IGARZA, R.: "La vida en bits". En R. Igarza: *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. La Crujía, Buenos Aires, 2008:33-64.
- : "Cultura urbana, cultura de la movilidad, cultura global". En R. Igarza: *Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultural*. La Crujía, Buenos Aires, 2009:17-32.
- LAZARSELD, P. F. et al.: *La comunicación de masas*. CEAL, Buenos Aires, 1991.
- LAZARSELD, P. F. y MENZEL, H.: "Medios de comunicación colectiva e influencia personal". En W. Schramm (comp.): *La ciencia de la comunicación humana*, Grijalbo, México, 1982:113-137.
- LOCHARD, G. y BOYER, H.: *La comunicación mediática*. Gedisa, Barcelona, 2004.
- LUCHESSI, L.: *Nuevos escenarios detrás de las noticias*, La Crujía, Buenos Aires, 2010.
- LOMNITZ, C.: "Identidad". En C. Altamirano (dir.): *Términos críticos de sociología de la cultura*. Paidós, Buenos Aires, 2002:129-134.
- 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.
- 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.
- MUÑOZ, B.: "Los ejes temáticos de la segunda generación de la Escuela de Birmingham: las trampas de la subjetividad". *Zigurat*, año 2, nro. 2, noviembre 2001:33-45.
- ORTIZ, R.: "Globalización / mundialización". En C. Altamirano (dir.): *Términos críticos de sociología de la cultura*. Paidós, Buenos Aires, 2002:105-111.
- O'SULLIVAN, T. et al.: *Conceptos claves en comunicación y estudios culturales*. Amorrortu, Buenos Aires, 1997.
- RODRIGO ALSINA, M.: *Los Modelos de la Comunicación*. Tecnos, Madrid, 1989.
- RUBIN, A. M.: "Usos y efectos de los media: una perspectiva uso-gratificaciones". En J. Bryant y D. Zillmann: *Los efectos de los medios de comunicación. Investigación y teorías*, Paidós, Barcelona, 1996:555-582.
- SIERRA, L. I.: "Globalización, multiculturalismo y comunicación. Paradojas y debates". En *Diálogos de la Comunicación*: 68-80.
- STATERA, G.: "Las investigaciones sobre los efectos de los 'mass-media'". En M. de Moragas: *Sociología de la Comunicación de Masas*, vol.1, G. Gili, Barcelona, 1993: 51-72.
- THOMPSON, J. B.: *Los media y la modernidad*. Paidós, Barcelona, 1998.
- TREJO DELARBE, R.: "Vivir en la Sociedad de la Información. Orden global y dimensiones locales en el universo digital". En *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación*, Organización de los Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, nº 1, septiembre - diciembre 2001.
<http://www.oei.es/revistactsi/numero1/trejo.htm>
- URRESTI, M.: "Ciberculturas juveniles: vida cotidiana, subjetividad y pertenencia entre los jóvenes ante el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información". En M. Urresti (ed.): *Ciberculturas juveniles*, La Crujía, Buenos Aires, 2008:13-66.
- VERON, E.: *Semiosis de lo ideológico y el poder. La mediatización*. Ediciones del CBC, UBA, 1997.

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.

WRIGHT, Ch. R.: "Análisis funcional y comunicación de masas". En M. de Moragas: *Sociología de la Comunicación de Masas*, vol.2, G. Gili, Barcelona, 1993:69-90.