

**ESPECIALIZACIÓN EN ENSEÑANZA DEL ESPAÑOL COMO  
LENGUA EXTRAJERA  
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMÁN**

Curso: “Los Medios de comunicación en la Enseñanza del Español Lengua Extranjera”

Prof. a cargo: Dra. María Marta Luján

Año 2025

### FUNDAMENTACIÓN

Al abordar la enseñanza del Español como Lengua Extranjera, nuestro principal propósito será enseñar cómo aprovechar la potencialidad de los Medios de comunicación -sus prácticas comunicativas y creativas- con el fin de realizar un uso enriquecedor de la comunicación con fines educativos.

El futuro docente precisa de una formación especial para utilizar estos medios, es decir, conocerlos como objeto y como herramienta para un uso sistemático en el aula de Lengua Extranjera.

Los Medios de comunicación -tradicionales y los vinculados a internet como plataformas y redes sociales- proporcionan un insumo significativo en tanto y en cuanto visibilizan la lengua de una comunidad y su rol clave como constructora social de sentido.

El objetivo del docente de ELE será que el estudiante adquiera la cualidad de la propiedad junto y –más allá- de la corrección. La propiedad comprende la adecuación al asunto tratado, la conveniencia en el modo de adaptarse a los diferentes receptores del mensaje y la oportunidad que supone adaptar el discurso a las circunstancias.

Consideramos que la finalidad última es lograr la competencia comunicativa, esto es, la capacidad de una persona para comportarse de manera eficaz y adecuada en una determinada comunidad de habla; ello implica respetar un conjunto de reglas que incluye tanto las de la gramática y los otros niveles de la descripción lingüística (léxico, fonética, semántica) como las reglas de uso de la lengua, relacionadas con el contexto socio-histórico y cultural en el que tiene lugar la comunicación.

En tal sentido, los medios de comunicación operan como fuente de documentos auténticos que ilustran sobre el uso situado y social de una lengua y proporcionan un saber pragmático; dicho bagaje enriquecerá la lectura, la escritura, el habla y la comprensión del español como lengua extranjera.

Así, con cualquiera de los medios que se trabaje, ha de combinarse el conocimiento de diversos códigos y no sólo del lingüístico: en lo audiovisual y en lo radiofónico la voz nos permite conocer tonos, entonaciones, acentos; la prensa reúne imagen y texto; en la publicidad y en el cine accedemos además a las interrelaciones entre lenguaje, geografía y configuración cultural.

Si los medios de comunicación devienen contenido significativo en la enseñanza-aprendizaje del español como lengua extranjera, las nuevas tecnologías de la información superan barreras materiales y espaciales y posibilitan la convergencia mediática para el acercamiento a las culturas hispanohablantes, sus mecanismos y variedades.

#### OBJETIVOS:

- a- Reconocer la complejidad de los Medios de comunicación masiva como objeto de estudio.
- b- Aproximación a las características y lógicas de los Medios de comunicación masiva en sus dimensiones técnica, institucional, estética y pragmática.
- c- Conocer, analizar y comparar distintos tipos textuales a través de los canales mediáticos más utilizados: prensa, radio, tv e internet.
- d- Analizar la publicidad como mensaje y discurso que atraviesa los mensajes mediáticos.
- e- Desarrollar la competencia comunicativa (oral y escrita) para decodificar los mensajes que transmiten los medios de comunicación masiva.
- f- Adquirir competencia mediática, entendida ésta como capacidad para:
  - el análisis de los medios.
  - el manejo del contexto social y cultural
  - la comprensión y producción de:
    - a- textos mediáticos en sus diferentes variables genéricas
    - b- propuestas pedagógico – didácticas innovadoras en el ámbito de la ELE.

#### CONTENIDOS

##### Eje 1

Medios de comunicación y Medios de comunicación masiva.

Los MCM como objeto de estudio. Definición e interpretación. La industria cultural. Producción, reproducción, circulación y recepción de los mensajes mediáticos. Los Medios como técnica, tecnología, institución y forma cultural. De los Medios a las mediaciones.

Breve panorama sobre las teorías que han abordado los MCM. Apocalípticos e Integrados. Funcionalismo, Escuela de Frankfurt y Estudios Culturales ingleses. Fronteras difusas entre cultura alta, masiva y popular. De la manipulación a la recepción activa. Los MCM como cuarto poder. La imposición de agenda y las

series informativas. Los MCM como constructores sociales de sentido y escenarios de la lucha por los significados.

La Publicidad: arte oficial del capitalismo. Análisis textual e ideológico de textos publicitarios. Estado y MCM. La función homogeneizadora de los MCM. Opinión pública. Ciudadanos y consumidores. Censura y libertad de expresión.

MCM y Educación. Los MCM y el estado de la lengua. Criterios de corrección, pertinencia y adecuación.

MCM como fuentes de *inputs*.

## Eje 2

La Prensa escrita. El rol de la prensa en la sociedad, desde la Antigüedad hasta nuestros días. Aspectos económicos, institucionales, culturales, estéticos y pragmáticos. La construcción de las audiencias. Las intenciones. Los géneros periodísticos. Características estructurales y semánticas. Los paratextos. Hibridaciones genéricas. Etapas de la prensa argentina. La concentración mediática.

La prensa argentina actual como escenario de la batalla política-cultural.

## Eje 3

Radio y TV. *Broadcasting*. Oralidad secundaria. Código verbal y código no-verbal. La imagen. La Videoesfera. La reformulación de lo público y lo privado: el privatismo móvil. Los modelos de Radio y TV en Argentina. El flujo televisivo.

## Eje 4

Internet. Sociedad red o Sociedad de la Información. La descentralización de la comunicación masiva. Convergencia, transmedialidad e interactividad. Las brechas digitales. Desterritorialización, nuevas identidades y la reformulación de lo público/privado. El Hipertexto: de la estructura secuencial a la estructura rizomática. Internet y la diversidad lingüística. Algoritmización de la Cultura. Inteligencia Artificial, amenazas y posibilidades.

## METODOLOGÍA

El curso se realizará de modo enteramente virtual, combinando clases sincrónicas y asincrónicas y sosteniendo la comunicación con los estudiantes, las consignas y corrección de trabajos prácticos

y el acceso a la bibliografía a través del aula virtual.

La metodología de trabajo estará centrada en la aplicación de técnicas y estrategias que posibiliten la participación activa de los alumnos, tales como talleres, trabajos grupales, producciones escritas individuales, trabajos de campo, etc.

## EVALUACIÓN

La evaluación consistirá en la elaboración de una unidad didáctica en la que se aprovechen las posibilidades de uno de los medios trabajados en el curso para la adquisición del español como lengua extranjera.

Para la calificación del trabajo final se tendrá en cuenta la claridad de los objetivos, la metodología utilizada y la pertinencia de los mensajes mediáticos utilizados como material disparador.

## BIBLIOGRAFÍA

Barbero, Jesús Martín *De los medios a las mediaciones. Cultura, comunicación y hegemonía*. México: Gustavo Gili, 1987.

Becerra, Martín; *Sociedad de la información: proyecto, convergencia, divergencia*, Editorial Norma, Buenos Aires, 2003.

Blanco, Alejandro. "Cultura de masas" en: Altamirano Carlos (Comp), *Términos críticos de sociología de la cultura*. Buenos Aires: Paidós, 2004. Pags 42-44.

Bougnoux, Daniel. *Introducción a las ciencias de la comunicación*. Buenos Aires: Claves, 1999.

"Apertura informática y cierre comunicativo" en: *Introducción a las Ciencias de la comunicación*, Buenos Aires, Claves, 1999, pp. 79-93, 10-22.

Bourdieu, Pierre. "La opinión pública no existe" en: <http://pierrebourdieu.blogspot.com/2006/06/la-opinin-pblica-no-existepierre.html>

*Sobre la televisión*. Anagrama, Barcelona. 1997.

Carlón, Mario. *Sobre lo televisivo. (dispositivos, discursos, sujetos)*. Buenos Aires: Nueva Visión, 2004.

Castells, Manuel . *La galaxia Internet*, Plaza & Janés Editores S.A; Barcelona. 2001.

"OBERTURA: La red es el mensaje"

*La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol 1.

*La Sociedad Red*. Madrid, Alianza, 1997.

Charaudeau, Patrik. *El discurso de la información*. Barcelona: Gedisa, 2003.

Colombo, F, *Televisión: la realidad como espectáculo*, Barcelona: Gustavo Gili, 1976.

De Fleur, M.L. y Ball-Rokeach, S. *Teorías de la comunicación de masas*. Buenos Aires: Paidós, 1987.

Eco, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. Barcelona: Lumen-Tusquets, 2001.

Ezemberguer, H. *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Anagrama, 1984.

*Diccionario de comunicación. Conceptos y debates de Ciencias de la comunicación.* Alicia Entel Comp. Buenos Aires: Fundación Walter Benjamin, 2023.

Ford, Aníbal. "Comunicación" en: Altamirano, Carlos (director) *Términos críticos de sociología de la cultura.* Buenos Aires: Paidós, 2002.

Ford Aníbal y Rivera, Jorge, "Los medios masivos de comunicación en Argentina", en: *Medios de comunicación y cultura popular,* Bs. As., Legasa, 1990.

García Canclini, Néstor. *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización.* México: Grijalbo, 1995.

*Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad,* Barcelona, Gedisa, 2004.

Grandi, R. *Texto y contexto en los medios de comunicación.* Barcelona: Bosh, 1995.

Grimson, Alejandro. *Interculturalidad y Comunicación.* Buenos Aires: Norma, 2000.

*Los límites de la cultura.* Buenos Aires: Siglo XXI, 2011.

Habermas, Jürgen. "Sobre el concepto de Opinión Pública". *Historia y crítica de la Opinión Pública.* Barcelona: GG Massmedia, 1995.

Harari, Yuval Noah, *Nexus. Una breve historia de las redes de información desde la Edad de Piedra hasta la IA.* Buenos Aires: Debate. Grupo Editorial Penguin Random House, 2024.

López Guadalupe y Ciuffoli, Clara, "La vuelta al origen: nuevas y viejas formas de comunicación" en: *Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y después.* Buenos Aires, La Crujía, 2010.

Luján, María Marta (Comp) *Glosario de Cultura y comunicación.* Manuales Humanitas, Edit. Facultad de Filosofía y Letras de la UNT., 2011.

Lull, James. *Medios, comunicación, cultura. (Aproximación global).* Buenos Aires: Amarrortu, 1997.

Marc, E y Picard, D. "Los modelos de la comunicación" en: *La interacción social. Cultura, Instituciones y Comunicación.* Barcelona: Paidós, 1992.

Mastrini, Guillermo: "Economía política de las industrias culturales en la Argentina: Estado de situación tras la hegemonía neoliberal", en Revista *Diálogos de la Comunicación y la Cultura.* N° 70, FELAFACS, Diciembre de 2004

Marafioti, Roberto. *Sentidos de la comunicación. Teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación .* Buenos Aires: Biblos, 2005.

Mata, María Cristina , "De la cultura masiva a la cultura mediática", en Revista *Diálogos de la comunicación* N° 56, FELAFACS, Lima. 1999.

*Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva,* CCE La Crujía, Buenos Aires.

"Comunicación, ciudadanía y poder: pistas para pensar su articulación", en Revista *Diálogos de la Comunicación* N° 64, FELAFACS, Noviembre de 2002.

*In-Disciplinadas.* <https://library.fes.de/pdf-files/bueros/la-comunicacion720516.pdf>

Mattelart, M. "Educación, televisión y cultura masiva" en: *Comunicación y Cultura.* N° 12, agosto de 1984.

Moragas, M de. (ed) *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili. 1986.

Morduchowicz, Roxana. *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad*. Gedisa, Barcelona. 2008.

Morín, Edgard, "Una mundialización plural" en Denis De Moraes (coord.) *Por otra comunicación. Los media, globalización cultural y poder*, Icaria, Barcelona. 2005.

Morley, David . *Medios, modernidad y tecnología*. Gedisa, Barcelona. 2008

Noguera, Federico, "Los nuevos desafíos del periodismo ciudadano" en: *Le Monde Diplomatique*, junio de 2009

Piscitelli, Alejandro. *Meta-cultura (el eclipse de los medios masivos en la era de Internet)* Buenos Aires: La Crujía, 2002.

*Internet, la Imprenta del siglo XXI*, Barcelona, Gedisa, 2005, pp. 11-32.

*Ciberculturas en la era de las máquinas inteligentes*, Buenos Aires, Paidós, 1995, pp. 123- 156.

Quiróz, María Teresa, del texto *Aprendizaje y comunicación en el siglo XXI*, Introducción y Capítulo 1°, Buenos Aires, Norma, 2003, pp.11-47. Reguillo, "Pensar el mundo en y desde América Latina. Desafío Intercultural y políticas de representación" En Revista *Diálogos de la Comunicación y la Cultura*. N° 65, FELAFACS, Diciembre de 2002.

Ramonet, Ignacio "El cuarto poder" en *Le Monde Diplomatique*, diciembre 2014.

Rincón, Omar, *Narrativas mediáticas. O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento*. Gedisa, Barcelona. 2006.

"¿Por qué investigar los medios?" *Comunicación, cultura y globalización*. Bogotá: Javegraf, 2002. Pag. 245-253.

Saintout, Florencia. *Abrir la comunicación. Tradición y movimiento en el campo académico*. Universidad Nacional de la Plata: Ediciones de Periodismo y Comunicación, 2003. Pp. 157-162.

"Los Medios y la disputa por la construcción de Sentido" en *Revista Praxis en las encrucijadas de la civilización, N° 1, La Plata*. 2013.

Sarlo, Beatriz, "La radio, el cine, la televisión: comunicación a distancia" en: *La imaginación técnica*, Bs. As, paidós, 1992. Pp. 104-134.

Sartori, Giovanni, Homo videns. *La sociedad dirigida*, Madrid, Taurus, 1998, pp. 23-34, 53, 64.

Thesing, Joseph y Pries, Frank, *Globalización, democracia y medios de comunicación*. Buenos Aires: Ciedla, 1999.

Thompson, John. "La teoría de la esfera pública". En *Voces y culturas* N° 10, Barcelona. 1996.

Thompson, John. *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós, Barcelona. 1998

Ulanovski Carlos, "Paren las noticias. (Historia de los medios de comunicación en Argentina) Diarios, revistas y periodistas". Emecé, Buenos Aires, 2005. Tomo I (1920-

1969), "Noticias de la gran aldea", pags. 13-56 y Tomo I (1970-2000), "Noticias del año 2000", pags. 261 a 280.

Van Dijk, Teun, *La noticia como discurso*. Barcelona, Paidós, 1989.

Varela, Mirta: "Los comienzos de la Televisión argentina en el contexto latinoamericano".

En: [diegolevis.com.ar/audiovisula/M.Varela..pdf](http://diegolevis.com.ar/audiovisula/M.Varela..pdf)

Verón, Eliseo, *La semiosis social*, Gedisa, Buenos Aires. 1997.

Verón, Eliseo y Escudero Chauvel, Lucrecia. *Telenovela. Ficción popular y mutaciones culturales*. Barcelona: Gedisa, 1999.

*Vocabulario crítico de Ciencias de la comunicación*. De Charras Diego y Kejval, Larisa Coords. Buenos Aires: Taurus. 2024.

Williams, Raymond, *Televisión: Tecnología y forma cultural*. Buenos Aires: Paidós, 2011

Zubieta, Ana María y otros. *Cultura popular y cultura de masas. Conceptos, recorridos y polémicas*. Buenos Aires: Paidós, 2000.