

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

1. Título o denominación del curso de posgrado: “Historia de la comunicación social en Córdoba y Argentina”

2. Tipo de curso: Híbrido (presencial en aula y remota)

3. Equipo docente: Miguel A. Haiquel

4. Fundamentación de la propuesta:

En este curso se adopta como delimitación para la *comunicación social* a las prácticas de *comunicación humana* que se hacen de manera pública entre grupos, clases sociales o instituciones que básicamente se diferencia de la *comunicación interpersonal*.

Se abocará a las formas, contenidos, modos y medios particulares con los que se realizó la comunicación a partir de la irrupción de la *primera modernidad* (1860-1950) en la ciudad de Córdoba y el país. A partir de ese momento se seguirán las derivas más importantes que fueron emergiendo y conformando las sociedades de Córdoba y el país, hasta la actualidad, organizado en tres ciclos: 1860-1919; 1920-1959; 1960-2020.

1.- 1860-1919: Durante la segunda mitad del siglo XIX, la expansión del capitalismo europeo, en particular del británico que llevó a diferentes continentes los ferrocarriles y los puertos para buques de mayor calado, trajo a Hispanoamérica medios y formas de comunicación y transporte. Se crearon con fuerte respaldo estatal los ferrocarriles, caminos, correos y telégrafos, servicios de transportes; mejoraron otros medios especializados, al servicio de intereses empresarial (boletines periódicos de precios con listados de mercancías pedidas u ofrecidas, etc.) y dirigidos a la población ilustrada que informaron los actos de gobierno, las noticias internacionales, vehiculizando las disputas políticas partidarias; y, también, se crearon algunas publicaciones periódicas con reclamos sociales y sindicales; algunos, con pretensión de alcanzar un público general, promovieron espectáculos y actividades culturales, difundiendo anuncios comerciales.

2.- 1920-1959: A partir de la primera postguerra se aceleró la declinación británica y europea en el mundo, desplazada y sustituida con la expansión de los EEUU. Con ello, las prácticas comunicacionales, empresariales y políticas adoptaron formatos creados y promovidos por la potencia emergente, insertados e imitados en el país. La cultura burguesa europea tradicional, junto a las sociedades económicamente más avanzadas se masificaron, cedieron ante el embate del cine, las grandes editoriales y otras industrias culturales: prensa periódica comercial y política, radio y después televisión. Cambió el modo de gestión del trabajo asalariado en las empresas, la concepción decimonónica de la sociedad y el Estado (instituciones democráticas, representación política y formación de opinión pública) del modelo liberal, para dar paso al modelo norteamericano. Se crearon la producción y venta masivas, los estudios de mercados y de audiencias, de eficacia publicitaria, de opinión pública, junto a empresas periodísticas,



editoriales, de cine, etc. Con ello, se creó un ámbito de conocimientos específicos, que adquirió estatuto académico después de la Segunda Guerra. La comunicación social se convirtió en disciplina formalizada como otra ciencia social, incorporando a partes de ellas en su propio acervo. Así, cuestiones que se trataban como historia, economía, política, sociología, antropología, psicología social, etc. formaron un campo de estudios de esta nueva disciplina. La formalización académica, sin embargo, dejó habitualmente de lado, algunos aspectos importantes de la actividad social de la comunicación, entendida ésta como vínculo primordial de la vida grupal, constituyente y compartida por las naciones y pueblos.

3.- **1960-2023:** Por último, la digitalización y computarización de las mediaciones comunicacionales en estas décadas, habilitaron otros modos de asociación y de vínculos entre las personas, que permitieron formas de gestión del trabajo, la mediación comercial y el intercambio monetario, con mayor dominio por parte de las grandes empresas y los capitales financieros. Los procesos de gestión digital extendidos junto a las redes telefónicas incorporaron la difusión de la información pública y privada a través de plataformas empresariales, estatales y personales.

El compromiso de los cuerpos y las palabras existentes en los modos anteriores de comunicación social se fueron diluyendo: noticias falsas y ocultamiento de información, actos y declaraciones de gobiernos equívocos respecto a las intenciones enunciadas se generalizaron en los medios masivos tradicionales y copiados en los emergentes.

La comunicación social y el modo en que se establecen los vínculos y relaciones que constituyen la sociedad han modificado las relaciones políticas al interior de los países y entre ellos, en el comercio, los intercambios culturales o deportivos y, al exterior, en la diplomacia y las guerras.

El recorrido por los diferentes modos históricos de comunicación social y los diversos medios, lenguajes y relaciones comunicacionales muestra como se tramaron las sociedades modernas. Resulta atractivo estudiar en las transiciones la génesis de nuevas formas y medios, recuperando continuidades y rupturas, así como las diferencias en los fundamentos formales y materiales de los diferentes los ciclos abordados. Estos fundamentos históricos permitirán sobre las situaciones que emergen como urgencias en la actualidad.

El programa que se presenta invita a recorrer los antecedentes modernos que ponen en perspectiva histórica los cambios actuales y posibilitan abordar cuestiones como el interés del Estado nacional en la constitución de su dominio y representación políticos, a través de medios públicos y privados, y cómo éstos fueron construidos junto a instituciones y empresas asociadas. O, también, cómo el interés de los ciudadanos por conocer sin secretos ni eufemismos los actos de gobierno, saber de la vida de otros sectores sociales y pueblos para reconocer su situación y ser reconocido, abrió espacios propios.

Otro eje posible sería trabajar la información que se pone a circular en la sociedad con fines productivos, comerciales, o políticos, sean estatales, empresariales, partidarios o de grupos, que requirieron las tareas básicas de construir caminos, vías férreas, medios de transporte, de comunicaciones por cable para telégrafos o telefonía y, ahora, de otros cables con servidores para las redes digitales, etc. Estos equipamientos se pagaron con fondos de la sociedad, a través



de maneras distintas de concretarse: por vía directa a cargo de los consumidores o, de manera indirecta con recursos estatales. Todos ellos condicionados por decisiones políticas, que definieron las técnicas adoptadas y los modelos comunicacionales que, en algunos casos, se definieron con regulaciones legales. La inversión para alcanzar una extensión y coberturas amplias, no alcanzó para permitir la disponibilidad real que permita el acceso universal de la población a los mismos. Sin embargo, los recursos invertidos por la sociedad a través del Estado, que los que construyeron las *condiciones generales* necesarias para los diferentes modos comunicacionales fueron plenamente aprovechados por las empresas.

En fin, se propone considerar a la comunicación social como un proceso contradictorio que: por un lado, *posibilita* mejoras en las condiciones de vida a toda la sociedad al hacer posible que se enriquezca la participación política de los ciudadanos, se perfeccione la gestión pública de los recursos comunes, se promuevan diversas culturas, se faciliten formas de organización social democrática; y, por otro, reafirma de manera constante la dominación y subordinación de la población a la apropiación privada de la riqueza social, a la vez que naturaliza formas coercitivas y represivas sobre la misma, habilitando culturalmente formas autoritarias. El resultado es una disputa entre una parte de la sociedad que, por lo general, es ajena al poder para decidir y realizar las formas concretas en que se puede ejecutar la comunicación social, universalizar el acceso a la información y los contenidos culturales, que son derechos sociales y políticos consagrados; y, de la otra, las corporaciones empresarias, poseedoras de grandes riquezas a las que se les habilita poder político, que deciden y hacen contenidos, formas, medios y valores con los que se realiza la comunicación social, con el fin de conservar y ampliar sus privilegios y dominios.

La propuesta del curso es posibilitar reflexiones de este tipo y otras no enunciadas, para que se adoptan y realicen durante el mismo.

5. Objetivos:

Objetivo general:

El curso tiene como objetivo central ofrecer un recorrido sobre los eventos y procesos de la sociedad moderna y contemporánea que hicieron la “Historia de la Comunicación Social en Córdoba y Argentina”; con ello acceder a información, puntos de vista y reflexiones que permita una apropiación de conocimientos específicos a estudiantes avanzados, egresados y profesionales.

Objetivos específicos:

El desarrollo del seminario se orienta a que los participantes logren:

- Reconocer la comunicación social como una práctica realizada en una sociedad determinada y localizada, que la organiza y constituye como totalidad.
- Explorar aspectos epistemológicos, históricos, técnicos, económico-políticos claves que constituyen los diferentes modos de la comunicación social.



- Identificar y analizar aspectos básicos de la comunicación social a través de lecturas, investigaciones, debates y presentaciones, así como en la observación y análisis históricos.

6. Cronograma de cursado y carga horaria:

Las reuniones serán en las fechas programadas.

| Contenido | Fecha y hora | Carga horaria |
|--|---|---|
| Presentación de la propuesta: contenidos, forma de trabajar, criterios de evaluación. Módulo 1: Introducción y antecedentes Trabajo práctico sobre temas del módulo | Martes 12/09: 17-20 hs Jueves: 14/09: 17-20 hs | 3 horas presenciales / virtuales 3 horas presenciales /virtuales |
| Módulo 2: Primera modernidad (1860-1919) Trabajo práctico sobre temas del módulo | Martes 19/09: 17-20 hs Jueves: 21/09: 17-20 hs | 3 horas presenciales / virtuales 3 horas presenciales /virtuales |
| Módulo 3: Segunda Modernidad (1920- 1989) Trabajo práctico sobre temas del módulo | Martes 26/09: 17-20 hs Jueves: 28/09: 17-20 hs | 3 horas presenciales / virtuales 3 horas presenciales /virtuales |
| Módulo 4: Crisis de Modernidad (1990-2020) Trabajo práctico sobre temas del módulo | Martes 3/10: 17-20 hs Jueves: 5/10: 17-20 hs | 3 horas presenciales / virtuales 3 horas presenciales /virtuales |
| Tiempo destinado a la elaboración del trabajo final, con consultas opcionales: 10 horas. Entrega del trabajo final jueves 30 de noviembre. | Martes 19 y jueves 26 de octubre. 16-19 hs | 6 horas, con consultas opcionales |
| Total | | 30 horas |

7. Ejes temáticos y/o contenidos conceptuales a desarrollar:

Dinámica de trabajo: para apoyar la producción de conocimientos sobre comunicación social se analizarán los discursos, acciones y tareas realizadas en instituciones públicas y privadas dedicadas a esta actividad, así como la lectura de los textos recomendados, que serán integrados a las reflexiones propias de los participantes.

Los trabajos prácticos se podrán realizar en grupo de hasta tres integrantes y se revisan durante la siguiente sesión de los días jueves.

Módulo 1: Introducción y antecedentes

Contenidos: Los correos del Inca y de la Corona Española. Caminos y transportes en la Córdoba del Virreinato. Edificaciones como medios de expansión de la comunicación: caminos,



anfiteatros, centros ceremoniales. Reflexiones sobre los dos modelos de sociedades y estados imperiales con sus formas y funciones de los correos respectivos.

Ejercicio: En base al artículo “La comunicación social” de José Luis Piñuel Raigada, discuta los conceptos claves del mismo. Utilice para ampliar y contraponer otras lecturas a su elección, si lo cree conveniente. Redactar entre tres y cinco páginas con los argumentos, discusión y conclusiones.

Módulo 2: Medios de comunicación de la primera modernidad (1860-1919)

Contenidos: Ferrocarriles que tienden a reemplazar las carretas y diligencias, cuando la comunicación era transporte. Correo Nacional organizado con transporte ferroviario. El telégrafo y la comunicación eléctrica con cable y código Morse. El teléfono: voces a través de cables y centrales manuales para orientar el tráfico de diálogos. La prensa gráfica de partidos políticos y sindicatos, en talleres artesanales. Teatros y carreras de caballos como espectáculo popular, medios de entretenimiento y difusión cultural. La primera producción de una película.

Ejercicio: Investigar en archivos (Centro de Documentación del Cispre, Páginas Web, trabajos presentados en Congresos, Documentos en las bibliotecas de la UNC, etc.) la historia singular de alguno de los modos mencionados, ampliando la información provista, en relación al impacto social del mismo en la población cordobesa y del país. Explicar el modo en que se realizó la comunicación social con esa mediación.

Reflexionar sobre los factores que incidieron para la existencia del medio y su ciclo vital.

Módulo 3: Segunda Modernidad (1946-1989)

Contenidos: La gran industria automotriz y las bienales de arte; consumo masivo de productos y modos de vida. Distribución masiva de películas en salas de cine. La radio como dispositivo técnico y como medio masivo de comunicación. La televisión en blanco negro: un nuevo integrante del hogar, las productoras de contenidos. Publicidad comercial y política a través de los diferentes medios. Las primeras agencias publicitarias. El público que convocan y los temas más seguidos. Las noticias de las guerras y el modelo de EEUU. Digitalización de medios y creación de grandes empresas: periódicos, revistas, radio y televisión a color. Publicidad comercial y política. Producción de películas en Córdoba.

Ejercicio: Indagar en el archivos particular de alguno de los medios la historia y modos de comunicación, que organizo para ampliar la información mencionada en el aula, y considerar la influencia en la población cordobesa. Analizar los vínculos que se establecieron con el medio elegido, así como los dispositivos técnicos y retóricos que participaron en las mediaciones comunicacionales.

Módulo 4: Modernidad agotada. Principio y fin de la Postmodernidad (1990-2020)

Contenido: La expansión de los dispositivos digitales, el uso de internet y la web. Cambios en la gestión y producción de los medios masivos, así como en la propiedad y los lenguajes. El teléfono



móvil y los dispositivos “inteligentes”. La infraestructura que soporta y administra las redes telefónicas, los accesos a la web, las plataformas digitales.

La cultura de la web una semiósfera ajena que aparece como propia. Apropiación privada de los medios y lenguajes por parte de las empresas proveedoras de los dispositivos, los programas y la conectividad. Las empresas de plataformas: una síntesis de la gestión de comunicación digital; los canales por donde fluyen las interconexiones; los efectos en la comunicación social.

Ejercicio: Se puede optar por alguno de estos dos.

- 1) A partir de los trabajos elaborado en el seminario, se propone discutir sugerir y corregir el artículo de Wikipedia “Medios de comunicación de la Ciudad de Córdoba (Argentina)” [https://es.wikipedia.org/wiki/Medios_de_comunicaci%C3%B3n_de_la_Ciudad_de_C%C3%B3rdoba_\(Argentina\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Medios_de_comunicaci%C3%B3n_de_la_Ciudad_de_C%C3%B3rdoba_(Argentina))
- 2) Escoger algún medio particular que esté digitalizado y analizar las características que presenta en: la producción y distribución de contenidos, el consumo de sus productos por parte del público, el modo en que obtiene ingresos económicos. A partir de ahí, indagar sobre las diferentes mediaciones con las que construye sus relaciones sociales y comunicacionales.

8. Fecha estimativa de dictado:

Durante los meses de septiembre y octubre.

9. Público destinatario:

Está orientado a egresados de carreras de grado, tecnicaturas universitarias, así como a estudiantes del ciclo superior del campo de la comunicación o con afinidad a los temas tratados.

10. Sistema de evaluación:

Asistencia mínima: 80 por ciento de las sesiones.

En cada módulo se realizará una evaluación parcial consistente en un trabajo práctico que contemple una observación y análisis de una forma comunicacional que caracterice el momento estudiado, complementada con información bibliográfica correspondiente, que se puede realizar en grupo de hasta tres personas.

Al terminar el curso, los participantes deberán presentar un trabajo final integrador individual, en un plazo que no supere los 30 días.

11. Condiciones de admisión de los cursantes. Incluir referencia sobre perfil de los destinatarios del curso (disciplinas, carreras, etc.).

Los aspirantes deberán presentar la certificación que acredite los estudios realizados y una nota en la que expresen los motivos de su interés en el curso.

Serán admitidos los y las egresados/as de carreras de grado y tecnicaturas que tengan vínculos con la comunicación social y/o su historia. Excepcionalmente, cuando los interesados/as hayan cursado carreras de 3 años, la Secretaría de Posgrado evaluará la posibilidad de que cursen SIN EVALUACIÓN.



12. Bibliografía básica y complementaria:

Módulo 1: Introducción y antecedentes

Haiquel, M. (2021), "Capítulo 2, Tercera Parte", inédito, no incluido en la tesis doctoral *Urbanización de Córdoba 1927-1984*, partes referidas a los caminos y correos del Incanato y del Virreinato del Río del Plata. Material provisto por el docente.

Construcciones prehispánicas:

Fernández, M. y Martedí, E. (1998), "Tiawanaku del Titikaka", Revista *ANTI*, Año I, N°1, disponible en:

https://www.equiponaya.com.ar/mundos_andinos/htm/articulos/maria_victoria_fernandez_eduardo_marted_i.htm

Varsavsky, J. (2023), "Un andar originario que nunca se detuvo - El camino ancestral andino Qhapaq Ñan y su puesta en valor", *Página12*, artículo y video recuperados de:

<https://www.pagina12.com.ar/544914-un-andar-originario-que-nunca-se-detuvo>

Pérez Valery, J. (s.f.), Video "El fin del Imperio Inca" *BBC Mundo*, disponible en:

https://www.youtube.com/watch?v=nHDD_JbvK_c

Piñuel Raigada, J. L. (1992), "La comunicación social", revista *Telos* N° 37, disponible en:

<https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero037/>

Módulo 2: Medios de comunicación de la primera modernidad (1860-1945)

Agencia Córdoba Cultura (2020), "La decisión que dio origen a la prensa escrita en Córdoba", publicado como espacio pago en *La Voz del Interior*, el **lunes, 23 de marzo de 2020**, disponible en:

<https://www.lavoz.com.ar/espacio-de-marca/decision-que-dio-origen-a-prensa-escrita-en-cordoba/>

Brunetti, P. (s/f), "Las formas de las noticias: de la carreta al telégrafo", *Revista ALAIC*, (pp. 114-123), disponible en: <http://revista.pubalaic.org/alaic/article>

Castelfranco, D. (2016), "La prensa católica como fuente para una historia intelectual del catolicismo argentino del siglo XIX: un estudio de caso", *Revista Electrónica de Fuentes y Archivos*, Centro de Estudios Históricos "Prof. Carlos S. A. Segreti", Córdoba (Argentina), año 7, número 7, pp. 17-40, disponible en: <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/7777/2/prensa-catolica-historia-intelectual.pdf>

Jowett, G. (1981), "Cap. 3. Imágenes de largo alcance", en *Historia de la comunicación*, Vol. 2 *De la imprenta a nuestros días*, Ed. Bosch, Barcelona.

Pianetto, O. e Iparraguirre, H. (2022), "La organización de la clase obrera en Córdoba 1871-1895", en *Cuadernos de Historia*. Serie economía y sociedad (pp. 209-271), Disponible en:

<https://revistas.unc.edu.ar/index.php/cuadernosdehistoriaeys/article/view/36915>

Reggini, H. (1996), "Parte I: Los tiempos del telégrafo", *Los caminos de la palabra, las telecomunicaciones de Morse a Internet*. (pp. 9-92) Ed. Galápagos. Libro digitalizado disponible en:

<https://archive.org/details/LOSCAMINOSDELAPALABRALasTelecomunicacionesDeMorseAInternet>

Módulo 3: Segunda Modernidad (1946 a 1989)

Duran, Y. y Staszyn V. (2009), *Palabra de Diario*. Testimonios de la prensa gráfica Córdoba 1960-2009. Ed. Comunicarte, Córdoba.

de Sola Pool, I. (1981), "Cap. 2. Discursos y sonidos de largo alcance", en *Historia de la comunicación*, Vol. 2 *De la imprenta a nuestros días*, Ed. Bosch, Barcelona.

Reggini, H. (1996), "Parte I: Los tiempos del telégrafo", *Los caminos de la palabra, las telecomunicaciones de Morse a Internet*. (pp. 93-128) Ed. Galápagos. Libro digitalizado disponible en:

<https://archive.org/details/LOSCAMINOSDELAPALABRALasTelecomunicacionesDeMorseAInternet>



Módulo 4: Modernidad en crisis y cultura posmoderna (1990-2020)

Radetich, Natalia (2022), *capitalismo. La uberización del trabajo*, Siglo XXI, México.

Reggini, H. (1996), "Parte I: Los tiempos del telégrafo", *Los caminos de la palabra, las telecomunicaciones de Morse a Internet*. (pp. 129-200) Ed. Galápagos. Libro digitalizado disponible en:

<https://archive.org/details/LOSCAMINOSDELAPALABRALasTelecomunicacionesDeMorseAInternet>

Zuazo N. (2018), *Los dueños de internet. Cómo nos dominan los gigantes de la tecnología y qué hacer para cambiarlo*, Ed. Debate, Argentina.

Williams, R. (1981), "Cap. 4. Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales", en *Historia de la comunicación*, Vol. 2 *De la imprenta a nuestros días*, Ed. Bosch, Barcelona.

