

COMUNICACIÓN 1

Carreras: Comunicación Social, Periodismo, Publicidad y Relaciones Públicas

PROGRAMA DE LA MATERIA

Fundamentos

Esta cátedra encuentra sus fundamentos en:

- La naturaleza propia de los fenómenos de comunicación, entendidos estos como productos de relaciones significativas, de sujeción e identificación.
- La conformación de una visión teórica necesaria para el desarrollo y afianzamiento de la comunicación como Ciencia y a la vez como una construcción histórica en una representación de la sociedad y el mundo.

Objetivos

- Brindar a los alumnos las herramientas fundamentales para el análisis y comprensión de las distintas visiones teóricas sobre los fenómenos de comunicación.
- Establecer las causalidades epistemológicas para el desarrollo de las distintas teorías.
- Ubicar a las distintas teorías en sus contextos histórico-políticos.
- Oponer las distintas visiones teóricas de acuerdo a sus distintos paradigmas epistemológicos.
- Identificar y aplicar los diversos modelos comunicativos y conceptos teóricos a situaciones de comunicación de la realidad.
- Desarrollar habilidades tendientes a potenciar la articulación de los contenidos de la materia con las prácticas comunicativas de la vida personal y profesional de los alumnos.

Contenidos

El desarrollo de los contenidos de la presente cátedra se realiza a partir de un tránsito que intenta romper con la lógica histórica lineal de desarrollo de las distintas teorías, llevando a un primer plano el debate epistemológico siempre subyacente en el estudio de la comunicación.

Unidad 1

ESTATUTO CIENTÍFICO DE LA COMUNICACIÓN. LA CONSTITUCIÓN DEL CONOCIMIENTO.

El discurso de la cientificidad. Conceptos de Paradigma, Episteme, Matriz Teórico-Social, Teoría. Las Teorías de la Comunicación en la encrucijada del debate epistemológico de las Ciencias Sociales, su dependencia epistemológica. Transdisciplinaridad, multidimensionalidad. La adscripción de las Teorías de la Comunicación a los Paradigmas Científicos.

Verdad, Poder, saber.

Unidad 2

LA INSTRUMENTALIDAD DE LA COMUNICACIÓN

La instrumentalidad de la Comunicación. Comunicación externa al hombre. Los estudios administrativos.

El Estructural Funcionalismo: La importancia del contexto para entender la problemática que ocupa a la teoría. Reconocimiento de la teoría de base a fin de comprender el carácter transdisciplinario de la misma. Abordaje del modelo comunicativo desde la base conceptual de la teoría. El análisis del todo como la suma del análisis de sus partes mensurables. Conceptos de sistema, subsistemas, funciones, disfunciones y sus clasificaciones. Imperativos funcionales. Actividades y funciones de los Medios de Comunicación Masiva.

Teoría crítica de la sociedad: La importancia del contexto para entender la problemática que ocupa a la teoría. Reconocimiento de la teoría de base a fin de comprender el carácter transdisciplinario de la misma. Abordaje del modelo comunicativo desde la base conceptual de la teoría. El debate entre la Teoría Crítica y el Funcionalismo. Industria Cultural y control social. Los

medios como productores de la Industria Cultural. La tecnología como herramienta de la constitución unidimensional de la sociedad.

Teoría de la Dependencia: La importancia del contexto para entender la problemática que ocupa a la teoría. Reconocimiento de la teoría de base a fin de comprender el carácter transdisciplinario de la misma. Abordaje del modelo comunicativo desde la base conceptual de la teoría. Metrópolis y Periferia. Economía mundo, Imperialismo cultural. Postura crítica frente a la utilización de los modelos foráneos para la investigación en América Latina. La dominación comunicacional en la encrucijada de América Latina (NOMIC). El difusionismo acrítico y su dependencia política y epistemológica en América Latina.

Unidad 3

LA COMUNICACIÓN COMO FENÓMENO CULTURAL

Comunicación y cultura: su relación intrínseca. Diferencia entre Comunicación y Medios.

Teoría de los Discursos Sociales: Contexto de desarrollo. Discurso científico vs. Discurso ideológico. Lo ideológico y el poder: dos dimensiones. Lecturas en producción y lecturas en reconocimiento, sus gramáticas. Semiosis Social. La producción de sentido como trabajo social.

Estudios Culturales: La importancia del contexto para entender la problemática que ocupa a la teoría. Reconocimiento de la teoría de base a fin de comprender el carácter transdisciplinario de la misma. Abordaje del modelo comunicativo desde la base conceptual de la teoría. El concepto de hegemonía en la comunicación: los nexos entre las relaciones sociales y las prácticas de sentido. La cultura como producción social de sentido, significado y conciencia. El sentido como tercer término en el análisis de la sociedad.

Teoría de las mediaciones: La importancia del contexto para entender la problemática que ocupa a la teoría. Reconocimiento de la teoría de base a fin de comprender el carácter transdisciplinario de la misma. Abordaje del modelo comunicativo desde la base conceptual de la teoría. Las mediaciones como articulación entre las prácticas comunicacionales y los movimientos sociales. La constitución de los movimientos sociales. La naturaleza comunicativa de la cultura, la construcción de la identidad en América Latina. Hegemonía y lucha por el sentido.

Bibliografía

➤ **Bibliografía obligatoria**

UNIDAD 1

- Cátedra Comunicación I (2022) *Ficha de Cátedra: Módulo 1*. Disponible en www.comunicacionunounlz.com.ar
- Díaz, E. (1997). «La epistemología y lo económico-social: Popper, Kuhn y Lakatos» en *Metodologías de las Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Editorial Biblos.
- Díaz, E. (1997). «La posciencia. El conocimiento científico en postrimerías de la modernidad» en *Metodologías de las Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Editorial Biblos.
- La Rosa, A. (2016). Claves para una comprensión de la comunicación. Artículo.
- Torrico Villanueva, E. (2004) *Abordajes y períodos de la Teoría de la Comunicación*. Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación. Grupo Editorial Norma
- Moragas Spa, Miquel. (2011) «Introducción. Ubicación epistemológica e ideológica de la investigación en comunicación» En *Interpretar la Comunicación*. Estudio sobre medios en América y Europa.

UNIDAD 2

- Beltrán, L. (1994). *Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina*. Barcelona: Ediciones Gustavo Gili Mass Media. 4ta edición.
- Entel, A. (1994). «La investigación en comunicación en los Estados Unidos» En *Teorías de la Comunicación: Cuadros de época y pasiones de sujetos*. Fundación Universidad a distancia Hernandarias.

- Morris, J. y Schulze, R. (1994) « Tendencias de la investigación en el sector de las comunicaciones de masas» En Sociología de la Comunicación de masas I Escuelas y autores. Barcelona: Editorial Gustavo Gili Mass Media. 4ta edición.
- Lazarsfeld, P. y Merton, R. (1982) «Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada» En Sociología de la Comunicación de masas. Editorial GG Mass Media
- Marcuse, H. (1993). «La sociedad unidimensional» «Las nuevas formas de control» En *El hombre unidimensional*. Barcelona: Editorial Planeta.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (2000) *Historia de la teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Saperas Lapiedra, E. (1982). «Comunicación y anticipación utópica. Contribuciones de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt a la Sociología de la Comunicación» En Sociología de la comunicación de masas. Editorial GG Mass Media
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas .Críticas y perspectivas*. Ediciones Paidós Ibérica

UNIDAD 3

- Ford, A. (1995). «Comunicación, cultura y crisis» en *Navegaciones*. Buenos Aires: Amorrortu Editores
- Hall, S. (1979). «Encoding/Decoding. Culture, Media, Language» En *Working papers in Cultural Studies*. Inglaterra: Editoriales London.
- Hall, S. (2000). «Los estudios culturales y sus legados teóricos» En *Crisis y perspectivas de la teoría cultural*. Revista de comunicación Voces y Cultura. Barcelona.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Ediciones Gustavo Gili S.A
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (2000) *Historia de la teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.

- Verón, E. (2004) «Diccionario de lugares no comunes» En Fragmentos de un tejido. Buenos Aires: Gedisa editorial.
- Verón, E. (1996) *Semiosis de lo Ideológico y del Poder*. Buenos Aires: Oficina de publicaciones del CBC.
- Sigal, S y Verón, E. (1988) «Introducción» En *Perón o Muerte* (introducción). Buenos Aires: Hyspamérica Ediciones.
- Wolf, M. (1987) *La investigación de la comunicación de masas .Críticas y perspectivas*. Ediciones Paidós Ibérica

➤ **Bibliografía complementaria**

- Ficha de Cátedra 2: Hegemonía de Antonio Gramsci. Disponible en www.comunicacionunounlz.com.ar
- Foucault, M. (2019) «Verdad y Poder» en *Microfísica del poder*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- O' Sullivan, T., Hartley, J., Saunders, D., Montgomery, M. y Fiske, J. (1997) *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*, Buenos Aires, Amorrortu editores.
- Zecchetto, V. (1999) *Seis Semiólogos en busca del lector*. Buenos Aires, Ediciones Ciccus. La Crujía.

Criterios de acreditación para regularizar la materia

- Lectura y apropiación de la bibliografía.
- Participación activa durante las clases
- Apropiación y manejo de vocabulario específico referente a las distintas teorías de la comunicación.
- Asistencia obligatoria al 80% de las clases teóricas y prácticas (se tomará lista en las dos instancias). Ese porcentaje supone la posibilidad de tener 3 inasistencias y aun así estar en condiciones de regularizar la materia.

- De los dos parciales estipulados, sólo puede recuperarse uno (independientemente de que los recuperatorios estén desdoblados en el Cronograma). Los parciales se aprueban con 4 (o más), nota que representa el 70% del examen realizado correctamente.
- Las faltas a los parciales deberán justificarse para poder acceder a la instancia de recuperatorio correspondiente.
- Trabajos Prácticos grupales: realización de un trabajo práctico por cada teoría trabajada (vemos tres teorías dentro de la visión instrumental y otras tres englobadas en la visión de fenómenos asociados a la cultura), y solamente puede reprobarse 1 (uno) de cada visión. Esto implica que pueden reprobarse dos trabajos en total (sin necesidad de rehacerlos) pero estos no pueden pertenecer a la misma visión (deberán poder aprobar como mínimo dos trabajos por visión trabajada).
- Defensa y aprobación de un trabajo de intensificación de una teoría.

Criterios de acreditación para promocionar la materia

- Lectura y apropiación de la bibliografía.
- Apropiación y manejo de vocabulario específico referente a las distintas teorías de la comunicación.
- Asistencia obligatoria al 80% de las clases teóricas y prácticas (se tomará lista en las dos instancias). Ese porcentaje supone la posibilidad de tener 3 inasistencias y aun así estar en condiciones de regularizar la materia.
- Aprobación de dos exámenes parciales con nota 7 (siete) o más.
- Aprobación de trabajos prácticos grupales con nota 7 (siete) o más.
- Participación activa durante las clases.
- Defensa y aprobación de un trabajo práctico de intensificación de una teoría con nota 7 (siete) o más.

Alumnos en condición libre

En caso de querer presentarse a rendir examen final en condición *libre*, los alumnos deberán consultar las condiciones en la página web de la materia (www.comunicacionunounlz.com.ar) y contactarse con el equipo docente para que se les envíen las consignas correspondientes al **Trabajo Integrador Individual** que tendrán que entregar 2 (dos) semanas antes de la fecha de examen.

Luego de haber aprobado dicho trabajo, podrán presentarse a rendir el examen final en el llamado indicado por la docente responsable, con modalidad de escrito y oral.

Equipo docente

Titular: Lic. Silvia M. Rivas

Jefa de Trabajos Prácticos: Lic. Isabel Karaagobian

Ayudantes de Primera:

- Lic. José R. Suárez
- Lic. Bárbara Compte
- Lic. Luciana Contissa

Ayudante Alumna: Mara Gaitán