

Teoría de la Comunicación I

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

Auxiliares Docentes: Lic. Selva Ilardo, Lic. Gloria Miguel, Lic. Eva Fontdevila

Ayudante Estudiantil: Pablo Giori.

Año Académico 2009

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. Transformaciones de la percepción espacio-temporal. La mediatización.

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.

ORTIZ, R.: "Globalización / mundialización". En C. Altamirano (dir.): *Términos críticos de sociología de la cultura*. Paidós, Buenos Aires, 2002:105-111.

SIERRA, L. I.: "Globalización, multiculturalismo y comunicación. Paradojas y debates". En *Diálogos de la Comunicación*: 68-80.

THOMPSON, J. B.: "Comunicación y contexto social". En J. B. Thompson: *Los media y la modernidad*. Paidós, Barcelona, 1998:25-68.

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**

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*.

Bibliografía básica:

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.

LAZARSELD, P. F. y MERTON, P. K.: "Comunicación de masas. Gustos populares y acción social organizada". En M. de Moragas: *Sociología de la Comunicación de Masas*, vol.2, G. Gili, Barcelona, 1993: 22-49.

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.

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.

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).

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.

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.

Bibliografía básica:

BENJAMIN, W.: "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica". W. Benjamín: *Discursos Interrumpidos I*, Taurus, Buenos Aires, 1989.

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.

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.

IV Comunicación mediática, realidad e identidades

Imaginarios sociales. Los medios como "sectores de producción de la realidad". Identidad y cultura de masas: usos y prácticas. Culturas juveniles y música. Blogs y conocimiento. Procesos mediáticos de comunicación religiosa. Identidad y prácticas de comunicación alternativa.

Bibliografía básica:

FRITH, S.: "Música e identidad". En S. Hall y P. de Gay (comps.): *Cuestiones de identidad cultural*. Amorrortu, Buenos Aires, 2003:181-213.

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. y GIORI, P.: "Acá eso nunca ha pasao". Imaginarios sociales y funciones simbólicas del pogo en el punk rock tucumano. *Simposio Antropología Siglo XXI. Cruce de Saberes*. Instituto de Estudios Antropológicos y Filosofía de la Religión, Facultad de Filosofía y Letras, UNT, Tucumán, 13 y 14 de agosto de 2007.

GÓMEZ, P. A. y GIORI, P.: "Alguien que llevo dentro. Funciones de la canción pop en la construcción cinematográfica de la identidad juvenil". I Congreso de Literatura: Arte y Cultura en la Globalización, Buenos Aires, 9-11 de octubre de 2006.

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

HESMONDHALGH, D.: "Repensar la música popular después del rock y el soul". En En J. Curran, D. Morley y V. Walkernine (comps.): *Estudios culturales y comunicación*. Paidós, Barcelona, 1998:297-322.

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

NAVARRETE, F.: "Low writers. Revistas chicanas". En *Poliéster*, vol. 2, nro. 6, 1993:34-45.

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.

Bibliografía

- 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.
- BERGER, P. y LUCKMANN, T.: *La Construcción Social de la Realidad*. Amorrortu, Buenos Aires, 1991.
- 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.
- BOURDIEU, P.: *Sociología y Cultura*. Grijalbo-CNCA, México, 1990.
- BRETON, Ph.: *La utopía de la comunicación*. Nueva Visión, Buenos Aires, 2000.
- BRYANT, J. Y ZILLMANN, D.: *Los efectos de los medios de comunicación*. Paidós, Barcelona / Buenos Aires / México, 1996.
- CHARAUDEAU, P.: *El discurso de la información*. Gedisa, Barcelona, 2003.
- 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. Gilli, Barcelona, 1985.
- 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.
- 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.: "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.
- GÓMEZ, P. A. y GIORI, P.: "Acá eso nunca ha pasao". Imaginario social y funciones simbólicas del pogo en el punk rock tucumano. *Simposio Antropología Siglo XXI. Cruce de Saberes*. Instituto de Estudios Antropológicos y Filosofía de la Religión, Facultad de Filosofía y Letras, UNT, Tucumán, 13 y 14 de agosto de 2007.
- GÓMEZ, P. A. y GIORI, P.: "Alguien que llevo dentro. Funciones de la canción pop en la construcción cinematográfica de la identidad juvenil". *I Congreso de Literatura: Arte y Cultura en la Globalización*, Buenos Aires, 9-11 de octubre de 2006.
- 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.
- GRIMSON, A. y VARELA, M.: *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*. Eudeba, Buenos Aires, 1999.
- 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.
- LAZARSELD, P. F. et al.: *La comunicación de masas*. CEAL, Buenos Aires, 1991.
- LAZARSELD, P. F. y MERTON, P. K.: "Comunicación de masas. Gustos populares y acción social organizada". En M. de Moragas: *Sociología de la Comunicación de Masas*, vol.2, G. Gili, Barcelona, 1993: 22-49.
- LOCHARD, G. y BOYER, H.: *La comunicación mediática*. Gedisa, Barcelona, 2004.
- 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.
- NAVARRETE, F.: "Low writers. Revistas chicanas". En *Poliéster*, vol. 2, nro. 6, 1993:34-45.
- ORTEGA Y GASSET, J.: *La Rebelión de las Masas*. Altaya, Barcelona, 1993.
- 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.
- 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.

