"2022 – Año del 40° Aniversario de la Guerra de Malvinas. En homenaje a los veteranos y caídos en la defensa de las Islas Malvinas y el Atlántico Sur"

INSTITUTO SUPERIOR DEL PROFESORADO "DR. JOAQUÍN V. GONZÁLEZ"

Nivel: Superior

Carrera: Postítulo Diplomatura Superior en Ciencias del Lenguaje

Instancia curricular : Seminario Medios de Comunicación

Cursada: cuatrimestral

Carga horaria: 8 horas cátedra semanales

Profesor/a: Mgter. Virginia Funes

Año: 2022

Fundamentación

Difícilmente alguien, en nuestros días, podría afirmar que los medios de comunicación no ocupan un lugar central dentro de la vida social, más allá de los juicios que esa situación le suscite. Está fuera de debate también que ellos son el receptáculo de prácticas que antes estaban reservadas a otros espacios: el conjunto de la producción de imágenes, buena parte de la literatura, el teatro, la música y el diseño "pasan", o directamente se alojan de manera permanente en los medios, contrariamente a lo que ocurría antaño.

Pero no sólo el fenómeno de la residencia es lo que hace inédita la relación arte-medios, sino las transformaciones y vínculos de nuevo cuño que se establecen entre ambos.

La experiencia social con las imágenes y sonidos, y por supuesto su creación y producción, se han visto alteradas por la emergencia de nuevas técnicas y los lugares, nuevos también, que ellas definen. La fotografía, la cinematografía, la TV, los trazados electrónicos, han aportado a modificar la visión del mundo al mismo tiempo que conferido nuevos instrumentos para la experiencia estética.

En las últimas décadas se establecieron nuevas claves culturales en relación con el mundo de las imágenes y los medios de comunicación. Otros modos icónicos inundan la percepción con múltiples contenidos y experiencias visuales. Los medios de comunicación se han constituido en un ambiente donde se desenvuelve la vida y donde se recrean y producen lenguajes, conocimientos, valores. También se produjeron transformaciones en las estructuras del conocimiento y de apropiación simbólica del mundo. En este proceso, el desarrollo de las nuevas tecnologías electrónicas para la transmisión y almacenamiento de datos, de esparcimiento, comunicación y aprendizaje forma parte de procesos complejos y novedosos que también modifican las formas de producir cultura y arte.

Cada medio de comunicación tiene unas características que van a conformar el mensaje de acuerdo a sus posibilidades y limitaciones intrínsecas. Paralelamente a los condicionamientos tecnológicos que el medio impone, el tratamiento de la realidad viene por los valores, intereses o ideología, que sustentan los responsables de los diferentes órganos de comunicación. Estas variables, entre otras, son las que determinan que un mismo tema pueda ser representado de diferentes maneras.

Por otra parte, en la actualidad, las nuevas tecnologías de comunicación e información –cuyo paradigma es Internet– y los medios audiovisuales, multiplican al infinito las pantallas desde las que miramos el mundo. Esta realidad amplifica nuestras posibilidades de comunicarnos y aprender, a la vez que reestructura la percepción y modifica los procesos cognitivos. Surge entonces un nuevo sujeto, habituado a *leer* discursos audiovisuales, fugaces, fragmentados, dinámicos, que lo implican emocionalmente.

Lo que venimos diciendo nos permite circunscribir el campo, por demás extenso de los medios y sus teorías. Existen diversas vertientes que han emprendido estos estudios, posibles de sintetizar en tres grandes dominios tributarios de distintas disciplinas: una de raíz sociológica, atenta a los efectos sobre el público y los modos institucionales y políticos de la producción; otra, de raíz histórica, cuyo objetivo es el de ordenar en el tiempo y dar cuenta de los cambios operados en los productos y los modos de producción; y finalmente otra, inspirada en la semiótica, que ha acentuado el estudio específico de los productos mismos de los medios. Las tres vertientes aportan elementos útiles para explorar el campo que definimos.

Estos horizontes teóricos pueden aportar elementos para la interpretación general del fenómeno, a condición de definir sus alcances. Es necesario tener en cuenta que la asignatura debe ser útil para alumnos que pertenecen a distintos ciclos de formación, lo que hace que deban contar con elementos, tanto formativos, útiles para la prosecución de los estudios, como orientativos, para la selección de su campo de trabajo.

Propósitos

El Seminario *Medios de Comunicación* se propone como objetivo general situar a los estudiantes frente al papel atribuido en el conjunto de los fenómenos sociales, al designado como Comunicación. A tal fenómeno se lo considera, en nuestros días, como estructurante y como tal, no ajeno a ninguno de los intercambios que se realizan entre los actores que integran la sociedad.

La comunicación en las sociedades contemporáneas se ve articulada por diversos recursos técnicos que generan vínculos, que a su vez han reconfigurado las relaciones entre sus actores y también sus modos de concebir el contexto en que se incluyen ("construyen la realidad").

A lo largo del desarrollo del Seminario se procurará dar cuenta de las maneras en que se ha intentado abarcar este fenómeno, prestando particular atención al modo en que los distintos dispositivos técnicos aportan a producir inflexiones en los vínculos sociales y, en consecuencia, operan como agentes de diferentes formas de "construcción de lo real".

Objetivos

- Circunscribir diferentes aproximaciones a los fenómenos comunicacionales y los modos de establecimiento de sus distintos objetos.
- Conocer los principales aportes teóricos de las ciencias de la comunicación como conjunto de saberes que se proyecta en la compresión de los problemas actuales de la comunicación de masas.
- Analizar las diferencias entre los distintos dispositivos que intervienen en la comunicación social. Circunscribir los alcances de los recursos tecnológicos en los cambios comunicacionales.
- Destacar el papel de la noción de enunciación para distinguir el modo de funcionamiento de los distintos medios.
- Circunscribir los alcances de la noción de efecto. Sus ecos en las discusiones actuales acerca de la comunicación y de los medios.
- Analizar, interpretar y evaluar críticamente diversos productos culturales aplicando teorías comunicativas y categorías semióticas.

Contenidos / Unidades temáticas:

Ejes temáticos

Semiología: cultura y medios de comunicación. Teorías sobre los medios masivos de comunicación. Industrias culturales y transformaciones en el fin de siglo. Revolución tecnológica, educación y políticas de comunicación.

Contenidos

UNIDAD 1: SEMIOLOGÍA: CULTURA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Las ciencias sociales y la investigación de la cultura. Enfoque antropológico y enfoque estructural. La cultura como proceso social de producción de significación. Teoría de los discursos sociales. Cultura de masas, cultura popular y cultura nacional. El problema de la cultura de masas. El sentido como construcción social. La comunicación de masas analizada por Umberto Eco.

UNIDAD 2: TEORÍAS SOBRE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

De la sociología de las comunicaciones de masas al análisis de contenido. La teoría hipodérmica y los efectos fatales de la manipulación. El modelo de Harold D. Lasswell. Estudios empíricos y ensayos de aplicación. Teoría de la persuasión: el mensaje y los procesos mentales. Teoría de los efectos limitados: modelo de flujo en dos pasos. Las mediaciones sociales y los líderes de opinión. Usos y gratificaciones. El análisis funcionalista de las comunicaciones masivas. Teoría de la fijación de la agenda (Agenda Setting).

UNIDAD 3: INDUSTRIAS CULTURALES Y TRANSFORMACIONES EN EL FIN DE SIGLO

Teoría crítica. Escuela de Fankfurt: la industria cultural y la racionalidad técnica. La comunicación de masas y su impacto en el mundo del arte: autenticidad, aura y reproducción técnica en Walter Benjamin. Las imágenes en la época de la reproductibilidad. Enfoques teóricos actuales acerca de la industria cultural. Objetos y métodos en la investigación sobre la comunicación en América Latina.

UNIDAD 4: REVOLUCIÓN TECNOLÓGICA, EDUCACIÓN Y POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN

Transformaciones actuales del sistema de medios. Del modelo broadcasting a la red multimedia, descentralizada e interactiva. Perspectiva de análisis de los nuevos medios y su impacto en los hábitos de consumo. Microcontenidos, relatos breves y los tiempos del consumo intersticial. Medios masivos y nuevos medios. Interactividad, hipertextualidad y convergencia mediática. La educación en medios de comunicación. Razones para una educación en medios de comunicación. La integración curricular de la educación en medios: inserción disciplinar o consideración transversal. El rol de los profesores en la integración curricular. Metas y finalidades de la educación en medios de comunicación.

Modalidad de trabajo

El curso se plantea como modalidad de trabajo el Seminario, implicando el desarrollo de aspectos teóricos y prácticos. Todas las actividades propuestas aspiran a la formación de un grupo de aprendizaje activo y colaborativo, y a la vez, al ejercicio autónomo de las prácticas de reflexión y de análisis fundamentadas en el conocimiento.

Durante el cuatrimestre se realizarán tres tipos de actividades:

a) Reuniones de información general: en estas reuniones se presentará el conjunto de los temas a desarrollar durante el cuatrimestre y ciertos temas particulares que no serán objeto de reuniones de discusión bibliográfica.
b) Reuniones de discusión bibliográfica: en ellas se tomará un número limitado de textos que se propondrán oportunamente. Es requisito fundamental la activa participación de los alumnos a partir de una lectura previa del material bibliográfico.
c) Ejercitaciones: consistirán en trabajos prácticos a realizar de manera individual o en grupo.

Régimen de aprobación de las instancias curriculares y los módulos
Las distintas instancias de evaluación serán parte del proceso de aprendizaje. El docente explicitará desde el inicio cuáles serán los criterios con los que evaluará a los estudiantes:

- La disposición para leer e investigar textos que permitan abordar las problemáticas correspondientes a cada tema;
- la disposición para el trabajo en equipo, y la participación en las actividades propuestas;
- la claridad para expresar ideas, de manera oral o escrita, sobre los procedimientos, componentes, materiales y decisiones tomadas;
- la utilización de vocabulario específico.

Condiciones de promoción:

- Asistencia, como mínimo, al 75% de los encuentros correspondientes al seminario y realización de las tareas propuestas.
- Lectura y análisis previo de materiales bibliográficos.
- Activa participación en las exposiciones dialogadas.
- Preparación y presentación de trabajos grupales, orales y escritos.
- Entrega en tiempo y forma de los trabajos prácticos parciales y del Trabajo Final.

Bibliografía Específica

Unidad 1
Ambrós, Alba y otro. 2011. *Educar en medios de comunicación.* Barcelona: Grao.

Eco, Umberto. 1999. Cultura de masas y niveles de cultura. En *Apocalípticos e integrados.* Barcelona: Lumen.

Galindo, Jesús. 2009. Comunicología, comunicación y cultura. Exploración histórica de dos conceptos centrales en el tránsito del siglo XX al siglo XXI". *Razón y palabra N° 66*. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx/index.html

Huergo, Jorge y otro. 2000. *Cultura escolar, cultura mediática/Intersecciones*. Santafé de Bogotá: Universidad Pedagógica Nacional.

Marafioti, Roberto. 2005. *Sentidos de la Comunicación*. Buenos Aires: Biblos.

Pérez Gómez, Alberto.2002. *El control de las comunicaciones de medios de comunicación.* Madrid: Dykinson.

Prieto Castillo, Daniel .2011. *El derecho a la imaginación. Apuntes sobre Comunicación y educación.* Buenos Aires: Ed. Paulina.

Vidales, Carlos. 2009. Semiótica, cultura y comunicación. Las bases teóricas de algunas confusiones conceptuales entre la semiótica y los estudios de la comunicación. En *Razón y palabra* N° 66. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx/index.html

Unidad 2

Lasswell, Harold. 1985. Estructura y función de la comunicación en la sociedad. En Moragas Spá, Miquel (comp.). *Sociología de la comunicación de masas* T. II. Barcelona: G. Gili.

Lazarsfeld Paul F. y Merton, Robert K. 1977. Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada. En Muraro, Heriberto (comp.), *La comunicación de masas.* Buenos Aires: CEAL.

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

Unidad 3

Aguirre Roberto. 2009. Estudios culturales y segundo orden. Una lectura desde la Complejidad. *Razón y palabra N° 66*. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx/index.html

Baquerin de Riccitelli, María Teresa (ed.). 2008. *Los medios, ¿aliados o enemigos del público? Derivaciones de las teorías de la comunicación surgidas en los setenta.* Buenos Aires: Educa.

Benjamín, Walter. 1997. *Discursos interrumpidos I.* Buenos Aires: Taurus.

Fiske, John. 1987. Los estudios culturales británicos y la televisión. En Allen Robert (ed.), *Channels of discourse. Television and contemporary criticism.* North Carolina: University of North Carolina Press.

Hall, Stuart. 1994. Estudios culturales: dos paradigmas. En *Causas y Azares* Nro. 1. Buenos Aires: 1994.

Petit, Cristina M. (coord.) 2007. *Televisión, la caja que socializa*. Córdoba: Editorial Brujas.

Unidad 4

Carbonell, Josep María.2012. *El futuro de la comunicación, redes, medios y poder.* Barcelona: UOC.

Carlón, Mario. 2016. *Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y youtube.* Buenos Aires: La Crujía.

Carlón, M. y Scolari, C. (comp.)2009. *El fin de los medios.* Buenos Aires: La Crujía.

Pérez Tornero, J.2000. *Comunicación y educación en la sociedad de la información.* Barcelona*:* Paidós.

Scolari, Carlos. 2008. *Hipermediaciones, Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva.* Barcelona: Gedisa.

Sampedro Blanco, Víctor. 2003. *La pantalla de las identidades*. Barcelona: Icaria.

Bibliografía Complementaria (especificar por unidades temáticas)

Unidad 1

AAVV. 1998. *Mapas nocturnos. Diálogos con la obra de Jesús Martín Barbero*. Santafé de Bogotá: Universidad Central.

Bourdieu, P. 1976. Campo intelectual y proyecto creador. En Poullon, J. y otros (comp.). *Problemas del estructuralismo*. México: Siglo XXI.

Unidad 2

D'Adamo, Orlando y otros. 2000. *Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública*. Buenos Aires: Universidad de Belgrano.

Mattelart, Armand y otro. 1997. *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Pavlik, John.2005. *El periodismo y los nuevos medios de comunicación*. Buenos Aires: Paidós.

Rivière, Margarita.2003. *El malentendido: cómo nos educan los medios de comunicación.* Barcelona: Icaria.

Unidad 3

Horkheimer; M. y Adorno,T. 1988. *Dialéctica del Iluminismo*. Buenos Aires: Sudamericana.

Unidad 4

AA. VV. 1990. *Videoculturas de fin de siglo.* Madrid: Cátedra.

Aumont, Jacques. 1992. *La imagen.* Barcelona: Paidós.

Cardoso, Gustavo.2009. *Los medios de comunicación y la sociedad en red.* Barcelona: UOC.

Cogo, Denise y otros.2008. *Migraciones transnacionales y medios de comunicación.* Madrid: Catarata.

Grijalbo.

García Canclini, N. 1995. *Consumidores y Ciudadanos:conflictos multiculturales de la globalización.* México: Grijalbo.

------ 1990. *Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad.* México: