



## **DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES**

### **CARRERA DE Licenciatura en Comunicación Social**

#### **Programa de la Asignatura: Teorías de la Comunicación II**

Ciclo lectivo 2017

( especificar en el caso de ser anual)

#### **Cátedra:**

**Prof. Titular:** Prof. Lic. Rafael Ignacio Ruffo

**Jefe de Trabajos Prácticos:** Lic. Carlos Gabriel Cánepa

**Jefe de Trabajos Prácticos:** Marina Acosta, Agustina Lassi

**Carga Horaria:** 4 horas semanales de cursada cuatrimestral

#### **1) Fundamentación**

La reflexión moderna sobre el orden político se ha caracterizado por establecer un nuevo fundamento: la idea de que el hombre moderno es portador de derechos naturales y que la legitimidad política se basa en el consentimiento humano. En este sentido, la aparición de una esfera de sociabilidad denominada espacio público puede considerarse uno de los elementos centrales donde se desarrollaba la deliberación democrática.

El problema del espacio público en el siglo XX aparece, por un lado, como aquel ámbito institucional donde estos derechos se consagran en

leyes, textos constitucionales, declaraciones y convenciones internacionales, y por otro, como el ámbito donde los individuos debaten sobre los principios que deben regir a la sociedad y que, en última instancia, deben transformarse en derechos reconocidos por el Estado. En este sentido, lo público supone un ámbito de publicidad donde están comprometidas la razón, los intereses y las voluntades políticas de poder.

## **2) Objetivos estructurales**

El objetivo más general de este curso consisten hacer un recorrido por los temas referidos al vínculo entre los medios de comunicación y la política, partiendo desde el estudio de las teorías de los efectos de la comunicación de masas.

Luego, y sobre la base de los conocimientos teóricos adquiridos en la materia Teorías de la Comunicación I que la antecede en el plan de estudios de la carrera, se propone un pasaje por las lecturas referidas a los problemas específicos que plantean las modernas disciplinas de la investigación de la opinión pública y la comunicación política hasta llegar a a las doscusiones contemporáneas acerca de la sociedad de la información.

La elección de ambas cuestiones como ejes de esta propuesta de estudio se apoya en el hecho evidente de que ellas se han transformado en un problema central de nuestro tiempo. Tanto las cuestiones de gobierno como el rol de los partidos se han transformado de manera sustancial gracias a la aparición de este nuevo actor omnipresente que son los medios de comunicación de masas. Por otra parte, los medios han sufrido una transformación sin precedentes en lo que hace a su

desarrollo tecnológico y al rol que cumplen en el espacio público, al punto tal que han logrado caracterizar a nuestra época como la era de la información.

Se trata, entonces, de un fenómeno que trasciende ampliamente las cuestiones públicas y legales, para colocarse como un punto de cruce entre la sociedad, sus instituciones, el sistema político y el Estado. Al que pretendemos abordarlo desde una bibliografía actualizada e interdisciplinaria que estimule la creación de reflexiones autónomas y críticas en los alumnos.

### **3) Unidades Didácticas**

#### **3.a) Contenidos temáticos por unidad didáctica**

##### **Unidad 1 – Las investigaciones sobre los efectos cognitivos de los medios.**

De la relativización del poder de los medios a los “powerfull media”. La neutralización de la selectividad de las audiencias: la teoría de la Espiral del Silencio. El efecto de distorsión de los medios: la teoría del cultivo televisivo. Profundizando diferencias preexistentes: la teoría de la brecha de conocimiento. Efectos cognitivos de largo plazo. teorías de la socialización y de la dependencia estructural de los medios. Tendencias modernas de investigación: newsmaking, agenda setting, agenda building, framing, tematización.

##### **Unidad 2 – Opinión pública, política y medios de comunicación**

El concepto de público. El concepto de opinión. Historia del término “opinión pública”. Sus características: el debate entre pesimistas y optimistas. El proceso de conformación de la opinión pública. Los estudios precursores de Paul Lazarsfeld. La influencia de los medios en la decisión de voto. El rol de los medios en la democracia de masas. Los surveys como artefacto político. Opinión pública discursiva y opinión pública agregada.

##### **Unidad 3 – Espacio público y comunicación política**

El concepto de comunicación política. La democracia mediática o de “los públicos”. La personalización de la política. La monarquía de los sondeos. La construcción de un problema político y uno mediático.

Crisis de representación y comunicación política. Las transformaciones de los partidos políticos y de sus campañas electorales. El estudio de las campañas electorales y las teorías del voto. La campaña permanente. Campañas electorales en la Argentina.

#### **Unidad 4 – Las TIC y la Sociedad de la Información**

· Las tecnologías de la información y la comunicación. Sociedad de flujos y sociedad informacional. La opinión pública discursiva en la sociedad red. La crisis de sentido en la sociedad posmoderna. El éxtasis de la comunicación. Ciencias humanas y sociedad de la comunicación ilimitada. La sociedad transparente. Las TIC como productoras de nuevas relaciones entre lo público y lo privado.

**3.b) Bibliografía específica por unidad temática** (bibliografía obligatoria)

#### **Unidad 1 – Las investigaciones sobre los efectos cognitivos de los medios.**

- Charron, Jean (1998). “Los medios y las fuentes. Los límites del modelo de agenda setting”. En Gauthier, G., Gosselin, A. y Mouchon, J. (1998). *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa

- Rodrigo Alsina, Míquel (1993). *La construcción de la noticia*. Buenos Aires: Paidós.

- Sádaba, Teresa (2007). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía. Págs. 55-106.
- Saperas, Eric (1987). *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona: Ariel. 2ª y 3ª parte, pág. 90-141
- Wolf, Mauro (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós. Capítulo 3.
- Wolf, Mauro (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós. Partes Primera y Segunda.

## **Unidad 2 – Opinión pública, política y medios de comunicación**

- Adrogué, Gerardo (1996). “El debate sobre las propiedades de la opinión pública en Estados Unidos”. En *Revista Sociedad* n° 10, Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales – UBA.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1995). *La espiral del silencio*. Barcelona: Paidós. Pág. 83-130.
- Price, Vincent (1994). *La opinión pública. Esfera pública y comunicación*. Barcelona: Paidós. Pág.39-121.
- Sampedro Blanco, Víctor (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa*. Madrid: Ediciones Istmo. Introducción, capítulo I.

## **Unidad 3 – Nuevo espacio público y comunicación política**

- Fara, Carlos (2003). “Características del electorado argentino”. En *Acciones para una Buena Comunicación en campañas electorales*. Buenos Aires: Asociación Civil de Estudios Populares - Konrad Adenauer Stiftung.
- Manin, Bernard (1992). “Metamorfosis de la representación”. En Dos Santos, Mario (coord.) (1992). *¿Qué queda de la representación política?* Caracas: CLACSO – Editorial Nueva Sociedad.

- Sampedro Blanco, Víctor (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa*. Madrid: Ediciones Istmo. Capítulo IV.
- Wolton, Dominique (1995). “La comunicación política; construcción de un modelo”. En Ferry, Jean Marc et al (1995). *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa.
- Wolton, Dominique (1998). “Las contradicciones de la comunicación política”. En Gauthier, G., Gosselin, A. y Mouchon, J. (1998). *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa. Págs. 110-130.

#### **Unidad 4 - Las TIC y la Sociedad de la Información**

- Castells, Manuel (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- Ferry, Jean Marc (1995). “Las transformaciones en la publicidad política”. En Ferry, Jean Marc et al (1995). *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa.
- Lipovetsky, Gilles (1993). *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona: Anagrama.
- Sampedro Blanco, Víctor y Resina de la Fuente, Jorge (2010). “Opinión pública y democracia deliberativa en la Sociedad Red”. En *Ayer*, nro. 80.
- Trejo Delarbre, Raúl (2001). “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* nro. 1. Septiembre / diciembre.
- Vattimo, Gianni (1990). *La sociedad transparente*. Barcelona: Paidós.

#### **4) Bibliografía general (complementaria)**

- Arendt, Hannah (1993): *La condición humana*, Barcelona, Paidós. Cap. II.
- Boladeras Cucurella, Margarita (2001): “La opinión pública en Habermas”. En *Revista Anàlisi* N° 26, Barcelona, Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació de la UAB.
- Bourdieu, Pierre (2000). “La opinión pública no existe”. En Criado, Enrique Martín (2000). *Cuestiones de Sociología*. Madrid: Istmo.
- Crespo, Ismael (Director) (2004); *Las campañas electorales y sus efectos en la decisión del voto. Vol. II La Campaña electoral del 2000, Partidos, medios de Comunicación y Electores*, Valencia, Editorial Tirant lo Blanch. Capitulo 1. Pág. 19 a 44
- Del Rey Morató, Javier (1996): *Democracia y Posmodernidad. Teoría General de la Información*. Madrid, Editorial Complutense. 6ª parte.
- Espíndola, Roberto y Tagina, María Laura (2003): “De los consultores a las cacerolas. La campaña presidencial argentina de 2003”, ponencia presentada en el VI Congreso Nacional de Ciencia Política, Rosario, noviembre de 2003.
- Gandarilla Salgado, José Guadalupe (2004: “Otro envite del desarrollo: la llamada Sociedad de la Información y el Conocimiento”. En Covi Druetta, D. (coord.), *Sociedad de la información y el conocimiento. Entre lo falaz y lo posible*, Buenos Aires, La Crujía Ediciones.
- Katz, Eliu (1995): “La investigación de la comunicación desde Lazarsfeld”. En Ferry, J., Wolton, D. et al., *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa.
- Lazarsfeld, Paul (1952): “La campaña electoral ha terminado”. En *Public Opinion Quarterly*, N° 53.



- McCombs, M. y Shaw, D. (1984): “¿Qué agenda cumple la prensa?”. En *El poder de los medios en la política*, Buenos Aires, GEL.
- Meyer, Thomas (2002): “Mediocracia: ¿rumbo a una democracias diferente?”. En *Relación entre Política y Medios. Propuestas alemanas en una perspectiva comparada*, Buenos Aires, Frank Priess Editor - Konrad Adenauer Stiftung.
- Muraro, Heriberto (1991): *Poder y comunicación*, Buenos Aires, Ediciones Letra Buena S.A.. Pág. 17 a 66.
- Muraro, Heriberto (1998): *Políticos, periodistas y ciudadanos*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica. Pág. 11 a 30; 89 a 126.
- Noguera, Felipe (2005). “La campaña permanente”. En Izurieta, R., Arterton, C. y Perina, R. M. (comps.) (2005). *Estrategias de comunicación para gobiernos*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Sartori, Giovanni (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- Touraine, Alan (1995): “Comunicación política y crisis de representatividad”. En Ferry, J., Wolton, D. et al., *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa.
- Zukernik, Eduardo (2003): “Los medios y la política en la era del infoespectáculo”. En *Acciones para una buena comunicación en campañas electorales*, Buenos Aires, Asociación Civil Estudios Populares y Konrad Adenauer Stiftung.

- 5) **Cronograma de Actividades** (que contemple planificación diaria de clases: temas de teóricos, lecturas obligatorias, actividades de prácticos, etc)

<b>CLASE N° 1:</b>	<b>1er CUATRIMESTRE</b>
<b>FECHA:</b>	13 de abril de 2012
<b>TEORICO:</b> Contenidos / temas a desarrollar Textos de lectura obligatoria	<b>Clase presentación.</b> La importancia del problema de los efectos de los medios de comunicación de masas como respuesta a las demandas de gestión e intervención social.  - Wolf, Mauro (1994). <i>Los efectos sociales de los media</i> . Barcelona: Paidós. Partes Primera y Segunda.
<b>CLASE N° 2:</b>	
<b>FECHA:</b>	20 de abril de 2012
<b>TEORICO:</b> Contenidos / temas a desarrollar Textos de lectura obligatoria	<b>Principales tendencias en la investigación sobre los efectos de los medios de comunicación de masas – tercera fase de los estudios.</b>  - Wolf, Mauro (1987). <i>La investigación de la comunicación de masas</i> . Barcelona: Paidós. Capítulo 3.  - Rodrigo Alsina, Míquel (1993). <i>La construcción de la noticia</i> . Buenos Aires: Paidós.
<b>CLASE N° 3:</b>	

<b>FECHA:</b>	27 de abril de 2012
<b>TEORICO:</b> Contenidos / temas a desarrollar Textos de lectura obligatoria	<b>Principales tendencias en la investigación sobre los efectos de los medios de comunicación de masas – tercera fase de los estudios.</b> - Saperas, Eric (1987). <i>Los efectos cognitivos de la comunicación de masas</i> . Barcelona: Ariel. 2ª y 3ª parte, pág. 90-141. - Charron, Jean (1998). “Los medios y las fuentes. Los límites del modelo de agenda setting”. En Gauthier, G., Gosselin, A. y Mouchon, J. (1998). <i>Comunicación y política</i> . Barcelona: Gedisa. - Sádaba, Teresa (2007). <i>Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios</i> . Buenos Aires: La Crujía. Págs. 55-106.
<b>CLASE N° 4:</b>	
<b>FECHA:</b>	4 de mayo de 2012
<b>TEORICO:</b> Contenidos / temas a desarrollar Textos de lectura obligatoria	<b>Historia moderna del concepto opinión pública. La democracia deliberativa.</b> - Noelle-Neumann, Elisabeth (1995). <i>La espiral del silencio</i> . Barcelona: Paidós. Pág. 83-130. - Price, Vincent (1994). <i>La opinión pública. Esfera pública y comunicación</i> . Barcelona: Paidós. Pág.39-121.

	- Price, Vincent (1994). <i>La opinión pública. Esfera pública y comunicación</i> . Barcelona: Paidós. Pág.39-121.
<b>CLASE N° 5:</b>	
<b>FECHA:</b>	11 de mayo de 2012
<b>TEORICO:</b> Contenidos / temas a desarrollar Textos de lectura obligatoria	<b>Opinión pública: concepción discursiva y agregada; concepciones optimistas y pesimistas.</b> - Sampedro Blanco, Víctor (2000). <i>Opinión pública y democracia deliberativa</i> . Madrid: Ediciones Istmo. Introducción, capítulo I. - Adrogué, Gerardo (1996). “El debate sobre las propiedades de la opinión pública en Estados Unidos”. En <i>Revista Sociedad</i> n° 10, Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales – UBA.
<b>CLASE N° 6:</b>	
<b>FECHA:</b>	18 de mayo de 2012
	<b>Primera evaluación parcial</b>
<b>CLASE N° 7:</b>	
<b>FECHA:</b>	25 de mayo de 2012
	<b>Feriado nacional</b>
<b>CLASE N° 8:</b>	
<b>FECHA:</b>	1° de junio de 2012
<b>TEORICO:</b> Contenidos / temas a desarrollar	<b>Espacio público y comunicación política.</b> . Wolton, Dominique (1995). “La comunicación política; construcción de un

Textos de lectura obligatoria	<p>modelo”. En Ferry, Jean Marc et al (1995). <i>El nuevo espacio público</i>. Barcelona: Gedisa.</p> <p>- Wolton, Dominique (1998). “Las contradicciones de la comunicación política”. En Gauthier, G., Gosselin, A. y Mouchon, J. (1998). <i>Comunicación y política</i>. Barcelona: Gedisa. Págs. 110-130.</p>
<b>CLASE N° 9:</b> <b>FECHA:</b>	8 de junio de 2012
<b>TEORICO:</b> Contenidos / temas a desarrollar Textos de lectura obligatoria	<p><b>Nuevo espacio público: la construcción de problemas políticos y mediáticos.</b></p> <p>- Sampedro Blanco, Víctor (2000). Opinión pública y democracia deliberativa. Madrid: Ediciones Istmo. Capítulo IV.</p> <p><b>Espacio público mediático y comunicación política.</b></p> <p>- Manin, Bernard (1992). “Metamorfosis de la representación”. En Dos Santos, Mario (coord.) (1992). <i>¿Qué queda de la representación política?</i> Caracas: CLACSO – Editorial Nueva Sociedad.</p> <p>- Fara, Carlos (2003). “Características del electorado argentino”. En <i>Acciones para una Buena Comunicación en campañas electorales</i>. Buenos Aires: Asociación Civil de Estudios Populares – Konrad Adenauer</p>

	Stiftung.
<b>PRACTICO:</b> Actividades propuestas a los alumnos. Modalidad.	- Proyección de un video con spots televisivos de la campañas electorales en Argentina desde 1983 a la fecha.
<b>CLASE N° 10:</b> <b>FECHA:</b>	15 de junio de 2012
<b>TEORICO:</b> Contenidos / temas a desarrollar Textos de lectura obligatoria	<b>Sociedad de la información. Sociedad informacional</b> - Castells, Manuel (2009). Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial.
<b>PRACTICO:</b> Actividades propuestas a los alumnos. Modalidad.	- Proyección de un video: conferencia de Manuel Castells (2010).
<b>CLASE N° 11:</b> <b>FECHA:</b>	22 de junio de 2012
<b>TEORICO:</b> Contenidos / temas a desarrollar Textos de lectura obligatoria	<b>Sociedad de la comunicación. La democracia deliberativa en la sociedad red.</b> - Trejo Delarbre, Raúl (2001). “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 nro. 1. Septiembre / diciembre. - Ferry, Jean Marc (1995). “Las transformaciones en la publicidad política”.

	<p>En Ferry, Jean Marc et al (1995). <i>El nuevo espacio público</i>. Barcelona: Gedisa.</p> <p>- Sampedro Blanco, Víctor y Resina de la Fuente, Jorge (2010). “Opinión pública y democracia deliberativa en la Sociedad Red”. En <i>Ayer</i>, nro. 80.</p>
<b>CLASE N° 12:</b>	
<b>FECHA:</b>	29 de junio de 2012
<b>TEORICO:</b>	<b>Sociedad de la comunicación ilimitada y posmodernidad</b>
Contenidos / temas a desarrollar	- Vattimo, Gianni (1990). <i>La sociedad transparente</i> . Barcelona: Paidós.
Textos de lectura obligatoria	- Lipovetsky, Gilles (1993). <i>La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo</i> . Barcelona: Anagrama.
<b>CLASE N° 13:</b>	
<b>FECHA:</b>	6 de julio de 2012
	<b>Segunda evaluación parcial</b>
<b>CLASE N° 14:</b>	
<b>FECHA:</b>	13 de julio de 2012
	<b>Examen recuperatorio</b>

<b>CLASE N° 15:</b>	
<b>FECHA:</b>	20 de julio de 2012
	<b>Cierre del curso</b>

### **6) Modalidades del proceso de orientación del aprendizaje**

Las clases consistirán en la exposición del profesor de los temas de las unidades, con la participación de los alumnos a partir de las lecturas sugeridas para cada clase. Para algunos temas se darán consignas de trabajo grupal, por pares o individual (a realizar en el aula o como trabajo previo para una clase) para identificar en la práctica los problemas tratados. Se expondrán videos como acompañamiento de algunos temas. Cada clase se escogerán al azar algunos alumnos que deberán exponer en forma oral el trabajo práctico consignado en la/s clase/s previa/s, según se especifique en cada oportunidad, los cuales deberán también ser entregados en forma impresa.

### **7) Gestión de cátedra**

La cátedra realizará una reunión la última semana de cada mes de cursada. En la ocasión se intercambiará información acerca del desempeño de los cursos, se planificarán actividades didácticas a realizar en clase en función de la dinámica que presenten las clases del cuatrimestre y se coordinarán los trabajos prácticos que se prevean desarrollar de acuerdo con las oportunidades que brinde el escenario político y comunicacional del momento.



## **8) Modalidad de cursado**

Las clases son teórico-prácticas de cuatro horas de duración, con un corte a mitad de la jornada. La exposición de los temas se hará junto con la reflexión y la práctica.

La asistencia a las clases teórico-prácticas debe representar un mínimo del 75% del total.

## **9) Evaluaciones**

Los alumnos serán calificados a través de dos instancias de evaluación escrita individual.

## **10) Régimen de Promoción**

Para aprobar la materia bajo el régimen de promoción se debe obtener una calificación de 7 o más puntos en cada una de las instancias de evaluación, de acuerdo a la normativa vigente en la universidad. El alumno tendrá derecho a rendir un examen recuperatorio de una sola de las dos evaluaciones.

Aquellos alumnos que no promocionen la materia y aprueben cada una de las instancias de evaluación con una nota igual o superior a 4 (cuatro) accederán a la instancia de examen final que será oral y se centrará en los temas desarrollados durante las clases teórico-prácticas.

Los estudiantes no regulares podrán rendir un examen en condición de libres, oral y escrito, previa presentación en el Departamento de la Carrera de una monografía sobre un tema indicado por la cátedra, con una anticipación no menor a los 10 (diez) días corridos respecto a la fecha de la reunión de la mesa examinadora.