

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:
 Comunicación Social (0240)

CÓDIGO: 0240
AÑO DE UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS:
 1 año
FECHA ULTIMA REVISIÓN DE LA ASIGNATURA:
 2022-03-29
CARRERA/S: Licenciatura en Medios
 Audiovisuales,

CARÁCTER: CUATRIMESTRAL (1ro)
TIPO: OBLIGATORIA
NIVEL: GRADO
MODALIDAD DEL DICTADO: PRESENCIAL
MODALIDAD PROMOCION DIRECTA: SI
CARGA HORARIA SEMANAL: 4 HS
CARGA HORARIA TOTAL: 68 HS

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellido	Cargo	e-mail
Valeria Car	Adjunta	vcar@untdf.edu.ar
Franco Felix Zacobich	Adjunto	fzacobich@untdf.edu.ar
Alfredo Mario Isasmendiz Preti	Asistente principal	aisasmendiz@untdf.edu.ar
Cinthia Naranjo	Asistente principal	cnaranjo@untdf.edu.ar

1. FUNDAMENTACION

Comunicación social es una materia base e introductoria que depende formalmente del Instituto de Cultura, Sociedad y Estado (I.C.S.E.). Representa el espacio curricular inicial y se estructura en el área de teoría y análisis de la licenciatura. Tiene como objetivo introducir a los estudiantes en la reflexión crítica acerca del rol de los medios e industrias mediáticas en términos específicos y de la comunicación en general en el marco de las transformaciones sociales contemporáneas. La propuesta se orienta a reflexionar de manera exploratoria sobre algunas preguntas que insisten desde la irrupción de los medios masivos de comunicación en la modernidad. Durante este recorrido se abordarán de forma introductoria y transversal las siguientes preguntas: ¿Cuál es el lugar de los medios en la sociedad moderna? ¿Cómo se ha reflexionado históricamente desde las diferentes corrientes teóricas del campo? ¿Cuáles son algunos de los marcos referenciales de la comunicación social que se tornan indispensables para la construcción de un pensamiento crítico?

La comunicación social se constituye como un espacio transdisciplinario, en el cual confluyen líneas de pensamiento y los estudios de los fenómenos sociales enriquecidos desde diversos enfoques. Tal es así que la materia se construye desde la reflexión analítica de los diferentes hechos y textos que nos interpelan como seres sociales, problematizados desde algunas de las teorías clásicas más reconocidas de la comunicación social poniendo énfasis en los debates contemporáneos que constituyen el campo.

A su vez pensar la comunicación no solo como objeto, sino sobre todo como proceso. Este posicionamiento implica construir los distintos saberes desde las perspectivas pragmáticas y

hacia los saberes teóricos, y de éstos a los hechos. La materia propone desafiar el sentido común sobre los estereotipos comunicacionales, a partir de la enunciación de ejes problemáticos concretos anclados en objetos culturales dentro del campo latinoamericano de la comunicación, propiciando la comprensión de los abordajes desde diferentes marcos teóricos en las ciencias sociales.

Para ello se abordarán los fenómenos comunicativos desde su complejidad, es decir, un esfuerzo crítico por reflexionar sobre las matrices socio-históricas que se materializan en los productos comunicacionales observando las condiciones de producción, circulación y recepción poniendo especial atención a las transformaciones de estos procesos desde sus mediaciones tecnológicas.

2. OBJETIVOS

a) OBJETIVOS GENERALES

Se espera que los estudiantes comprendan y reflexionen sobre:

La centralidad o protagonismo de las industrias mediáticas en la modernidad desde una perspectiva crítica.

b) OBJETIVOS ESPECIFICOS

-Promover la comprensión de los procesos sociales de comunicación en sus manifestaciones más relevantes, con atención al papel de los medios de comunicación en los procesos históricos.

-Identificar los diferentes textos y su inscripción en las escuelas de pensamiento y su correlación con los debates actuales.

-Introducir al debate sobre la potencialidad y determinación de los medios de comunicación como dispositivos tecnológicos.

-Propiciar la construcción de una perspectiva crítica como posicionamiento al momento de abordar el análisis de un fenómeno comunicacional.

3. CONDICIONES DE REGULARIDAD Y APROBACION DE LA ASIGNATURA

La materia se dicta en el primer cuatrimestre, de manera presencial y promocional. Su dictado se encuentra organizado en un solo encuentro semanal de cuatro horas donde habrá una instancia expositiva- teórica de interacción dialógica y otra bajo la modalidad de taller. La propuesta intenta estimular la participación individual y grupal de los estudiantes en el proceso de aprendizaje, por lo que se propiciará el debate de los temas y autores trabajados buscando articular los contenidos del campo de la comunicación social local, nacional y mundial. Por tratarse de una materia introductoria se indagará en los saberes previos, como forma de abrir nuevas miradas sobre la realidad, sus representaciones y sus prácticas comunicacionales.

Se valorará el intercambio de ideas y el debate en clase a partir de las lecturas propuestas así como también la observación y el análisis de problemáticas locales o nacionales, las cuales abarcarán: una lectura crítica y reflexiva de la bibliografía, y su intervención práctica en el campo social. Las actividades planteadas serán pensadas articuladamente por unidades temáticas.

Además existirán dos instancias formales de evaluación: dos parciales presenciales escritos.

En cuanto al examen parcial, el primero incluirá el contenido de las dos primeras unidades, mientras que el segundo abarcará la última unidad. Para cada una de las situaciones de examen se fijará una fecha de recuperatorio. Podrán acceder al mismo quienes obtengan una calificación menor a 4 (cuatro) o estén ausentes puntos en su examen parcial. Solo podrán aspirar a la promoción directa quienes obtengan no menos de 6 (seis) en cada una de las instancias de evaluación siendo su promedio final no menor a 7 (siete) y quienes rindan el examen recuperatorio por ausencia justificada al examen parcial.

5. CONDICIONES DE REGULARIDAD Y APROBACIÓN DE LA ASIGNATURA

Condiciones de regularidad

Asistencia mínima del 75%.

Aprobación de las dos instancias de evaluación con 4 (cuatro) puntos o más.

Condiciones de aprobación por promoción directa

Finalizar la cursada como alumno regular.

No obtener una calificación parcial menor a 6 (puntos) en cada una de las instancias de evaluación.

Aprobar con una calificación promedio final igual o mayor a 7 (siete) puntos. Los estudiantes que aprueben con una calificación promedio final menor a 7 (siete) puntos deberán rendir examen final.

Los estudiantes que rindan examen recuperatorio podrán acceder a la promoción directa solo por ausencia justificada al día del examen parcial y/o entrega del trabajo domiciliario.

Condiciones de aprobación por examen final

Finalizar la cursada como alumno regular.

Aprobar el examen final oral con una calificación igual o superior a 4 (cuatro) puntos.

* Las condiciones de regularidad y aprobación de esta asignatura están sujetas al Reglamento General de Estudios de Pregrado y Grado (Resolución No 381/12) de la UNTDF.

5. CONDICIONES DE REGULARIDAD Y APROBACIÓN DE LA ASIGNATURA

Condiciones de regularidad

? Asistencia mínima del 75%.

? Aprobación de las dos instancias de evaluación con 4 (cuatro) puntos o más.

Condiciones de aprobación por promoción directa

? Finalizar la cursada como alumno regular.

? No obtener una calificación parcial menor a 6 (puntos) en cada una de las instancias de evaluación.

? Aprobar con una calificación promedio final igual o mayor a 7 (siete) puntos. Los estudiantes que aprueben con una calificación promedio final menor a 7 (siete) puntos deberán rendir examen final.

? Los estudiantes que rindan examen recuperatorio podrán acceder a la promoción directa solo por ausencia justificada al día del examen parcial y/o entrega del trabajo domiciliario.

Condiciones de aprobación por examen final

? Finalizar la cursada como alumno regular.

? Aprobar el examen final oral con una calificación igual o superior a 4 (cuatro) puntos.

* Las condiciones de regularidad y aprobación de esta asignatura están sujetas al Reglamento General de Estudios de Pregrado y Grado (Resolución N° 381/12) de la UNTDF.

4. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Unidad 1:

¿Qué son los medios de comunicación y en qué contexto histórico se inscriben?

El advenimiento de la modernidad: cambios en la subjetividad de época. La irrupción de los medios masivos de comunicación. Modernidad y postmodernidad. Los medios y su escenario histórico: prensa gráfica, radio, cine y televisión. Internet y nuevos medios.

Unidad 2

¿Cómo influyen los medios masivos de comunicación en la modernidad teniendo en cuenta los procesos de producción, circulación y recepción?

Especificidad de los procesos comunicacionales, culturales y sociales. El poder de los medios y la construcción de “la realidad”. Las principales escuelas que reflexionan sobre el campo de la comunicación. Diferentes etapas de la Mass Communication Research. Las agendas mediáticas y Teoría de Agenda Setting. La Teoría Crítica y su implicancia epistemológica en el campo de la comunicación: el concepto de industria cultural. Los dispositivos tecnológicos: El determinismo tecnológico o las potencialidades del medio (Internet, redes sociales y el contexto actual de los medios). Nuevas pantallas.

Unidad 3

¿Qué hacen las audiencias con lo que los medios esperan de ellas?

La influencia de la obra de Gramsci en los Estudios culturales ingleses. La construcción de una mirada comunicacional de los procesos socio - culturales. Comunicación / Cultura. El desplazamiento de la mirada sobre las condiciones de recepción. El lugar de las audiencias. Abordaje de la complejidad y coextensividad de los campos de comunicación / cultura y sus implicancias en la multi -dimensionalidad de los procesos.

5. RECURSOS NECESARIOS

- Proyector
- Parlantes
- Pc
- Computadora

6. PROGRAMACIÓN SEMANAL

Semana	Unidad / Módulo	Descripción	Bibliografía
1	FERIADO	FERIADO	FERIADO
2	Unidad 1 Presentación Materia/ El advenimiento de la modernidad: cambios en la subjetividad de época.	Introducir a los estudiantes en el escenario de la modernidad desde una perspectiva histórica .	-Casullo, Nicolás (1999), Itinerarios de la pp.9 a 22 .
3	Unidad 1: La irrupción de los medios masivos de comunicación en la modernidad, breve historia de los medios Unidad 2: El poder de los medios y la construcción social de la realidad	Introducir a los estudiantes en el escenario donde irrumpen los medios masivos. Caracterización de los medios a los estudiantes en la construcción social y mediática de la realidad, reflexionar acerca de las condiciones de producción de los medios vinculados a su poder	Thompson, John B.(1998) Los media y la modernidad, Introd. y Cap. pgs 93-115 Parisi, Lorenza: Modernidad y medios de comunicación de masas-
4	Unidad 2: El poder de los medios. Las escuelas que abordan estudios de comunicación, la Mass Communication Research	Que el estudiante se aproxime al campo de la comunicación desde la escuela de la Mass Communication Research	Wolf, Mauro (1987). La investigación de la comunicación de masas. Muraro, Heriberto(1977) La comunicación de masas.

5	Unidad 2: contexto y conceptos claves para abordar la teoría crítica	Que el estudiante se aproxime al pensamiento posmarxista y conceptos claves de diferentes corrientes teóricas de su contexto de emergencia para comprender el abordaje de los estudios comunicacionales	Max y Adorno Theodor, (1988): Dialéctica del iluminismo, Ed. Sudamericana, Bs. As. - Benjamin, Walter, (1989): La obra de arte en la época de la reproductividad técnica. Discursos Interrumpidos I,
6	Unidad 2: teoría crítica e industria cultural	Establecer relaciones de continuidad y contemporaneidad sobre el conocimiento del campo de la comunicación y reflexione acerca del concepto de industria cultural hacia las industrias culturales	García Canclini, N (1999) Industrias Culturales y Globalización: Procesos de desarrollo e integración en América Latina. Paidós, Bs As. - Briceño Linares, Y, (2010) La escuela de Frankfurt y el concepto de industria cultural. Herramientas y claves de lectura. ? Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales, vol. 16, núm. 3, septiembre-diciembre. ?
7	Unidad 2: mediatización y poder	Reflexionar acerca de los modos de construcción social de lo real y su relación con el poder mediático	Eliseo(1987) Construir el acontecimiento. Schuliaquer, Ivan (2014) El poder de los medios.
8	PARCIAL	PARCIAL	PARCIAL
9	Unidad 2: Sociedad, medios y tecnologías. La centralidad de la imagen y las nuevas pantallas	Que el estudiante reflexione sobre el poder de los medios y los modos de construcción de agendas	Aruguete, Natalia,(2015) : El poder de la agenda: política, medios y público, - Luchessi, Lila Cood.(2013), Calidad Informativa: escenarios de postcrisis. Cap VI. pgs. 99-112. -Luchessi, Lila Comp.(2010) Nuevos escenarios: detrás de las noticias. Cap II. Pags. 17-36.
10	Unidad 2: Sociedad. Medios y Tecnologías. Determinantes y posibilidades de los medios como dispositivos tecnológicos	Que el estudiante se introduzca en el debate acerca de las tecnologías en el campo de la comunicación	McLuhan, Marshall, (1996) Comprender los medios de comunicación.Las extensiones del ser humano. Cap. I y II. - Williams, Raymond, (2011): Televisión: Tecnología y forma cultural, "Capítulo 5".
11	Unidad 2 : el poder de los medios y las mediaciones tecnológicas	Que el estudiante profundice en las mediaciones tecnológicas. Recuperatorio.	- Murolo, Norberto. L. (2011), "Pantallas, pantallas y más pantallas. Desasosiego en la cultura de la imagen", en Revista TELOS. Número 86. Benjamin, Walter, (1989): Discursos Interrumpidos I, II.

12	Unidad 3 : la recepción y las audiencias	Que el estudiante sea capaz de reconocer el contexto y la influencia de la obra gramsciana en los estudios culturales	- Williams, Raymond ,(1980): Marximo y literatura. Ediciones Península. Cap.IV y VIII. Barcelona. -Trigueros Álvaro A.,(2014), Antonio Gramsci en los estudios culturales de Raymond Williams en Methaodos. Revista de Ciencias Sociales, 2, pgs. 8-22
13	Unidad 3: la recepción y las audiencias	Que el estudiante pueda conocer y establecerlos debates y conceptos centrales del los estudios culturales	-Hall, Stuart (2017): La formación de los estudios culturales.Estudios Culturales 1983. Paidós. Bs.As. pgs.27-50 - Hall, Stuart (2017): Repensar la base y la superestructura.Estudios Culturales 1983. Paidós. Bs.As. pgs.109-136
14	Unidad 3: la recepcion y las audiencias	Que el estudiante conozca y problematice la dinámica de los medios en el territorio en el marco de las transformaciones de la LSCA	-Hall, Stuart,(1973) Codificar y Decodificar. Culture, Media, Lenguaje. Working Papers in Cultural Studies, 1972-79, Londres, Hutchinson, pgs.128-138. - Mattelart, Armand y Mattelart Michelle (1997) historia de las teorías de la comunicación . Paidós, Bs.As.pgs 70-74.
15	PARCIAL	PARCIAL	PARCIAL
16	Cierre de notas, recuperatorio	Recuperatorio con instancia de corrección y coloquio.	Cierre de notas, recuperatorio y coloquio

7. BIBLIOGRAFIA DE LA ASIGNATURA

UNIDAD 1

Bibliografía Obligatoria

-Casullo, Nicolás (1999): Itinerarios de la modernidad: La modernidad como autorreflexión, Ed. Eudeba, Bs. As., pp.9 a 22.

-Thompson, John B. (1998): Los media y la modernidad Una teoría de los medios de comunicación, Ed. Paidós, Bs.As. Introducción y Cap.II, pgs 93-115

-Parisi, Lorenza.(2012) "I media interattivi: il contesto", manuale del corso 'Media interattivi' dell'Universitat Oberta de Catalunya (UOC, Barcellona), disponible en

Complementaria

- Williams, Raymond.(1992):Historia de la Comunicación. Vol 2. Bosch. Madrid.
- Mattelart, Armand. (1996):La comunicación mundo. Historia de las ideas y las estrategias, Siglo XXI Editor-
- Marrano, Giacomo (2008) Cielo y Tierra. Genealogía de la secularización. Ed. Paidós. Barcelona. Prefacio y cap. 4. es. Barcelona. Cap. 1 y 2.
- Ruiz Olmo, Francisco Javier (2011): Modernización y modernismo. A propósito de "Todo lo sólido se desvanece en el aire" de Marshall Bergman. Revista electrónica Razón y Palabra. Numero 75 febrero-abril 2011. En www.razonypalabra.org.mx
- Appadurai, Arjun (2001): La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización.. Ed. Trilce/Fondo de Cultura Económica, Bs. As.

UNIDAD 2

Bibliografía obligatoria

- Schuliaquer, Ivan (2014): El poder de los medios.Paidós. Bs.As.
- Wolf, Mauro. (1987): La investigación de la comunicación de masas, Paídos, Barcelona. Pgs. 9-45.
- Eliseo, Verón. (1987): Construir el acontecimiento. Ed. Gedisa.. Bs. As. Prefacio a la segunda edición.
- Aruguete, Natalia,(2015) : El poder de la agenda: política, medios y público, Biblos, Buenos Aires, (Cuadernos de comunicación),Págs 37 a 52
- Luchessi, Lila Cood.(2013): Calidad Informativa: escenarios de postcrisis. Ed. Crujía. Bs. As. Cap VI. pgs. 99-112.
- Luchessi, Lila Comp.(2010): Nuevos escenarios: detrás de las noticias. Ed. Crujía. Bs. As., Cap II. Pags. 17-36.
- Muraro, Heriberto.(comp.) (1997): La comunicación de masas, Centro Editor de América Latina, Bs.As.
- McLuhan, Marshall, (1996) Comprender los medios de comunicación Las extensiones del ser humano. Cap. I y II. Ed. Paidós. Barcelona.
- Horkheimer Max y Adorno Theodor, (1988): Dialéctica del iluminismo, Ed. Sudamericana, Bs. As. Cap. La industria Cultural. Iluminismo como mitificación de masas.
- Benjamin, Walter, (1989): La obra de arte en la época de la reproductividad técnica. Discursos Interrumpidos I, Taurus, Bs As. Pgs 15-58.
- García Canclini, N (1999) Industrias Culturales y Globalización: Procesos de desarrollo e integración en América Latina. Paidós, Bs As.
- Briceño Linares, Y, (2010) La escuela de Frankfurt y el concepto de industria cultural. Herramientas y claves de lectura.? Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales, vol. 16, núm. 3, septiembre-diciembre.?
- Williams, Raymond, (2011): Televisión: Tecnología y forma cultural, "Capítulo 5", Ed. Paidós, Bs.As.
- Murolo, Norberto. L., (2012):"Nuevas Pantallas: Un Desarrollo Conceptual", en Razón y Palabra. Primera Revista Digital en Iberoamérica Especializada en Comunicología, México.

Complementaria

- Aruguete, Natalia (2009): Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting. Ecos de la Comunicación, Año 2 Número pgs. 2-23
- Schmucler, Héctor (1996): Apuntes sobre el tecnologismo y la voluntad de no querer. Artículo publicado en Artefacto/1, Disponible en www.revista-artefacto.com.ar
- Cabello Roxana, Diego Levis y otros (2008), Las nuevas Tecnologías de Información y Comunicación. Argumentos. pgs. 51-69, Bs.As.
- Mattelard Armand.(1997):Comunicación, cultura y hegemonía, Gustavo Gilli, Barcelona, Cap. IV.
- Martín Barbero, Jesús, (1987) :De los medios a las mediaciones. Industria cultural: capitalismo legitimación Publicación digital N°9. Consultar en <http://revistasiiigg.sociales.uba.ar/index.php/argumentos/issue/view/10>
- Sartori, Giovanni, (1998): Homo videns. La sociedad teledirigida. España: Taurus, Cap III.
- Murolo, Norberto. L., (2011): "Pantallas, pantallas y más pantallas. Desasosiego en la cultura de la imagen", en Revista TELOS. Número 86, Enero-Marzo. Fundación Telefónica.

UNIDAD 3

Bibliografía obligatoria:

- Williams, Raymond ,(1980) : Marxismo y literatura. Ediciones Península. Cap.IV y VIII. Barcelona.
- Trigueros Álvaro A.,(2014), Antonio Gramsci en los estudios culturales de Raymond Williams en Methaodos. Revista de Ciencias Sociales, 2, pgs. 8-22
- Hall, Stuart (2017): La formación de los estudios culturales.Estudios Culturales 1983. Paidós. Bs.As. pgs.27-50
- Hall, Stuart (2017): Repensar la base y la superestructura.Estudios Culturales 1983. Paidós. Bs.As. pgs.109-136
- Hall, Stuart (2017): Dominación y hegemonía. Estudios Culturales 1983. Paidós. Bs.As. pgs.205-232
- Hall, Stuart,(1973) Codificar y Decodificar. Culture, Media, Lenguaje. Working Papers in Cultural Studies, 1972-79, Londres, Hutchinson, pgs.128-138.
- Mattelart, Armand y Mattelart Michelle (1997) historia de las teorías de la comunicación . Paidós, Bs.As.pgs 70-74.

Complementaria

- .Casetti, F & iChio, F. ,(1999): Análisis de la televisión. Cap. XII Estudios Culturales. Paidós, Barcelona.
- Ader Natalia, Car Valeria y otros (2014): Entre medio y medio hasta el Garibaldi llego. Sociedad Fueguina. Publicación N°4, ICSE. Tierra del Fuego. Disponible en http://200.61.137.30/pagina_2012/wp-content/uploads/2013/08/SociedadFueguina_Nro4.pdf
- Badenes, D (2017) Avateres de la legislación en comunicación audiovisual, cap. 1, en Transiciones de la escena audiovisual, perspectivas y disputas. Néstor Daniel González, Alejandra Pía Nicolosi (Compiladores) Colección PGD eBooks. Buenos Aires, pgs. 10-25.
- Transformaciones de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Documento de cátedra.(2015)

Firma del docente-investigador responsable

VISADO		
COORDINADOR DE LA CARRERA	DIRECTOR DEL INSTITUTO	SECRETARIO ACADEMICO UNTDF
Fecha :	Fecha :	

Este programa de estudio tiene una validez de hasta tres años o hasta que otro programa lo reemplace en ese periodo