

## **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 2006**

### **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 dos 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. 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 La comunicación *mass-* mediática como objeto de investigación**

Objeto multidimensional, campo interdisciplinario. Teorías y paradigmas. Tipos de teorías: generales, particulares, específicas. Modalidades administrativa y crítica. Matrices teóricas. Períodos económicos-políticos. Períodos teóricos-comunicacionales. Tipos de abordaje. El problema de los efectos.

### **III 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*.

### **IV 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.

### **V 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.

### **VI Comunicación mediática, realidad e identidades**

Imaginarios sociales: 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. La construcción estética de la identidad. La representación mediática del otro. 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.
- 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.
- 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.
- 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.
- JENNINS, B. Y ZILLMANN, D.: *Los efectos de los medios de comunicación*. Paidós, Barcelona / Buenos Aires / México, 1996.
- LAZARSFELD, P.F. et al.: *La comunicación de masas*. CEAL, Buenos Aires, 1991.
- LULL, J.: *Medios, comunicación, cultura*. Amorrortu, Buenos Aires, 1997.
- 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.: *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.
- 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.
- 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.