

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CORDOBA.  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.  
DOCTORADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL.  
**TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN.**  
**Problematizaciones de lo contemporáneo.**

DR. VICTOR LENARDUZZI

AÑO: 2024



Paolo Cirio, *Obscurity*, 2016

1

## I-PRESENTACION.

Este curso se propone abordar diferentes perspectivas y teorías sobre los procesos de comunicación en las sociedades contemporáneas. Aún cuando algunas de las mismas quizá no puedan ser tratadas estrictamente como “teorías de la comunicación”, debido a que exceden esta problemática y se trata de teorías de la sociedad y la cultura, resultan fundamentales para comprender y reconstruir algunas de las principales reflexiones sobre el tema. Si bien contamos con unas tradiciones teóricas, a las que no podemos renunciar del todo, a su vez, tenemos redefiniciones recientes de los escenarios comunicacionales, que desafían a esas tradiciones.<sup>1</sup>

En ese marco buscamos recorrer planteos con el objeto de pensar la experiencia actual. Para ello se ha delimitado un conjunto de problemas y textos significativos que abordan tópicos centrales del diverso espectro de temas que incluye la investigación en comunicación. En esta oportunidad, vamos a contar con 4 unidades que se desarrollarán en los encuentros previstos.

---

<sup>1</sup> Como punto de partida, se sugiere para quienes no provienen de una formación de base en comunicación, la lectura de los siguientes textos (o su relectura en caso de conocerlos), antes del inicio del curso:

--KATZ, E. y LAZARFELD, P. (1979). **La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas.** Editorial Hispano Europea.(selección)

-BENJAMIN, W. (1989), **Discursos interrumpidos I**, Taurus. (“La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”).

-HORKHEIMER M. y ADORNO, T. (1971), **Dialéctica del Iluminismo**, Sur. (“La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas”).

-MCLUHAN, M. (1996), **Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano**, Paidós. (“1.El medio es el mensaje”).

-HALL, S. (1993), “Codificar/Decodificar”, en A. Entel, **Teorías de la comunicación. Cuadros de época y pasiones de sujetos**, Hernandarias.

## II-OBJETIVOS.

El curso se propone los siguientes objetivos

- promover la apropiación y uso crítico de las diferentes perspectivas teóricas.
- profundizar en el conocimiento de corrientes teóricas del campo desde nuevos lugares de abordaje.
- hacer visible la relación (no siempre armónica) que existe entre teorías, métodos y objetos.
- favorecer el contacto de los estudiantes con textos de calidad y densidad teórica (teniendo en cuenta que se hace una selección).
- privilegiar el abordaje interdisciplinario de los fenómenos comunicacionales
- enfaticar la idea de que el lenguaje, el arte, los géneros, etc. no pueden estudiarse prescindiendo de las condiciones históricas.

## III-CONTENIDOS.

### **UNIDAD 1. DE LA INDUSTRIA CULTURAL AL ENJAMBRE DIGITAL.**

De la cultura industrial a la era digital. El pensamiento crítico y los debates sobre el impacto del neoliberalismo en las sociedades contemporáneas. Las formas de vida configuradas por la información y la tecnología. De las sociedades disciplinarias a las sociedades de control. Silicon Valley, el tecnoliberalismo y la nueva colonización del mundo. Big Data y algoritmización de la existencia. La idea de la humanidad deficitaria asistida por la técnica y el entrelazamiento de lo biológico y lo maquínico. Comunicación, libertad y deseo: los nuevos espacios para la dominación. El rol de la industria cultural (Horkheimer y Adorno) en el entrenamiento del cognitariado. ¿Neoliberalismo o semiocapitalismo? Internet, plataformas, redes y reconversión de los medios de comunicación tradicionales. Espacio público expandido, insurrección y acción conectiva. La mutación conectiva: conexión, conjunción y “efecto enjambre”. Automatismos y vida social: debates y mitos en torno a la Inteligencia Artificial.

#### Lecturas básicas.

- LASH, S. (2005), **Crítica de la información**, Amorrortu, Buenos Aires. (“2. Formas tecnológicas de vida”).
- SADIN, E., **La silicolonización del mundo. La irresistible expansión del liberalismo digital**, Caja negra, Buenos Aires, 2018. (“Introducción” y Parte 02. Silicon Valley: una “visión de mundo”)
- BERARDI, Franco (2017). **Fenomenología del fin. Sensibilidad y mutación conectiva**. Caja Negra. (“Prólogo: ¿El fin de qué?”, “Introducción: Concatenación, conjunción y conexión” y 6. “El efecto enjambre”).
- CRAWFORD, Kate (2022), **Atlas de la inteligencia artificial. Poder, política y costos planetarios**. Fondo de Cultura Económica. (“Introducción” y “III. Los datos”)
- REGUILLO, R. (2017), **Paisajes insurrectos. Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio**, NED. (“Paisaje III. Superficies de inscripción digital. Decodificar las expresiones del malestar contemporáneo”)

#### Lecturas sugeridas.

- COSTA, F. (2021), **Tecnoceno. Algoritmos, biohackers y nuevas formas de vida**, Buenos Aires: Taurus. (“Formas de vida infotecnológicas”).
- CRARY, Jonathan (2015), **24/7. El capitalismo tardío y el fin del sueño**. Paidós. (Cap. 3)
- LIPOVETSKY, G. y SERROY, J. (2015), **La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico**, Anagrama, Barcelona. (“Introducción”)

### **UNIDAD 2- MEDIATIZACIÓN/CONECTIVIDAD/VIRTUALIZACIÓN.**

De la interacción cara a cara a la socialidad mediada por dispositivos técnicos. Mediación/mediatización/lógica mediática. El concepto de sociedad red y las redefiniciones del poder. La pregunta por las formas de construcción de contrapoder. Cibercultura y “virtualidad”: lo real/ lo virtual/ lo actual. Revisitar algunas nociones básicas: ¿Qué es un medio? Aparato, instrumento, dispositivo, ambiente. Los viejos y los nuevos medios: ¿Qué sería lo “nuevo” de los nuevos medios? Reconceptualizaciones de la comunicación en marco de la digitalización: “autocomunicación de masas” (Castells), “comunicación digital interactiva” (Scolari). Los medios conectivos y la superposición entre socialidad y conectividad. Las plataformas como infraestructuras y ensamblajes tecnoculturales.

### Lecturas básicas.

- HJARVARD, S. (2016). "Mediatización: la lógica mediática de las dinámicas cambiantes de la interacción social". En **La trama de la comunicación**, Vol. 20, Nro. 1, Rosario: UNR.
- LEVY, P. (1999), **¿Qué es lo virtual?**, Paidós, Barcelona. (1. "¿Qué es la virtualización?").
- CASTELLS, Manuel (2009). **Comunicación y poder**. Alianza. (1. "El poder en la sociedad red")
- SRNICEK, N. (2018), **Capitalismo de plataformas**. Caja Negra: Buenos Aires. ("2.Capitalismo de plataformas").
- VAN DIJCK, José (2016). **La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales**. Siglo XXI. ("La producción de la socialidad en el marco de la cultura de la conectividad")

### Lecturas sugeridas.

- GAGNON, J. (2011), "Dispositivo, instrumento, aparato: un ensayo de definiciones", en **Artnodes. Revista de Arte, Ciencia y Tecnología**, Universitat Oberta de Catalunya (disponible en <http://artnodes.uoc.edu>)
- FERNANDEZ, J. (2021), **Vidas mediáticas. Entre lo masivo y lo individual**. La Crujía. Buenos Aires. ("Parte V. Trabas en el enfoque de las transformaciones mediáticas".)
- SCOLARI, C. (2008). **Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva**, Barcelona: Gedisa. ("Cap.2.De los nuevos medios a las hipermediaciones").

## **UNIDAD 3. LA OBRA DE ARTE EN LA ERA DE LA REPRODUCTIBILIDAD DIGITAL.**

El desdibujamiento de la oposición modernista arte/cultura de masas. Aproximaciones al problema del "arte contemporáneo". El museo como medio de masas y los cambios de la sensibilidad. DJ, música electrónica y cultura del remix como modelos artísticos: la postproducción como estrategia del uso y el reciclado. La obra de arte en la era de Internet: poéticas en torno a la localización, la interactividad, la movilidad, la identidad, la vigilancia, la virtualización, etc. La "reproductibilidad digital" y el quiebre entre modernidad y contemporaneidad. De la recepción masiva a la producción "artística" de las masas. Entre el net.art y el arte post-internet. Arte e información: ¿de la obra de arte a la documentación sobre arte? Repensar el aura en la era digital: ¿originalidad de la copia e inaccesibilidad del original? Cultura algorítmica, creatividad e Inteligencia Artificial. Visión no mediada emocionalmente y activismos del devenir irreconocible.

3

### Lecturas básicas.

- SMITH, T. (2012), **¿Qué es el arte contemporáneo?**, Siglo XXI, Buenos Aires. ("El arte contemporáneo por dentro. Introducción").
- BOURRIAUD, N: (2007), **Postproducción**, Adriana Hidalgo, Buenos Aires. ("Introducción" y II.1 "Los años '80 y el nacimiento de la cultura DJ: hacia un comunismo de las formas").
- BAIGORRI, L. (2020), "Del *video art* al *net.art*: Arte y comunicación en la era de la mitificación tecnológica", en F. Fernández Giordano (ed.), **Ciborgs, zombies y quimeras. La ciberculturas y las cibervanguardias**, Holobionte, Barcelona.
- GROYS, B. (2016), "Modernidad y contemporaneidad: reproducción mecánica vs. Digital" y "1"El arte en Internet", en **Arte en flujo. Ensayos sobre la evanescencia del presente**, Caja Negra, Buenos Aires.
- PRADA, Juan (2023), **Teoría del arte y cultura digital**, Akal. (Capítulo 3. "Prácticas artísticas, algoritmos e inteligencia artificial").

### Lecturas sugeridas.

- BAUDRILLARD, J. (1997), **La transparencia del mal**, Anagrama, Barcelona ("Después de la orgía", "Transectética" y "Transexual").
- PRADA, J. (2015), **Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales**, Akal, Madrid. ("12.Relaciones entre redes digitales y espacio físico").
- HERTZ, G. y PARIKKA, J. (2021), "Medios zombies. Curvando el circuito de la arqueología de los medios, o hacia una metodología artística", en J. Parikka, **Una geología de los medios**, Caja Negra, Buenos Aires.

## **UNIDAD 4. SUBJETIVIDAD/EMOCIONALIDAD/DISEÑO DE SÍ.**

Modos de existencia online: perfiles y multiplicación virtual de la identidad. La imagen pública y la obligación del “diseño de sí” en las redes. El “yo” proyectado en la pantalla y la espectacularización. Relaciones del cuerpo simbólico y mediatizado con el cuerpo privado e íntimo. Deseo, algoritmos y resortes de la subjetividad. El impulso narcisista de control de la imagen propia: autoestetización y devenir ready-made. Devenir artista: diseño total y disolución de la posición contemplativa. Sujeto digital y *self making* en el contexto de la mediatización profunda. Figuraciones, repertorios mediáticos y monitoreo social rutinizado. *Emodities*: codificación y mercantilización de las emociones. Expresión de las emociones y cuantificación de las reacciones. La muerte y las redes sociales: los espectros digitales. Vivir después de la muerte: la inmortalidad técnica.

### Lecturas básicas.

- DE BIASI, Pierre-Marc. (2021). **El tercer cerebro. Pequeña fenomenología del smartphone**, Ampersand. (selección)
- GROYS, Boris. (2023). **Devenir obra de arte**. Caja Negra. (ca. 1, 2, 7 y 10)
- SISTO, Davide (2022). **Posteridades digitales. Inmortalidad, memoria y luto en la era de Internet**. Katz. (“Introducción”)
- HEPP, Andreas (2020). **Deep Mediatization**. Routledge. (Cap. 6. “The individual in times of deep mediatization”)
- ILLOUZ, Eva (2019). **Capitalismo, consumo y autenticidad**. Katz. (“Introducción: emodities o la invención de los commodities emocionales”).

### Lecturas sugeridas.

- GROYS, Boris (2014). “La obligación del diseño de sí”. En **Volverse público. Las transformaciones del arte en el ágora contemporánea**. Caja Negra.
- RODRÍGUEZ, P. (2019). **Las palabras en las cosas. Saber, poder y subjetivación entre algoritmos y biomoléculas**. Buenos Aires: Cactus. (“Capítulo 11. De lo individual”).
- LIPOVETSZKY, G. (2020). **Gustar y emocionar. Ensayo sobre las sociedades de la seducción**. Anagrama. (VII. “El capitalismo de seducción”).

## **IV-MODALIDAD DE DICTADO Y EVALUACION.**

El dictado del curso se realizará utilizando el campus de la universidad y plataforma de videoconferencia. Se organizarán 4 encuentros de 3 horas cada uno (12 horas) y una serie de actividades asincrónicas como foros, intercambios, etc. (8 horas), que permiten completar el total de 20 horas.

La propuesta para la evaluación consiste en la escritura de un trabajo monográfico y tratándose de un curso de doctorado, se sugiere vincularlo con el área temática del tema de tesis que se haya delimitado, con el fin de contribuir a profundizarlo o precisarlo. En este marco, dado que es un curso de Teorías de la Comunicación, la consigna es –a partir de las lecturas vistas en el curso- poder formular una parte del marco teórico o el estado del arte del trabajo de investigación final, por ejemplo, discutiendo algún concepto clave y sus usos, alcances, límites, etc. Se espera una lectura de precisión y claramente centrada en lo conceptual. El trabajo -que no es otra cosa que un ejercicio de escritura de la lectura que se hace de los materiales pero pensada en función de un tema y una preguntas propias - debe tener una extensión de entre 2 y 3 páginas en interlineado simple en cuerpo 12 Times New Roman y será entregado dentro de los plazos estipulados por el reglamento del doctorado.



Dr. Victor Lenarduzzi