

Teoría de la Comunicación I

Profesor: Lic. Mag. Pedro Arturo Gómez
Año Académico 2005

Objetivo general

- Presentar, desde la perspectiva de una Teoría Sociológica transdisciplinaria, el estudio de los procesos de comunicación mediática en sus aspectos teóricos y metodológicos, con énfasis particular en las relaciones entre Medios de Comunicación, 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, desde el determinismo conductista hasta el funcionalismo sociológico y desde la Escuela de Francfort a los *cultural studies*, incluyendo las teorías de los efectos cognitivos y el análisis de las rutinas de producción de las noticias.
- Establecer y consolidar las bases para una evaluación crítica del desarrollo de la Investigación de los Medios, como así también 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 con particular referencia a las sociedades y culturas latinoamericanas.
- 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 para poder regularizar la materia.
- Se tomarán tres 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.

I Sociedad, cultura y comunicación

Niveles de organización social de los procesos comunicativos. La comunicación y sus campos de poder: sistemas simbólicos, producciones simbólicas y dominación. 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. Las cuestiones centrales en la investigación sobre los medios.

II Efectos psicológicos y sociales

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. El estudio de la recepción.

IV Comunicación alternativa

El Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC). Paradigmas y prácticas comunicacionales de intervención y cambio social: desarrollismo, denunciismo y alternativismo. La comunicación alternativa. La comunicación comunitaria. El periodismo contra hegemónico y la contrainformación.

V Comunicación mediática, realidad e identidades

Imaginario social: matrices y procesos de representación. Los medios como "sectores de producción de la realidad". El infoentretenimiento: la realidad como espectáculo. Funciones y usos identitarios de la comunicación mediática. Casos: la construcción estética de la identidad chicana; la representación del otro socio-cultural en el realismo cinematográfico; géneros musicales, difusión mediática e identidades generacionales.

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.
- CARLÓN, M.: *Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos*. La Crujía, Buenos Aires, 2004.
- CASSETTI, F. y DI CHIO, F.: *Análisis de la televisión*. Paidós, Barcelona, 1999.
- 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.
- DEL REY MORATÓ, J.: *El naufragio del periodismo en la era de la televisión*. Fragua, Madrid, 1998.
- EAGLETON, T.: *Ideología*. Paidós, Barcelona / Buenos Aires / México, 1997.
- ECO, U.: *La Estrategia de la Ilusión*. Lumen, Barcelona, 1986.
- _____ : *Apocalípticos e Integrados*. Lumen, Barcelona, 1968.
- ELLIS, R. y McCLINTON, A.: *Teoría y Práctica de la Comunicación Humana*. Paidós, Barcelona, 1993.
- FARRÉ, M. : *El noticiero como mundo posible*. La Crujía / Universidad Austral, Buenos Aires, 2004.
- FORD, A.: *Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis*. Amorrortu, Buenos Aires, 1994.
- FUENZALIDA, V.: *Televisión abierta y audiencia en América Latina*. Norma, Buenos Aires, 2002.
- 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.
- GRIMSON, A. y VARELA, M.: *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*. Eudeba, Buenos Aires, 1999.

- GÓMEZ, P.A.: "Imaginarios sociales 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.
- : "Hacia una semiótica social de la comunicación mediática". (*En prensa*)
- GUTIERREZ, A.B.: *Pierre Bourdieu: las prácticas sociales*. CEAL, Buenos Aires, 1994.
- HALL, S. y du GAY, P.: *Cuestiones de identidad cultural*. Amorrortu, Buenos Aires, 2003.
- HARTLEY, J.: *Los usos de la televisión*. Paidós, Barcelona, 2000.
- JENNINS, B. Y ZILLMANN, D.: *Los efectos de los medios de comunicación*. Paidós, Barcelona / Buenos Aires / México, 1996.
- LANGER, J.: *La televisión sensacionalista*. Paidós, Barcelona, 2000.
- LAZARFELD, P.F. et al.: *La comunicación de masas*. CEAL, Buenos Aires, 1991.
- LULL, J.: *Medios, comunicación, cultura*. Amorrortu, Buenos Aires, 1997.
- LUCKMANN, T.: *Teoría de la Acción Social*. Paidós, Barcelona / Buenos Aires / México, 1996.
- 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.
- MORLEY, D.: *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Amorrortu, Buenos Aires, 1996.
- 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.: *Los Imaginarios Sociales. La nueva construcción de realidad social*. Cuadernos FyS / Sal Terrae, Madrid, 1995.

- PUNTEL, J.: *La Iglesia y la Democratización de la Comunicación*. Paulinas, Buenos Aires, 1999.
- 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.
- RINCÓN, O.: *Televisión, video y subjetividad*. Norma, Bogotá, 2002.
- RODRIGO ALSINA, M.: *Los Modelos de la Comunicación*. Tecnos, Madrid, 1989.
- SCHUTZ, A. y LUCKMANN, T.: *Las Estructuras del Mundo de Vida*. Amorrortu, Buenos Aires, 1977.
- SILVERSTONE, R.: *Televisión y vida cotidiana*. Amorrortu, Buenos Aires, 1996.
- : *¿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.
- VAN DIJK, T.: *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*. Gedisa, Barcelona, 1998.
- VERON, E.: *Semiosis de lo ideológico y el poder. La mediatización*. Ediciones del CBC, UBA, 1997.
- VILCHES, L.: *Manipulación de la información televisiva*. Paidós, Barcelona / Buenos Aires / México, 1989.
- VILCHES, L.: *La lectura de la imagen. Prensa, cine, televisión*. Paidós, Barcelona, Buenos Aires / México, 1995.
- VILCHES, L.: *La televisión: los efectos del bien y del mal*. Paidós, Barcelona, Buenos Aires / México, 1993.
- VINETTI, N. Y RODRÍGUEZ ESPERÓN, C.: *Contrainformación*. Peña Lillo / Continente, Buenos Aires, 2004.
- WILLIAMS, R.: *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*. Paidós, Barcelona, Buenos Aires, 1982.
- WOLF, M.: *La Investigación de la Comunicación de Masas*. Paidós, 1987.
- : *Los efectos sociales de los media*. Paidós, Barcelona, 1994.