

**CARRERA:** *Comunicación social*

**ASIGNATURA:** Medios de comunicación

**CICLO LECTIVO:** 2011

<b>PROGRAMA DE LA ASIGNATURA</b>
----------------------------------

---

**I FUNDAMENTACIÓN**

El presente programa tiene como finalidad brindar a los estudiantes un marco de análisis de las condiciones en las que operan los medios de comunicación. Se busca que los asistentes adquieran elementos para analizar y comprender el sistema de medios y su lugar en la sociedad contemporánea en general y en la argentina en particular. A partir de la reflexión acerca del contexto en el que se insertan hoy los medios de comunicación, se plantea problematizar el lugar que ocupan en las sociedades contemporáneas y los caminos para investigar ese fenómeno.

Se parte del supuesto de que los medios no reflejan la realidad social, ni son mediadores neutrales ni analistas racionales de los acontecimientos sociales que vehiculizan, sino que la relación acontecimiento/fuente-medio es dialéctica. Consideraremos que el acontecimiento no es un fenómeno exterior al sistema mediático sino un producto de éste: “Los hechos que componen la realidad social no existen en tanto tales (en tanto hechos sociales) antes de que los medios los construyan” (Verón, 1987: V). Pero asumimos también que nuestras sociedades han sufrido profundas transformaciones sociales, y que este siglo poco o nada tiene que ver con el pasado. Autores estudiosos de esos cambios como Scott Lash (2002) han entendido que “El sistema lineal de Parsons es reemplazado por el sistema no lineal de Luhmann. La linealidad de la reproducción de lo simbólico es desplazada por la no linealidad de lo real”, que impacta con más fuerza que el mensaje. En la sociedad mediática del siglo XXI, dice Lash en la misma obra, “La cultura ya no está compuesta primordialmente por esas representaciones sino de objetos culturales como las tecnologías, que ocupan el mismo espacio con quien ahora no es tanto lector, el espectador o la audiencia como el usuario, el actor”. Esto nos trae a nuevas formas de consumos de medios, donde ya no hay receptores sino apenas destinatarios que a su vez se convierten en productores de información que tiene más probabilidades de entrar en los grandes circuitos de circulación

que en el pasado. Al decir de Manuel Castells (2009), estamos entrando al sistema de autocomunicación de masas, donde lo individual y lo colectivo se entrecruzan en las redes sociales que a su vez alimentan y se alimentan de los medios de siempre.

Estas profundas transformaciones plantean a la academia el desafío de repensar lo ya pensado porque muchas de las teorías en uso fueron diseñadas para otras sociedades, para otras tecnologías. La propuesta de la materia es profundizar en el análisis y en la búsqueda de datos que permitan a los estudiantes conocer el lugar social que ocupan los medios y a partir de ahí, reflexionar acerca de sus alcances y efectos.

## **II OBJETIVOS GENERALES**

- Comprender el sistema de medios y su inserción en las sociedades contemporáneas.
- Analizar el papel de los medios masivos de comunicación como vehículos de los intercambios sociales.
- Conocer los enfoques teóricos que sustentan las actuales investigaciones de medios de comunicación.
- Analizar la complejidad del vínculo medios-políticas.
- Investigar las fuentes de información para investigar el consumo de medios en Argentina.
- Desarrollar una actitud responsable en la comunicación a partir de comprender las relaciones que existen entre los medios, el poder, y la ciudadanía.

## **III UNIDADES PROGRAMÁTICAS**

Toda la bibliografía (con excepción de la indicada con \*) está disponible en internet y los enlaces están disponibles en [www.catedraa.com.ar](http://www.catedraa.com.ar).

### **Unidad 1: La comunicación mediatizada**

Los medios de comunicación en las sociedades contemporáneas. Teorías de la mediatización y ecología de los medios. Nuevos medios y nuevas tecnologías para nuevas comunidades. Transformaciones en la esfera mediática: de las teorías de la comunicación social hacia la teoría mediática; de los medios masivos a la autocomunicación de masas.

### **Bibliografía obligatoria:**

Castells Manuel (2008). “Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). Los medios y la política”. Telos, N° 74, enero-marzo.

- Castells Manuel (2008). “Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los nuevos espacios de la comunicación”. Telos, N° 75, abril-junio 2008.
- Castells Manuel (2009) “Creatividad, innovación y cultura digital. Un mapa de sus interacciones”. Telos, N° 77, marzo 2009.
- Islas Octavio (2005) “Mc Luhan es el mensaje”, en *Global Media Journal Edición Iberoamericana*, Primavera 2005 - Volumen 2, Número 3. [en [http://www.gmjei.com/journal/index.php/GMJ\\_EI/article/view/146](http://www.gmjei.com/journal/index.php/GMJ_EI/article/view/146)]
- \*Lash Scott (2002). *Crítica de la información*. Buenos Aires, Amorrortu, Cap. 6 “Teoría mediática”.
- Miège, Bernard (2007). “Hacia nuevos planteamientos. La cuestión de las TIC”. *Revista Telos*, Octubre-Diciembre, N° 73.

*Notas periodísticas:*

Federico Kukso, “Marshall McLuhan x 100 “. Nota publicada en Radar, Página/12, el 17 de julio de 2011. <http://fkukso.tumblr.com/post/7773396193/el-profeta-accidental>

**Unidad 2: Investigar los medios**

Las problemáticas de la comunicación y las diversas líneas de estudio de los fenómenos de la comunicación. Los medios de comunicación como objeto de estudio. Cómo investigar su impacto en las audiencias. Consumos culturales y estudio de los efectos. Medios, ¿quién influye a quién? Desde la teoría de la manipulación a los efectos limitados: teoría del establecimiento de agenda y teoría del encuadre.

**Bibliografía obligatoria:**

- Abril Gonzalo (1991). “Información, conocimiento y sentido” (extracto). En de *Teoría general de la información*, Cátedra, Madrid.
- Aruguete Natalia (2009). “Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la *Agenda Setting*“. Revista Ecos de la comunicación, año II, N° 2.
- Aruguete Natalia, “Relevancia noticiosa y preocupaciones públicas”, en Amado (2010), *La palabra empeñada*. Buenos Aires, C3 Friedrich Ebert.
- Charaudeau Patrick (2005). “¿Nos manipulan los medios?”. CIC (Cuadernos de Información y Comunicación), 10, pp. 319-330.
- Mccombs, Maxwell (1996): “Influencia de las noticias sobre nuestra imagen del mundo”, pp.13-34, en Bryant, J y Zillmann, D. (comps.), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, Barcelona: Paidós.
- \*Rincón Omar (2005). *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Buenos Aires, La Crujía, Introducción y Conclusión.
- Weaver David (1997). “Canalización Mediática (*Agenda Setting*) y elecciones en los Estados Unidos”. Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Periodismo III, *Cuadernos de Información y Comunicación*, Volumen 3. <http://www.ucm.es/info/per3/cic/cic3ar12.htm>.

*Notas periodísticas:*

Entrevista a Silvio Waisbord en [www.plazademayo.com](http://www.plazademayo.com)

**Unidad 3: La vida social de los medios**

Los medios y la construcción social de la realidad. Teorías sobre la televisión y distintos abordajes: la guerrilla semiológica de Eco vs. el *fast thinking* de Bourdieu. De la

paleotelevisión al fin de los medios masivos. La post televisión y la preponderancia del emisor: ¿televisión educativa o reality show? ¿Hay opción?

### **Bibliografía obligatoria:**

- \*Abraham Tomás (1998). “Diario de un esquizovente argentino”, en *La aldea local*, Buenos Aires, Eudeba.
- Amado Adriana (2010), “El show de la realidad”, en revista Noticias, Clases magistrales, 18/09/2010, ed. 1760.
- \*Bourdieu Pierre (1997). “El plató y sus bastidores” (Cap. 1), *Sobre la televisión*. Barcelona, Anagrama.
- \*Eco, Umberto (1986). *La estrategia de la ilusión*. Buenos Aires, Lumen, caps. “TV: la transparencia perdida”, “Para una guerrilla semiológica”.
- \*Fiske John (1987) “Los estudios culturales británicos y la televisión”. En: Robert Allen (ed.), *Channels of discourse. Television and contemporary criticism*. North Carolina, University of North Carolina Press.
- \*Sarlo Beatriz (1994). “El sueño insomne” (cap. 2), en *Escenas de la vida posmoderna*, Buenos Aires, Ariel
- \*Verón Eliseo (2009). "El fin de la historia de un mueble" en Carlón y Scolari (2009) *El fin de los medios masivos*, Buenos Aires: La Crujía.
- \*Wolton, Dominique (1995). *Elogio del gran público*, Barcelona, Gedisa. Cap. 11, “Televisión, identidad y nacionalismo”.

### *Notas periodísticas:*

Entrevista a Omar Rincón en [www.plazademayo.com](http://www.plazademayo.com)

## **Unidad 4: Política y medios**

Políticas de la comunicación o la comunicación frente a la política. Acceso y participación en los medios de comunicación. 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 aumento de la brecha infocomunicacional.

Ford Aníbal. “El malestar de la brecha digital”. Publicado en Periodismo/abc [<http://periodismoabc.files.wordpress.com/2010/02/anibal-ford.pdf>].

García Canclini Néstor, “Por qué legislar sobre industrias culturales”, Nueva Sociedad N° 175 - Septiembre - Octubre 2001.

Becerra Martín y Guillermo Mastrini (2004). "Industrias culturales y telecomunicaciones en América Latina. Las industrias info-comunicacionales ante la Sociedad de la Información". Revista Telos N° 61, octubre-diciembre.

Santiago Marino, Guillermo Mastrini y Martín Becerra (2010). “El proceso de regulación democrática de la comunicación en Argentina”.

Mastrini Guillermo (2010). “La televisión pública en la Argentina: entre el poder público y el negocio”, en Amado (2010), *La palabra empeñada*. Buenos Aires, C3 Friedrich Ebert.

Rossi Diego (2000). “Precisiones sobre acceso y participación en la comunicación masiva”, apunte de la cátedra de Políticas y Planificación de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, agosto, <http://catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/>.

Rincón, Omar (Ed.) (2010). “Mucho gobierno y muchos medios. Poco periodismo y pocas ciudadanías” en *Por qué nos odian tanto [Estado y medios de comunicación en América Latina]*. Bogotá, Friedrich Ebert Stiftung-C3, Documento N° 11.

*Notas periodísticas:*

Entrevistas a Martín Becerra y Guillermo Mastrini en [www.plazademayo.com](http://www.plazademayo.com).

#### **IV METODOLOGÍA DE TRABAJO**

El curso tendrá una modalidad teórico-práctica. Se abordará la problemática de las unidades con un enfoque teórico general, de modo que a partir del manejo de los conceptos básicos de la materia, los estudiantes puedan realizar un análisis práctico de fenómenos de comunicación particulares. En cada unidad del presente programa aparecen diversos artículos, que serán trabajados en clase como parte de los trabajos prácticos.

#### **V SISTEMAS DE REGULARIDAD Y EVALUACIÓN**

##### **Sistema de Regularidad**

Acreditarán la materia los alumnos que:

- Cumplan con la asistencia regular a las clases (con un mínimo del 75%).
- Aprueben los dos exámenes parciales y demás trabajos prácticos que se soliciten durante la cursada.
- Realicen las lecturas del material bibliográfico, lo que se comprobará periódicamente mediante evaluaciones orales o escritas.
- Participen activa y adecuadamente en las clases.
- Aprueben el examen final.

##### **Sistema de Evaluación**

##### **Primer parcial: Trabajo práctico 1**

##### **Investigación sobre los distintos sistemas de medios de comunicación (trabajo grupal):**

Se organizarán equipos de trabajo para investigar los sistemas de medición y análisis de consumo de los distintos tipos de medios de comunicación social en distintos lugares del país.

Cada equipo deberá elaborar un informe que permita establecer un patrón de llegada y consumo de medios de distinto tipo (gráficos, radiales, audiovisuales, internet) en el cuatrimestre en curso, en distintas zonas del país. El informe deberá consultar por lo menos

tres fuentes autorizadas, adicionales a las que se consignan más abajo, y basar sus conclusiones en datos empíricos y en la bibliografía de las dos primeras unidades.

Material de consulta obligatoria para el TP 1:

- Encuestas sobre TV de la AFSCA [[http://www.afsca.gov.ar/web/encuesta\\_tv.php](http://www.afsca.gov.ar/web/encuesta_tv.php)]
- Documentos en línea en Sistema Nacional de Consumos Culturales [<http://www.consumosculturales.gov.ar>]
- Secretaría de Medios de Comunicación (SMC) (2005, 2006). Sistema nacional de medios culturales. Informes 2004, 2006.
- SMC (2006) Los hábitos informativos de los argentinos.
- SMC (2008) Consumos culturales tecnológicos. Entre la personalización y la portabilidad.

Presentación del trabajo: El trabajo tendrá una extensión máxima de 6 páginas (interlineado 1,5, cuerpo de letra 11/12, en hoja A4). Es imprescindible que cuente con las correspondientes citas bibliográficas, que deberán reflejar las lecturas del programa. No se admitirán trabajos que excedan esa extensión.

## **Segundo parcial: Trabajo práctico 2**

Elaborar una nota periodística sobre un tema de medios de actualidad. Debe ser un tema original, que tenga como punto de partida la constatación/discusión de algunos de temas de las unidades 3 y 4. Debe elaborarse como un reportaje periodístico para ser publicado en la web, con articulación de citas, datos y testimonios (puede incluir la posibilidad de enlaces).

- Extensión máxima: 4000 caracteres. Letra tipo Times/Arial 12 pts., 1,5 interlíneas; 3 cm. en los márgenes).
- Las citas bibliográficas y las fuentes consultadas pueden ser incluidas en notas al pie. Tratándose de un formato periodístico debe estar fundamentado y la referencia de la fuente debe ser explícita.
- Deben plantear ideas relacionadas con los textos teóricos, tanto para confirmar lo que proponen los autores, como para rebatirlos desde datos empíricos como de testimonios de fuentes autorizadas.
- La redacción debe ser precisa y clara, acorde al nivel universitario del estudiante. El estilo es el periodístico, para lo que puede considerarse como parámetro cualquier artículo de fondo publicado en un medio de comunicación de prestigio (Por ejemplo, Radar, Adn, Le Monde Diplomatique).
- Los autores comentados en el trabajo deberán citarse en nota al final, con la cita bibliográfica completa. Puede tomar como pauta Franco Guillermo (2007). *Cómo escribir para la web*. Texas, Knight Center for Journalism in the Americas. (disponible [www.catedraa.com.ar](http://www.catedraa.com.ar)).
- El trabajo es individual y será equivalente a un parcial domiciliario.

**Escala de notas:** La calificación de los exámenes responde a los siguientes parámetros.

A. 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.

B. 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.

C. 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.

D. 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.

E. 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.

## VI **BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA**

- Bauman Zygmunt (2004). *La sociedad sitiada*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- (2004). *Modernidad líquida*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- (2005). *Vidas desperdiciadas: la modernidad y sus parias*. Buenos Aires, Paidós.
- (2006). *Vida líquida*. Buenos Aires, Paidós.
- (2007). *Vida de consumo*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- (2007). *Miedo líquido. La sociedad contemporánea y sus temores*. Buenos Aires, Paidós.
- (2007). *Tiempos líquidos*. Buenos Aires, Tusquets.
- (2009). *Ética postmoderna*. Madrid, Siglo XXI.
- (2009). *El arte de la vida*. Buenos Aires, Paidós.
- Castells Manuel (2001). *La era de la información. La sociedad en red*. Alianza, Madrid.
- Castells Manuel (2009). *Comunicación y poder*. Madrid, Alianza.
- Chomsky Noam y Herman Edward (1990). *Los guardianes de la libertad*, Barcelona, Crítica.
- Colombo, Furio (1997). *Últimas noticias sobre el periodismo*. Barcelona, Anagrama.
- Eco, Umberto (1968). *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen.
- De Fleur Melvin y Sandra Ball-Rokeach (1982). *Teorías de la comunicación de masas*. Buenos Aires, Paidós.
- Eco Umberto (1974) “¿El público perjudica a la televisión?”. En Moragás, M. (ed.). *Sociología de la comunicación de masas: Tomo II: Estructura y funciones*. Barcelona: Gili, 1985.

- Lash Scott y Celia Lury (2007). *Global Culture Industry: The Mediation of Things*. Polity Press, Cambridge.
- Lessing Lawrence (2004). *Por una cultura libre*. Creative Commons.
- Luhmann Niklas (2000). *La realidad de los medios de masas*. México, Universidad Iberoamericana.
- McCombs Maxwell y Dixie Evatt (1995). “Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting”, en *Comunicación y Sociedad*, Vol. VII, N° 1, Pamplona, Universidad de Navarra, pp. 5-32.
- McCombs Maxwell (2006). *Estableciendo la agenda*. Barcelona, Paidós.
- McQuail Denis (1998). *La acción de los medios*. Buenos Aires, Amorrortu.
- McQuail Denis (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, 2000 (3ª ed. rev. y amp.).
- Piscitelli Alejandro, Iván Adaime, Inés Binder (comp.) (2010). *El proyecto Facebook y la posuniversidad*. Buenos Aires, Ariel/Fundación Telefónica.
- Verón Eliseo (1987). *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires, Gedisa, 2ª edic. revisada.
- Verón, Eliseo (1995). *Semiosis de lo ideológico y del poder: La mediatización*. Buenos Aires: Publicaciones de la U. B.A.
- Verón Eliseo (1999). *Efectos de agenda*. Barcelona, Gedisa.
- Verón Eliseo (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma
- Wolf Mauro (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós.
- Wolton Dominique. (1995) *Elogio del gran público*. Barcelona, Gedisa.

**Prof. Dra. Adriana Amado**

**Fecha de presentación 17 de agosto de 2011**