



**DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
LICENCIATURA EN RELACIONES PÚBLICAS**

Programa de la Asignatura: Teorías de la Comunicación II

Código asignatura: 2716

Año 2024

Cátedra:

Profesor Titular Asociado: Daniel Nestor Yasky

Carga Horaria: (4 horas semanales de cursado 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

Al finalizar el estudiante estará en condiciones de:

Objetivo General:

° Integrar 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 pública.

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.

° Identificar el papel de los medios de comunicación masiva en el intercambio 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 pública, 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, la inteligencia artificial, y la construcción de contenidos en diferentes plataformas de consumo masivo de datos.

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. ¿Por qué estudiar los medios? La textura de la experiencia, el proceso de mediatización y el papel de la tecnología; el modo como los medios nos reclaman y nos demandan atención y respuesta

Unidad 2: Construcción de agenda y opinión pública

Tendencias modernas de investigación: gatekeeping y newsmaking, agenda-setting – o de la fijación del orden temático - y framing. La interrelación entre políticos, medios y público. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Fuentes de esas agendas mediáticas, la explicación psicológica de su impacto sobre la agenda del público y las posteriores consecuencias en las actitudes, las opiniones y el comportamiento.

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. La espiral del silencio y la esfera pública.

Unidad 4: Comunicación Pública

El poder en la sociedad red. Estado y poder en la era global. Poder y contra poder. Las políticas reguladoras. El cambio cultural en la sociedad global. La comunicación en la era digital global. El concepto de comunicación política. Un objeto difuso; un proceso multidimensional. Metamorfosis

de la representación política. Las campañas electorales. Comunicación Política 2.0.

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 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. Las narrativas transmedia. ¿Cómo se expanden los relatos a través de los medios? ¿Qué rol desempeñan los espectadores? ¿Cuáles son las principales estrategias de expansión narrativa? De la posesión a las experiencias. De la cosa a la NO-cosa. La inteligencia artificial. Vistas de las cosas.

4) Bibliografía General

- Becerra, Martín (2016). De la concentración a la convergencia. Ed Paidós. Buenos Aires
- Castells, Manuel (2009). Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial. Cap. 1 y 2.
- De moragas, Miguel (1993). Escuelas y autores. México: Gustavo Gili.
- Habermas Jürgen. *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, GG MassMedia.
- Han, Byung-Chul (2022). No cosas (4 edición). Buenos Aires. Taurus
- Harari, Yuval Noah. De animales a dioses, Breve historia de la humanidad (Resumen) estudios sociales. Junio 2018. Mexico
- Islas, Octavio (2009) La convergencia cultural a través de la ecología de medios. Mexico
- McCombs, Maxwell (2006). Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento. Barcelona: Paidós. Págs. 81-135.
- 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, 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.
- Sadaba, Teresa. Framing: El encuadre de las noticias. La Crujía. Buenos Aires, 2008
- Scolari, C. (2013). Narrativas transmedia. Barcelona: Deusto.
- Scolari, Carlos (2008). Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Editorial GEDISA. Barcelona
- 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. Capítulo 3.
- Wolf, Mauro (1994). Los efectos sociales de los media. Barcelona: Paidós. Primera parte.
- Wolton, Dominique. (1995). "La comunicación política; construcción de un modelo". En El nuevo

espacio público. Barcelona: Gedisa.

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.

Clase	Tema
1	Presentación - La construcción de la narración humana (Unidad 1)
2	¿Por qué estudiar los medios? (Unidad 1)
3	Agenda-setting y framing. (Unidad 2)
4	El impacto de los medios en la opinión pública (Unidad 2)
5	La opinión pública como concepto comunicativo (Unidad 3)
6	La opinión pública. Esfera pública y comunicación (Unidad 3)
7	Espacio público (Unidad 4)
8	El poder en la sociedad red (Unidad 4)
9	Primer Parcial
10	La comunicación en la era digital global (Unidad 4)
11	Narrativas transmedia (Unidad 5)
12	La inteligencia artificial (Unidad 5)
13	Segundo Parcial
14	Recuperatorio
15	Cierre de Cursada

6) Modalidades del proceso de orientación del aprendizaje

6.1. Previsiones metodológicas y pedagógicas

Se desarrollarán clases teórico – prácticas. Se procurará que el colectivo enseñanza – aprendizaje adquiera al final de cada clase una síntesis conceptual del tema tratado. Se trabajará con grupos pequeños, utilizando consignas preelaboradas y resolución de casos, para la posterior realización de trabajos parciales y un trabajo practico final.

Se propondrán:

- lectura y consulta bibliográfica
- análisis de casos reales y juegos interactivos
- role play en los grupos de trabajo y utilización de App de inteligencia artificial

6.2. Actividades que se realizarán en las horas presenciales.

Se trabajará con grupos pequeños utilizando consignas preelaboradas y resolución de casos, para la posterior realización de trabajos parciales y un trabajo final. Se propondrán:

- lectura y consulta bibliográfica
- análisis de observaciones en los equipos de trabajo en formato tutorías
- desarrollo de juegos interactivos y utilización de App de inteligencia artificial

6.3. Articulación de actividades presenciales y virtuales

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 la responsable de trabajos prácticos, a través de un sistema de tutorías grupales con un proceso de evaluación final del trabajo grupal.

7) Gestión de cátedra

La cátedra se compone de dos integrantes, divididos en el desarrollo de la propuesta teórica a cargo del responsable de la asignatura, y la propuesta de la elaboración de una serie de trabajos prácticos de comunicación / relaciones públicas a cargo de la Jefa de Trabajos prácticos de la materia.

En el trabajo pedagógico del cuatrimestre utilizamos aplicaciones interactivas de diferentes dispositivos móviles para utilizar información y aplicaciones de inteligencia artificial en el desarrollo de los trabajos prácticos y el trabajo final de la asignatura.

8) Evaluaciones

Se realizarán dos evaluaciones parciales. La primera será un parcial de carácter escrito y teórico. La segunda con una modalidad teórico-práctica que consiste en la elaboración de un trabajo de investigación sobre experiencias de Narrativas transmedia.

Ambas instancias de evaluación poseen la posibilidad de un examen recuperatorio

9) Régimen de Promoción

- 75% de asistencia a la cursada.
- Aprobación de dos parciales y su correspondiente recuperatorio
- La nota del recuperatorio es excluyente
- Quienes aprobaron las instancias con 7 (siete) o más puntos promoverán la materia sin examen final.
- Quienes aprobaron alguna/s de las instancias entre 4 (cuatro) y 6 (seis) rendirán examen final.

En caso de que alguna de las instancias estuviera aplazada, el o la estudiante deberá recurrar la materia.