



DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE RELACIONES PÚBLICAS

Programa de la Asignatura:

Teorías de la Comunicación I

1° y 2° Cuatrimestre de 2017

Cátedra:

Prof. Adjunto (a cargo)	Adriana Amado
Prof. Adjunto	Maximiliano Bongiovanni
Aux. Trabajos Prácticos	Christian F. Gauna, Pilar Macaluse

Carga Horaria: (4 horas semanales de cursado cuatrimestral)

1. Fundamentación

La comunicación pública se desarrolló primero como una práctica y después como un campo de estudio. Sin embargo, todas las cosas que aprendimos en el siglo XX, todos esos paradigmas teóricos, ya no alcanzan para explicar los fenómenos y usos sociales de la comunicación del Siglo XXI. Las industrias culturales van más rápido que las reflexiones de la academia, y los usuarios van todavía mucho más acelerados que las industrias. Pero eso hace que sea más interesante que nunca estudiar las explicaciones que las distintas teorías vienen dando sobre los medios y la comunicación masiva.

Las relaciones públicas es una actividad que prioriza la acción pero detrás de cada plan de comunicación hay un modelo teórico, un comportamiento social, una reacción al mensaje estudiada y analizada. Cuando más se conozca de los estudios, de las corrientes de investigación, mejor se pueden entender las prácticas. El relacionista público que maneje los marcos conceptuales que apoyan las prácticas va a tener una mirada más comprensiva para analizar qué funciona o no en las acciones de comunicación.

Los modelos de comunicación social, el papel de los medios, los marcos de interpretación de las audiencias, las mediaciones y las narrativas mediáticas, los emisores públicos y sus destinatarios, son apenas algunos de los factores que explican el hecho comunicacional. Para ello se propone un recorrido por algunas teorías históricas de la comunicación y los analistas más relevantes del campo, aplicados unas y otros a fenómenos cotidianos que hacen a la comunicación pública.

2. Objetivos Estructurales

- Introducir a los estudiantes en los marcos teóricos del campo de la comunicación.
- Familiarizarlos con narrativas mediáticas contemporáneas.
- Articular las prácticas de las relaciones públicas con las reflexiones teóricas y críticas de los referentes de las escuelas principales de los estudios de la comunicación.
- Aportar conceptos teóricos que ayuden al desarrollo de investigaciones de los estudiantes y les permitan ir consolidando un marco de referencia para sus prácticas y lecturas.
- Desarrollar una actitud reflexiva ante los fenómenos sociales que involucran procesos de comunicación y los medios que los vehiculizan.

3. Unidades Didácticas

3.a) Contenidos Temáticos por Unidad Didáctica

Unidad 1: La comunicación mediatizada (la mirada sociológica)

Las transformaciones sociales y la comunicación. Las funciones de la comunicación social: la escuela del funcionalismo y la investigación administrativa. Teorías de la mediatización y ecología de los medios. Los medios y las nuevas tecnologías.

Unidad 2: Comunicación y medios masivos (el debate de perspectivas)

El lugar de la comunicación en las sociedades contemporáneas. Las problemáticas de la comunicación y las diversas líneas de estudio de los fenómenos de la comunicación. La cultura de masas y la mediatización de la comunicación. Los medios y la construcción social de la realidad. Teorías sobre la televisión y distintos abordajes.

Unidad 3: La comunicación en la sociedad de consumo (la comunicación desde la mirada crítica)

El ciudadano de las sociedades mundializadas mediatizadas. El consumidor ciudadano y su lugar en el esquema de la recepción. Los medios en la integración cultural: relación comunicación y sistema de consumo. Los medios de comunicación como parte del sistema ideológico, de manipulación (emisión) y de alienación (recepción). La polémica apocalípticos vs. integrados. Las culturas como espacios de mediación.

Unidad 4: La comunicación globalizada (aportes de la economía política)

El concepto de industrias culturales: Los productos culturales ante la diversidad lingüística y comunitaria. La comunicación como proyecto de integración y construcción

de identidades. Comunicación y desarrollo: Políticas de medios. El sistema de medios argentino y su relación con el sistema informativo y comunicacional. Las nuevas tecnologías y su impacto en la sociedad: integración social o brecha infocomunicacional.

3.b) Bibliografía Específica por Unidad Temática (Bibliografía de lectura obligatoria)

Unidad 1: La comunicación mediatizada

- Abril, Gonzalo (1991). "Información, conocimiento y sentido" (extracto). En *Teoría general de la información*, Cátedra: Madrid.
- Amado, A., & Rincón, O. (Eds.). (2015). *La comunicación en mutación (remix de discursos)*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación C3, Introducción.
- Castells, Manuel (2009) "Creatividad, innovación y cultura digital. Un mapa de sus interacciones". *Telos*, Nº 77, marzo 2009.
- Lazarsfeld, Paul F. y Merton, Robert K. (1948), "Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada". Publicado en Muraro, Heriberto (comp.). *La comunicación de masas*, Centro Editor de América Latina: Buenos Aires, 1977.
- Magris, C. (2009). "La civilización de los bárbaros. Una conversación con Alessandro Baricco". *Letras Libres*, 11(122), 31–33.
- Martín-Barbero Jesús (2015), "El habla social", en *La comunicación en mutación*.

Unidad 2: Comunicación y medios masivos

- Amado Adriana (2015). "La telenovela en la edad dorada: serialidad orgullosamente latinoamericana", en *La comunicación en mutación*.
- Islas, O. (2014). McLuhan y la radio. Del fonógrafo y la radiotelegrafía a Spotify. *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 6(1), 4–12.
- Roviroso, A. T. (2009). "Paleotelevisión, neotelevisión y metatelevisión en las series dramáticas estadounidenses". *Comunicar*, 16, 175–183. doi:10.3916/c33-2009-03-009
- Herschmann Micael (2015), "La música como potente forma de comunicación", en *La comunicación en mutación*.
- Scolari, C. (2013). "¿Qué son las narrativas transmedias" (Capítulo 1) en *Narrativas transmedia*. Barcelona: Deusto.
- Scolari, C. (2008). "Hacia la hipertelevisión: los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo". *Diálogos de la Comunicación*, 1–9.

Unidad 3: La comunicación en la sociedad de consumo

- Bauman, Zygmunt (1999). *La globalización. Consecuencias humanas*, Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. Cap. IV "Turistas y vagabundos"
- Benjamin, Walter (1989) "La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica". Publicado en Benjamin Walter, *Discursos Interrumpidos I*. Buenos Aires: Taurus
- Carrión Jorge (2015), "¿Son las series arte contemporáneo?", en *La comunicación en mutación*.
- Rincón, Omar (2015), "Lo popular en la comunicación: culturas bastardas + ciudadanías *celebrities*", en *La comunicación en mutación*.
- Sibila, Paula (2015). "Culto al cuerpo purificado: ¿Horror a la carne en la sociedad espectáculo?", en *La comunicación en mutación*.
- Vargas Llosa, Mario, "La civilización del espectáculo", *Letras libres*, Año 2009, Año nº 11, Número 122.

Unidad 4: La comunicación globalizada

- Becerra, M. (2014). Medios de comunicación: "América Latina a contramano". *Nueva Sociedad*, 249, 61-74. Retrieved from http://www.nuso.org/upload/articulos/4003_1.pdf
- Martínez, Nicolás Manuel (2011), "De la brecha digital a la brecha cívica: Acceso a las tecnologías de la comunicación y participación ciudadana en la vida pública", *Revista TELOS (Cuadernos de Comunicación e Innovación)*, Enero - Marzo, pp. 3/14.
- Serres, Michel (2014) *Pulgarcita*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. Cap. 1, "Pulgarcita"
- Waisbord, Silvio (2015), "El optimismo digi-activista y sus problemas", en *La comunicación en mutación*.

4. Bibliografía General

- Altamirano, Carlos (Dir.) (2002). *Términos críticos de sociología de la cultura*. Buenos Aires: Paidós.
- Bauman, Zygmunt (2004). *La sociedad sitiada*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Becerra, Martín (2003). *Sociedad de la información*. Buenos Aires: Norma.
- Eco, Umberto (1974 [1985]) "¿El público perjudica a la televisión?". En Moragás, M. (ed.). *Sociología de la comunicación de masas: Tomo II: Estructura y funciones*. Barcelona: Gili (ed. 1985)
- García Canclini, Néstor (1980), *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo,

- Lash, Scott (2005). *Crítica de la información*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Lash, Scott y Celia Lury (2007). *Global Culture Industry: The Mediation of Things*. Cambridge: Polity Press.
- Lasswell, Harold (1948). "Estructura y función de la comunicación en la sociedad". En Moragás, M. (ed.). *Sociología de la comunicación de masas: Tomo II: Estructura y funciones*. Barcelona: Gili (1985).
- Lazarsfeld, Paul (1979). "Los medios de difusión y las masas" en *Historia y elementos de la sociología del conocimiento*. Buenos Aires: EUDEBA T. II.
- Luhmann, Niklas (2000). *La realidad de los medios de masas*. México: Universidad Iberoamericana.
- Mastrini, Guillermo y Becerra, Martín (2011). "Estructura, concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur latinoamericano", *Comunicar*, nº 36, v. XVIII, 2011, Revista Científica de Educomunicación; pág. 51-59.
- Mastrini, Guillermo y Martín Becerra (2006). *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en Latinoamérica*. Buenos Aires: IPYS, Prometeo.
- McQuail, Denis (1994). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós, 2000 (3ª ed. rev. y amp.).
- McQuail, Denis (1998). *La acción de los medios*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Secretaría de Cultura de la Nación (2003). *Industrias culturales: mercado y políticas públicas en la Argentina*. Buenos Aires: Ciccus/S.C.N.
- Torrico Villanueva, Erick (2004). *Abordajes y periodos de la teoría de la comunicación*. Buenos Aires, Norma.
- Verón, Eliseo (1987). *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires: Gedisa, 2ª edic. revisada.
- Wolf, Mauro (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Wolf, Mauro (1991) "Tendencias actuales del estudio de los medios", *Diálogos* No. 30, Felafacs, Lima, págs. 26 -30.

5. Cronograma de Actividades:

Este cronograma debe ser tomado como una guía de actividades de las clases, asumiendo que las tareas allí indicadas son las pautadas para la fecha, más allá de que puedan incluirse actividades adicionales para complementar a las programadas, que se indicarán de una clase para la siguiente. Las lecturas pautadas se toman como base para la discusión en clase y la articulación con los demás autores que aparecen en la bibliografía obligatoria. Se espera que los estudiantes traigan a clase sus propias inquietudes con relación a las lecturas, para que los docentes podamos ayudarlos con las

dudas y dificultades.

Guías de lectura: Todas las clases, los estudiantes deberán traer por escrito una breve respuesta (8 líneas) a las preguntas del cronograma. Los docentes podrán solicitarlas, por escrito u oralmente, para comprobar que se esté realizando el seguimiento de las lecturas.

Cronograma de actividades: Las clases están programadas de acuerdo a las siguientes consignas, con lo que cualquier duda con relación a la marcha de la cursada se resuelve consultando la siguiente agenda:

FECHA	Clase	Actividad
4-4	1	Presentación de la materia: La comunicación en mutación
11-4	2	Unidad 1 La comunicación en mutación: conceptos comunicación, información, "bárbaros". Lectura artículos de Amado y Rincón: Discusión con conceptos de Martín-Barbero y Baricco (en artículo de Magris)
18-4	3	Unidad 1 Lectura Abril, Castells, Lazarsfeld y Laswell Conceptos: Factores que intervienen en la comunicación de masas. Función de los medios. Influencia de los medios: en el siglo XX y en el siglo XXI Medios tradicionales y autocomunicación de masas. Colocar en el muro de facebook de la cátedra el tema elegido para el primer parcial
25-4	4	Unidad 2 Medios audiovisuales: Neo, Post, Meta, Hiper- televisión Lectura Rovirosa y Scolari .
2-5	5	Unidad 2 Medios audiovisuales: la música, de la radio a las redes Lectura Islas y Herschmann
9-5	6	Unidad 2 Lectura Rincón. <ul style="list-style-type: none"> • Anotar en el post que se abrirá en la página de Facebook las preguntas que le surgen de estos autores.
16-5	7	Entrega 1er Parcial
23-5	8	Unidad 3 Ciudadanos vagabundos, ciudadanos celebridades Lectura Bauman y Rincón

30-5	9	Unidad 3 El cuerpo en la sociedad del espectáculo Lectura de Scolari: Clasificar los autores vistos en el curso en Apocalípticos e integrados, de acuerdo a la propuesta de Eco, que nos acerca Scolari. Vargas Llosa y Sibila.
6-6	10	Unidad 3 El arte masivo Lectura de Benjamin y Carrión. Debate apocalípticos e integrados (Eco en Scolari) Pre-entrega 2do. parcial
13-6	11	Unidad 4 Industrias culturales. Participación y brecha infocomunicacional Artículos de Becerra y Serres Lectura Martínez y Waisbord
20-6	12	Feriado Nacional
27-6	13	Entrega 2do parcial
4-7	14	Entrega de notas. Orientación para exámenes recuperatorio y final
11-7	15	Recuperatorios. Entrega de notas

6. Modalidades del proceso de orientación del aprendizaje

Se trabajará con los artículos de los autores más relevantes de las teorías de la comunicación, a fin de familiarizar a los estudiantes con los textos clásicos. Se orientará la lectura mediante claves y discusiones grupales, estimulando siempre su aplicación a casos reales y de actualidad.

La evaluación se basará en la misma modalidad de articulación teoría-análisis situacional, de modo de verificar la integración de los conceptos a través de producciones originales de los alumnos.

7. Modalidad de cursado

Cada encuentro contempla un total de 4 horas, que se distribuirán entre una parte de exposición teórica y otra de carácter práctico, con trabajo activo por parte de los alumnos. Los textos de lectura obligatoria se complementarán tanto en la parte teórica como en la práctica con material de actualidad (noticias publicadas, material audiovisual, campañas publicitarias y de comunicación política, etc.).

8. Evaluaciones

Consistirán en la entrega de dos trabajos escritos, uno individual y el otro grupal, ambos de carácter analítico e integrador. La falta de presentación del trabajo en la fecha y

horario pautados significará un ausente en el examen, dado su carácter de evaluación parcial. De acuerdo a la normativa vigente, se contempla la posibilidad de un examen recuperatorio, que será escrito, de tipo teórico, y considerará todas las unidades del programa. Las entregas parciales son las siguientes:

I. Consigna para el primer parcial. Entrega Individual

El primer parcial consiste en elaborar un trabajo escrito que tome como punto de partida un seriado televisivo del cuatrimestre en curso. Deberá explicar ese producto televisivo en diez conceptos claves de la unidad 1 y 2, en forma de tuit.

La presentación será una carilla con un mínimo de 5 tuits y un máximo de 10 (1 tuit = 140 caracteres). Cada tuit deberá contener al menos un concepto y puede incluirse un enlace, tal como permite la narrativa de esa red social. Se debe consignar la bibliografía utilizada.

Atención: El texto debe respetar la narrativa de Twitter

- **Brevedad:** Cada tuit debe comprenderse en los 140 caracteres.
- **Consistencia:** La cadena de tuits debe comprenderse en su conjunto pero también en cada tuit individual.
- **Publicidad:** Se trata de elaborar un discurso público, que sea publicado en la red social, con copia a la dirección **@catedraa**.

Criterio de corrección: En el programa hay una guía con los criterios de evaluación y traducción a nota numérica al que puede remitirse el estudiante en caso de duda con la nota. Por criterio de la cátedra, no se hacen comentarios ni anotaciones en los exámenes, que no se devuelven a los alumnos por disposición de la universidad.

II. Consigna del segundo Parcial Entrega grupal (de 4 a 5 integrantes)

Análisis de datos de producción, circulación y consumo de productos de industrias culturales.

Infografía equivalente al segundo parcial: El análisis del tema elegido debe presentarse con el formato de infografía, que explique el fenómeno elegido desde los conceptos **teóricostéoricos** con datos actualizados. Debería contar con los siguientes datos:

- Análisis de un producto de las industrias culturales ocurrido en el cuatrimestre en curso: medios (en general y en particular, como diarios, canales, redes), artistas,

eventos mediáticos globales.

- Descripción de la industria cultural a la que perteneces de acuerdo a los conceptos teóricos.
- Analizar la participación de las audiencias y su eventual impacto en los públicos.

En la fecha indicada en el cronograma se habilitará una publicación en la página Facebook/catedraa para que se publique el tema elegido y los integrantes del equipo. Los temas serán asignados en orden de publicación.

El trabajo será grupal de equipos de no más de cinco integrantes.

Datos imprescindibles: Integrantes del equipo, título de la campaña.

Formato: Hoja A4. Sin carátula. Infografía impresa a color.

Criterios de evaluación de los trabajos:

Estos trabajos serán evaluados en función de los siguientes parámetros:

- **Investigación:** calidad del material, actualización, selección del caso.
- **Teoría:** Aplicación de los conceptos teóricos de la materia.
- **Análisis:** Evaluación técnica y crítica del tema elegido.
- **Presentación:** redacción clara, ortografía correcta, adecuación a la extensión pedida y a la consigna.
- **Participación** de los alumnos en clase y en los espacios virtuales de la cátedra.

Escala de notas:

- **Calificación 10 y 9:** Escrito creativo y original, de impecable presentación y escritura. Enriquece los conceptos teóricos aportando ejemplos en el caso elegido. Demuestra una recorrida por todos los autores. Presenta una excelente organización, que ayuda a la comprensión del tema del escrito. Se aprecia claramente la dedicación y el compromiso con el estudio. Amplia participación en clase y cumplimiento responsable de las tareas.
- **Calificación 8 y 7:** Trabajo muy bueno, que evidencia un trabajo adecuado con los textos teóricos. Demuestra una recorrida por todos los autores. La redacción y la organización del escrito es correcta. Se ajusta a lo solicitado pero sin dar un enfoque original. Algunos errores de forma y de concepto pueden desmerecer el trabajo. Amplia participación en clase y correcto cumplimiento de las tareas.
- **Calificación 6 y 5:** Trabajo bueno, que apenas cumple con los requisitos solicitados. Se utilizan algunos conceptos teóricos pero que aportan poco a lo que solicita la consigna, o que se presentan como una simple cita de autor. Se nota la

falta de una lectura profunda de los textos. El escrito es poco claro y los conceptos se presentan de manera confusa. El lector debe hacer un gran esfuerzo para comprender lo que está escrito. Vicios de estructura y de escritura. Escasa participación en clase y regular cumplimiento de las tareas.

- **Calificación 4:** Trabajo regular, con muy pobre presentación. Se responde parcialmente a la consigna. Los conceptos teóricos aparecen desarticulados con la argumentación. Se nota la falta de una lectura profunda de los textos. Mala organización del trabajo. Poca participación en clase y pobre cumplimiento de las tareas.
- **Desaprobado:** El trabajo no responde a la consigna solicitada. Conceptos muy confusos que no atienden la consigna de la cátedra. El trabajo tiene errores importantes. El escrito evidencia muy poco conocimiento del tema. Los errores formales y ortográficos son inaceptables para un trabajo universitario. Nula participación en clase e incumplimiento de las tareas.

Sobre el examen recuperatorio:

El examen recuperatorio abarcará la totalidad del programa y consistirá en un escrito sobre el tema elegido en el examen reprobado, con la inclusión de la bibliografía de todas las unidades.

Deberá tener el formato de un artículo periodístico sobre algunos de los temas de la cursada, que se encuadre en el género de análisis u opinión (discurso argumentativo). Tanto como el tema y el enfoque se evaluará la forma de presentación y la adecuación a las normas de estilo.

- Titular la nota de manera que se condense el tema y el enfoque.
- **Describir** brevemente el problema a analizar.
- Apoyar el análisis en por lo menos **tres de los conceptos técnicos**, de los autores del programa
- Cerrar con una **conclusión** del autor, que puede ser una crítica, una propuesta constructiva, o una observación original.
- Evitar preguntas retóricas. Una nota de análisis intenta dar respuestas, no dejárselas al lector.

Se trata de elaborar un escrito original que vincule hechos de actualidad con ideas teóricas. Deberá tener la presentación de un breve escrito que podría ser publicado en algún medio (revista, blog), por lo que se evaluará el título, el enfoque y la creatividad puesta en la aplicación de los conceptos teóricos a un caso de actualidad.

Además de un ejercicio teórico, este trabajo es una práctica de cómo debe presentarse

un escrito para su publicación en los medios. Por ello, se evaluará también el cumplimiento de las pautas formales. **La mala redacción o la presentación descuidada implica la desaprobación del examen.**

Normas de estilo del recuperatorio:

No se aceptarán trabajos que no cumplan con los siguientes parámetros formales:

- Todos los escritos deberán tener el siguiente encabezamiento:

Trabajo de análisis teórico equivalente al recuperatorio

Teorías de la comunicación I Turno / Cuatr. Año

Nombre del estudiante

Título elegido para el artículo

- Extensión máxima: **1 carilla** de hoja A4 para el escrito (las notas y citas bibliográficas pueden ir en la carilla del reverso). Letra tipo Times/Arial 12 ptos., 1,5 interlíneas; 3 cm. en los márgenes, máximo 25 líneas totales por carilla.
- El examen debe presentarse impreso en **1 (una) hoja**. Bajo ninguna excepción se aceptarán parciales impresos en dos hojas ni fuera de las normas gráficas establecidas.
- La redacción debe ser correcta, y tener un estilo claro y acorde al nivel universitario del estudiante. Debe considerarse como parámetro cualquier artículo de fondo publicado en un medio de comunicación de prestigio.
- Los autores comentados en el trabajo deberán citarse en nota al final, con la **cita bibliográfica completa**. Puede tomar como pauta las citas bibliográficas tal como están incluidas en el programa.
- El trabajo es individual y será equivalente a un parcial domiciliario.
- **Lecturas obligatorias para el estilo:** Enlaces a estos artículos en <http://www.catedraa.com.ar/recursos/>
 - Mancini, Pablo "La extensión está sobrevalorada" publicado en Amphibia.com.ar
 - Martín Caparrós, "Por el estilo", en Blogs de El País.

Parámetros de evaluación: Aspectos que se considerarán

- **Autores** citados y su pertinencia al problema que analizan.
- **Conceptos teóricos** adecuadamente aplicados a los hechos descriptos.
- **Presentación** dentro de los parámetros establecidos, con especial atención a la ortografía, el uso de las palabras adecuadas y a la redacción.

En la mesa del examen se indicará si la modalidad escrita puede ser complementada por un examen oral.

10. Régimen de Promoción

Los estudiantes que cursen en forma regular la materia de Teorías de la comunicación I tendrán el régimen de evaluación de promoción. Deberán aprobar un mínimo de dos evaluaciones parciales con una calificación no inferior a 7 (siete) en cada una de ellas. Las notas de las evaluaciones se promediarán como nota final. La asistencia a las clases teóricas y prácticas debe ser de un mínimo del 75%.

Si en las evaluaciones parciales no se obtuviera un mínimo de 7 (siete) puntos, el estudiante tendrá derecho a presentarse a un recuperatorio, que consistirá en la reformulación del parcial reprobado con inclusión de los conceptos teóricos de toda la materia.

Los estudiantes que no alcancen la promoción, accederán a un examen final oral, que consistirá en la defensa de alguno de los trabajos de investigación realizados en el cuatrimestre, desde los conceptos teóricos enumerados como bibliografía obligatoria de todo el programa. También pueden optar por traer una noticia de actualidad para realizar el análisis teórico.

Es imprescindible que se presenten a la mesa de examen con la libreta universitaria, de modo que la cátedra pueda dejar la constancia correspondiente de la nota y la fecha en que se tomó el examen.