



**DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE LIC. EN RELACIONES PÚBLICAS**

Programa de la Asignatura: Teorías de la Comunicación II

Código asignatura: 2716

Año 2023

Cátedra:

Profesor Titular Asociado Daniel Néstor Yasky

Carga Horaria: 4 horas semanales, cursada cuatrimestral.

Modalidad de Cursada (Marque con una cruz)¹:

A) Presencial	x	C) Con una comisión virtual para recursantes	
		D) Con una comisión virtual	
B) Semipresencial		C) Con una comisión virtual para recursantes	
		D) Con una comisión virtual	

1) Fundamentación:

El presente programa tiene como finalidad analizar los procesos que intervienen en la conformación del espacio público. Se busca desarrollar un método de análisis teórico-práctico para identificar los factores que intervienen en los procesos de formación de la opinión pública, el desarrollo y estudio de los medios de comunicación, y la construcción del discurso político y cultural en la sociedad.

2) Objetivos estructurales

Objetivo General:

- ° Familiarizar a los estudiantes con los marcos teóricos que apoyan el estudio de los fenómenos de opinión pública, los aspectos relevantes del espacio público, y la comunicación política.
- ° Conocer y estudiar el papel de los medios de comunicación masiva en el intercambio

¹ En todos los casos, las asignaturas pueden ser A) Presencial o B) Semipresencial. Adicionalmente, en algunos casos, puede ofrecerse una comisión Virtual para recursantes (C) o una virtual abierta a todas/os las/los estudiantes.

social, en la construcción y consumo de la cultura, y las relaciones que se crean en la esfera pública digital.

Objetivos Específicos:

- ° Desarrollar una mirada crítica sobre la relación de la opinión pública, los Medios de comunicación, y la construcción de temas de agenda.
- ° Analizar la gestión de la comunicación de las organizaciones, y establecer relaciones entre ésta, la comunicación comercial y la del tercer sector.
- ° Comprender el papel de la construcción de noticias, las redes sociales, la circulación de información, BIG DATA, y la construcción de contenidos en diferentes plataformas de consumo.

3) Unidades Didácticas:

Unidad 1: Medios de comunicación y efectos sociales

De la manipulación de los medios a los *powerfull media*. El lugar de la sociología en la investigación sobre comunicación de masas. Tendencias de la investigación en el sector de las comunicaciones de masas. Efectos cognitivos de largo plazo. La construcción de la narración humana. El humano como narrador de historias

Bibliografía obligatoria

De moragas, Miguel (1993). *Escuelas y autores*. México: Gustavo Gili.

Harari, Yuval Noah. De animales a dioses, Breve historia de la humanidad (Resumen) estudios sociales. Junio 2018. Mexico

Silverstone, Roger (2004). *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires: Amorrortu.

Wolf, Mauro (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós. Primera parte.

Unidad 2: Construcción de agenda

Tendencias modernas de investigación: *gatekeeping* y *newsmaking*, *agenda-setting* y *framing*. La interrelación entre políticos, medios y público.

Bibliografía obligatoria

McCombs, Maxwell (2006). *Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*. Barcelona: Paidós. Págs. 81-135.

Wolf, Mauro (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós. Capítulo 3.

Unidad 3: Opinión Pública

Orígenes de la idea. El nacimiento de la opinión pública. La opinión pública como objeto de estudio. Principales problemas con respecto a la opinión pública. Aspectos colectivo e individual. La noción del debate público. Actores de la política, periodistas y público atento. La opinión pública como concepto comunicativo.

Bibliografía obligatoria

Noelle-Neumann, Elisabeth (1995). *La espiral del silencio*. Nuestra piel social. Barcelona: Paidós. Págs. 83-130.

Price, Vincent (1994). La opinión pública. Esfera pública y comunicación. Barcelona: Paidós. Págs. 39-121.

Unidad 4: Comunicación Pública/Comunicación Política

El concepto de comunicación política. Un objeto difuso; un proceso multidimensional. Metamorfosis de la representación política. Marketing político y publicidad política. Las campañas electorales. Comunicación Política 2.0.

Bibliografía obligatoria

Arias, Gonzalo. (2017). *Gustar, ganar y gobernar. Cómo triunfar en el arte de convencer*. Buenos Aires: Aguilar. Págs. 147-169.

Valles, J. y Martí, Salvador. (2016). "La comunicación política y la opinión pública". En *Ciencia política. Un manual*. México: Ariel.

Wolton, Dominique. (1995). "La comunicación política; construcción de un modelo". En *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa.

Unidad 5: Sociedad de la Información y Convergencia digital

El impacto de las Tecnologías de la Información y el Conocimiento. Las transformaciones de la esfera pública. La opinión pública en la sociedad red. La cultura de la conectividad. Redes sociales. La convergencia de medios. Hipermediaciones. Nuevas teorías para los nuevos medios. La convergencia cultural a través de la ecología de los medios.

Bibliografía obligatoria

Castells, Manuel (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial. Cap. 1 y 2.

Islas, Octavio (2009) La convergencia cultural a través de la ecología de medios. Mexico

Scolari, Carlos (2008). Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Editorial GEDISA. Barcelona

4) Bibliografía General

Becerra, Martin (2016). De la concentración a la convergencia. Ed Paidós. Buenos Aires

Bruhn Jensen Klaus y Kart Rosengren, "Cinco tradiciones en busca del público", en Dayan Daniel (Comp) (1997). *En busca del público*. Barcelona, Gedisa, 1997

Harari, Yuval Noah. De animales a dioses, Breve historia de la humanidad (Resumen) estudios sociales. Junio 2018. Mexico

Habermas Jürgen. *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, GG MassMedia.

McCombs, Maxwel. Estableciendo la agenda, el impacto de los medios en la opinión pública y el

conocimiento. Barcelona, 2006

McQuail, Denis (1994). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós, 2000 (3ª ed. rev. y amp.), Cap. 2 “Conceptos y modelos”, pp. 71-192.

McQuail, Denis (1998). *La acción de los medios*. Buenos Aires: Amorrortu.

Noelle-Neumann, Elizabeth. *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós, 1995.

Price, Vincent. *Opinión Publica*. Paidos. Barcelona, 1994

Sadaba, Teresa. *Framing: El encuadre de las noticias*. La Crujia. Buenos Aires, 2008

Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia*. Barcelona: Deusto.

Silverstone, Roger. (2004) *¿Por qué estudiar los medios?* Amorrortu editores. 1º ed. Buenos Aires

Verón Eliseo (1999). *Efectos de agenda*. Barcelona: Gedisa.

Wolf, Mauro (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós,

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.

CRONOGRAMA (lunes 19 a 23 hs.)

FECHA	CLASE	BIBLIOGRAFÍA
22/08	Clase 1	Harari, Yuval. <i>Sapiens, de animales a dioses</i>
29/08	Clase 2	Silverstone, Roger. <i>¿Por qué estudiar los medios?</i>
05/09	Clase 3	Islas, Octavio. La convergencia cultural a través de la ecología de los medios Scolari. <i>Ecología de medios</i> Presentación de TP1
12/09	Clase 4	McCombs. <i>Estableciendo la agenda.</i> Wolf. <i>Investigación de la comunicación de masas</i>
19/09	Clase 5	Análisis Caso Entrega TP N°1
26/09	Clase 6	Price. <i>La opinión pública. Esfera pública y comunicación.</i>
03/10	Clase 7	Espacio público. Castells Presentación TP2
10/10	FERIADO	
17/10	Clase 8	Noelle-Neumann. <i>La espiral del silencio</i> Entrega TP N°2

24/10	Clase 9	Primer parcial. Cuestionario individual
31/10	Clase 10	Scolari. Narrativas transmedia
7/11	Clase 11	Trabajo sobre el segundo parcial
14/11	Clase 12	Segundo parcial
21/11	FERIADO	
28/11	Recuperatorio y cierre de la cursada	

CRONOGRAMA (viernes 08 a 12 hs.)

FECHA	CLASE	BIBLIOGRAFÍA
19/08	Clase 1	Harari, Yuval. Sapiens, de animales a dioses
26/08	Clase 2	Silverstone, Roger. ¿Por qué estudiar los medios?
02/09	Clase 3	Islas, Octavio. La convergencia cultural a través de la ecología de los medios Scolari. Ecología de medios Presentación de TP1
09/09	Clase 4	McCombs. Estableciendo la agenda. Wolf. Investigación de la comunicación de masas
16/09	Clase 5	Análisis Caso Entrega TP N°1
23/09	Clase 6	Price. La opinión pública. Esfera pública y comunicación.
30/09	Clase 7	Espacio público. Castells. comunicación, poder y contrapoder Presentación TP2
7/10	FERIADO	
14/10	Clase 8	Noelle-Neumann. La espiral del silencio Entrega TP N°2
21/10	Clase 9	Repaso
28/10	Clase 10	Primer parcial Cuestionario individual

4/11	Clase 11	Scolari. Narrativas transmedia
11/11	Clase 12	Trabajo sobre el segundo parcial
18/11	Clase 13	Segundo parcial presencial
25/11	Recuperatorio	
02/12	Cierre de cursada	

6) Modalidades del proceso de orientación del aprendizaje

6.1. Previsiones metodológicas y pedagógicas

Las clases de la materia están divididas en una parte teórica inicial, un trabajo grupal en etapas supervisadas y un sistema de tutorías finales para presentar el trabajo final en la última clase del cuatrimestre.

6.2. Actividades que se realizarán en las horas presenciales y en las virtuales²

Exposiciones en clase con apoyo de material impreso, audiovisual y proyecciones. Se expondrán los conceptos, sustentados en el marco teórico que serán sometidos a un análisis grupal para luego dar ejemplos concretos a través de la presentación de casos y su posterior reflexión y conclusiones.

Aplicación de los contenidos en el Trabajo Práctico Final. Trabajo en clase con casos actuales y elaboración clase a clase de trabajos prácticos con presentaciones audiovisuales previas a través de la plataforma MIEL.

6.3. Articulación de actividades presenciales y virtuales³

No aplica

6.4. Interacciones docentes-estudiantes, y estudiantes-estudiantes previstas

La interacción docentes-estudiantes se gestiona a través de clases presenciales, material digital previamente presentado en la plataforma MIEL con video de consignas y desarrollo de consignas teóricas de clase a clase para vincularlas a los temas abordados.

6.5. Mecanismos de seguimiento, supervisión y evaluación de las actividades

Los diversos trabajos se evalúan en etapas, que son supervisados por los responsables de trabajos prácticos a través de un sistema de tutorías grupales con un proceso de evaluación final

² Si es una asignatura con comisiones sólo con modalidad presencial, responder solamente las actividades presenciales.

³ Si es una asignatura con comisiones sólo con modalidad presencial, corresponde "No Aplica".

del trabajo grupal.

7) Gestión de cátedra

La asignatura trabaja con los estudiantes empleando diversas apoyaturas, que además de las ya expuestas, se articulan en la plataforma digital MIEL, Dichos recursos se despliegan en base al desarrollo en las clases teóricas de las diversas corrientes de la opinión pública y los medios de comunicación, en base al material bibliográfico seleccionado, y la articulación fundamental con su puesta en práctica a partir de ejercicios concretos de investigación que propenden al desarrollo de su capacidad crítica y autonomía intelectual. De este modo, nos focalizamos en el abordaje metodológico desde distintas formas de aprendizaje y asimilación de las temáticas referidas a la opinión pública

8) Evaluaciones

- I) Asistencia obligatoria al 75% de las clases teóricas y prácticas.
- II) Exámenes Parciales
- III) Elaboración de un trabajo integrador.

9) Régimen de Promoción

Los estudiantes tendrán la posibilidad de PROMOCIONAR la asignatura cuando obtengan una calificación mínima de 7 (siete) puntos en cada evaluación parcial y tengan aprobado el trabajo de investigación desarrollado durante la cursada. Asimismo, es requisito la asistencia mínima del 75% de las clases teóricas y prácticas. Sólo se podrá recuperar uno de los exámenes parciales al finalizar el cuatrimestre.

Para poder rendir EXAMEN FINAL es necesario obtener una nota de, al menos, 4 (cuatro) en los dos parciales y haber aprobado el trabajo práctico de investigación. Si uno de los parciales fuera un aplazo, se tiene derecho a la recuperación de un parcial. Asimismo, si el trabajo práctico de investigación cualitativa no fuera aprobado, éste deberá obligatoriamente ser recuperado.