

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN I:

CICLO LECTIVO 2024

- a) Año en el que se ubica en el Plan '93: **SEGUNDO AÑO**
- b) Cuatrimestre al cual pertenece la asignatura: **SEGUNDO CUATRIMESTRE**
- c) Ciclo al que pertenece la asignatura (Ciclo Básico/Ciclo Superior):
CICLO BÁSICO

Orientación/es

- Investigación
- Institucional
- Gráfica
- Audiovisual
- Radiofónica

- d) **Equipo de Cátedra:** Mencionar a **todos los docentes integrantes** de la Cátedra



- **Apellido y Nombre: Ortiz Claudia Isabel**
- **Cargo: Profesora Adjunta**
- **Dedicación: Semi dedicada**
- **Titulación (Dr. - Mgtr. - Esp. - Lic. - etc.): Mgtr.**

- **Apellido y Nombre: Marilyn Alaniz**
- **Cargo: Profesora Adjunta**
- **Dedicación: Semi dedicada**
- **Titulación (Dr. - Mgtr. - Esp. - Lic. - etc.): Dra.**

- **Apellido y Nombre: Cecilia Sozzi**
- **Cargo: Asistente**
- **Dedicación: Semi dedicada**
- **Titulación (Dr. - Mgtr. - Esp. - Lic. - etc.): Lic.**

- **Apellido y Nombre: César Rogelio Zuccarino**
- **Cargo: Asistente**
- **Dedicación: Semi dedicado**
- **Titulación (Dr. - Mgtr. - Esp. - Lic. - etc.): Mgtr.**

- **Apellido y Nombre: Maisa Jobani**
- **Cargo: Asistente**
- **Dedicación: Simple**
- **Titulación (Dr. - Mgtr. - Esp. - Lic. - etc.): Dra.**



- **Apellido y Nombre: Marta Daniela Gurvich**
- **Cargo: Asistente**
- **Dedicación: Simple**
- **Titulación (Dr. - Mgtr. - Esp. - Lic. - etc.): Mgtr.**

e) Objetivos de aprendizaje:

Al final el cursado de esta asignatura se espera que las y los estudiantes sean capaces de:

Objetivo General:

Analizar las tradiciones clásicas de los estudios de la comunicación masiva, sus alcances y sus limitaciones, teniendo en cuenta el contexto de las transformaciones tecnológicas contemporáneas.

Objetivos Específicos:

Identificar los procesos históricos, sociales, políticos y económicos que han configurado la cultura y la comunicación en la sociedad de masas a partir de la primera mitad del Siglo XX hasta los procesos de digitalización emergentes en el Siglo XXI.

Reconocer los abordajes teóricos y metodológicos con respecto a los medios y las tecnologías de la información que aportaron las tradiciones surgidas en Estados Unidos y Alemania, así como su recepción en los estudios en América Latina.

Comprender la importancia del conocimiento científico sobre la realidad comunicativa contemporánea a través del análisis de los objetos de estudio que la problematizan.

Reflexionar sobre los cambios que promueven los medios de información en la transformación de espacio público y en especial, sobre las consecuencias



políticas, sociales, culturales, económicas que ha producido la digitalización de la sociedad en la actualidad.

Aplicar el análisis de los componentes teóricos y metodológicos abordados en la asignatura a situaciones-problemas y/o casos de la realidad comunicativa de actualidad local, nacional, regional o global.

Organizar las tareas de aprendizaje de manera autónoma acorde a los criterios establecidos por el equipo docente y respetar los compromisos asumidos en las instancias de trabajo grupal.

Comunicar de manera pertinente, oral o escrita, conocimientos, argumentos sobre el análisis de las situaciones-problema y/o casos, utilizando diversas estrategias comunicativas.

f) Unidades y contenidos:

Módulo I: El objeto de estudio de las teorías clásicas de la comunicación

Medios de comunicación y cultura de masas: primeras problematizaciones. Las transformaciones tecnológicas de los Siglos XX y XXI. El concepto de masa: orígenes y perspectivas de abordaje. La comunicación como disciplina científica. El campo de estudio de las teorías de la comunicación clásicas en Estados Unidos y Alemania: autores relevantes, aspectos históricos, distinciones paradigmáticas y metodológicas. Modelos de la comunicación y la información. Panorama general de la recepción de las corrientes clásicas de la investigación en comunicación masiva en América Latina.

Módulo II: Enfoques teóricos sobre los y efectos y funciones de los medios

Mass Communication Research. (1920-1970). Periodización de los estudios sobre los efectos de los *media*. Efectos fuertes: la hipótesis de la aguja hipodérmica. La propaganda en el contexto de las guerras mundiales. Efectos limitados: el papel de los líderes de opinión. Efectos a largo plazo y la noción de Opinión pública. Perspectiva sistémica de los efectos de los *media*. La sociología funcionalista y el



análisis de los *media*. Concepto y clasificación de las funciones y disfunciones de los *media*. Vigencia y crítica a las hipótesis de efectos y funciones de los *media* frente a las transformaciones digitales.

Módulo III: Modernidad, arte y técnica

Comunicación y modernidad: La perspectiva crítica de la Escuela de Frankfurt. Fundamentos filosóficos de la “primera generación”. Cultura de masas e industria cultural. La lógica de la industria cultural: sus características. El arte y las consecuencias de su reproductibilidad técnica. La industria cultural en la sociedad digital.

Módulo IV: De la masificación de los medios a la sociedad digital

Espacio público y comunicación mediática: las relaciones entre medios, poder y cultura. Interpelaciones a los modelos clásicos a partir de las transformaciones emergentes en la sociedad digital: poder, control, participación política, digitalización. La racionalidad digital.

g) Bibliografía básica y complementaria para cada unidad:

Módulo I

Bibliografía Obligatoria

Barranquero Carretero, A., Arcila Calderón, C., y Arroyave Cabrera, J. (2018). *Manual de teoría de la comunicación II: Pensamientos latinoamericanos* (Vol. 2). Universidad del Norte. Pp.15-25.

Igartua Perosanz, J. J. y Humanes, M.L. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis, DL 2004. Cap.I pp.23-40; Cap.IV pp. 105-111.

Muñoz, B. (2005). *Cultura y comunicación: introducción a las teorías contemporáneas* (Vol. 291). Editorial Fundamentos. Pp. 13-32.

Bibliografía Complementaria



Alsina, R.M. (2001). Teorías de la Comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas. (Vol. 11). Barcelona: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona. Pp.17-62.

Karam, T., y Cañizález, A. (2010). Veinte formas de nombrar a los medios masivos. Introducción a enfoques, modelos y teorías de comunicación social. *Colección de textos de la comunicación, Venezuela*. http://www.saber.ula.ve/bitstream/handle/123456789/31682/veinte_formas.pdf. Pp. Pp. 81-107.

McQuail, D. (2000). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. 3era Edición revisada y ampliada. Barcelona: Paidós. Pp 27-43; pp. 71-78

Módulo II

Bibliografía Obligatoria

Cavia, G.; Toledo, C. y Sujatovich, L. (2022). Líderes o líderes de opinión en digital. En *Política y Comunicación* (Nº1) eO14, Epocalipsis. FPyCS, Universidad Nacional de La Plata. Pp.2-12. <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/politicaycomunicacion>

De Fleur, M.L. y Ball-Rokeach, S. (1993). Teorías de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós. Pp. 310-338.

Igartua Perosanz, J. J. y Humanes, M.L. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. Madrid: Síntesis, DL 2004. Cap.IV, pp.111-120; Cap.8, pp. 201-222.

Mc Combs, M. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo, en Bryant, J y Zillmann, D. (comps.), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, Barcelona: Paidós. Pp. 13-34.

Bibliografía Complementaria

Demirdjian, L. A. (2011). Una mirada a los clásicos. La Escuela de Columbia, los efectos de los medios y su impacto en los actuales estudios de opinión. *Comunicación y sociedad*, (16), 185-200. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-252X2011000200008&lng=es&tlng=es.



Schmucler, H. (1992). Sobre los efectos de la comunicación. En *Sociedad. Revista de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires*, nº 1.

Módulo III

Bibliografía Obligatoria

Carrasco-Campos, Á. (2021). La Escuela de Frankfurt y la investigación crítica de la comunicación y la cultura. En F. Sierra (ed.), *Economía Política de la Comunicación. Teoría y Metodología* (pp. 67-94). Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
https://www.researchgate.net/publication/376758861_La_Escuela_de_Frankfurt_y_la_investigacion_critica_de_la_comunicacion_y_de_la_cultura

Benjamin, W. (2015). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica. En Tomás Vera Barros (comp.) *Estética de la imagen*. Buenos Aires: La Marca. Pp.25-77

Horkheimer, M. y Adorno, T. (1998). Prólogo y La Industria Cultural. Ilustración como engaño de masas, en *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Valladolid: Trotta. Pp. 51-58; pp.165-212.

Bibliografía Complementaria

Maiso, J. (2018). Industria cultural: génesis y actualidad de un concepto crítico. *Escritura e imagen*, 14, 133. https://www.researchgate.net/profile/Jordi-Maiso/publication/329718654_Industria_cultural_genesis_y_actualidad_de_un_concepto_critico_Escritura_e_Imagen/links/5c1824634585157ac1ca0a82/Industria-cultural-genesis-y-actualidad-de-un-concepto-critico-Escritura-e-Imagen.pdf

Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997). Industria cultural, ideología y poder. En *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós. Pp. 52-59.

Módulo IV

Bibliografía Obligatoria

Caletti, S. (2007). Repensar el espacio de lo público. Un esbozo histórico para situar las relaciones entre medios, política y cultura. In *Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación* (Vol. 123, pp. 195-252).



Han, Byung-Chul (2022). *Infocracia. La digitalización y la crisis de la democracia*. Madrid: Taurus.

Rendueles, C. y Sádaba, I. (2019). Digitalización y cambio social. De las expectativas apocalípticas a la tecnopolítica del presente. DOI: <https://doi.org/10.5209/crla.66041>

Bibliografía Complementaria

Wolton, D. (2007). *Pensar la comunicación*. Prometeo Libros Editorial.

Polo Roca, A. (2020). Sociedad de la Información, Sociedad Digital, Sociedad de Control. *Inguruak. Revista Vasca De Sociología Y Ciencia Política*, (68). <https://doi.org/10.18543/inguruak-68-2020-art05>

h) Condición académica de los alumnos:

De acuerdo al Régimen de Enseñanza y cursado para la Licenciatura en Comunicación Social vigente, se considera:

Regular:

Deben estar inscriptes en la asignatura mediante sistema guaraní. Deben aprobar con un mínimo de 4 (cuatro) el examen parcial. Se establece una instancia de recuperación.

Deben tener el 70% de asistencia a las clases prácticas.

Deben aprobar con un mínimo de 4 (cuatro) el práctico evaluable integrador. Se establece una instancia de recuperación.

Las notas parciales y prácticos no se promedian para lograr la condición final.

La regularidad tendrá validez por el término de 3 (años) más un turno y rendirán con el programa desarrollado durante el año de su cursada.

Promocional



Deben estar inscriptes en la asignatura mediante sistema guaraní. Deben aprobar con un mínimo de 6 (seis) el examen parcial y un promedio final de todas sus calificaciones de 7 (siete). No deben recuperar ninguna de las instancias de evaluación previstas.

La promoción de la asignatura es directa y dura un año a partir de su obtención para aquellos estudiantes que deban rendir asignaturas correlativas.

Deben tener el 80% de asistencia a las clases prácticas.

Libre

Deberá estar inscripte en el año académico.

i) Modalidad evaluativa:

- 1. Parcial:** la modalidad es escrita y se deberá acreditar la lectura comprensiva de la bibliografía teórica obligatoria que se haya indicado por parte del equipo docente. Deberán utilizar un vocabulario adecuado, desarrollo de las categorías conceptuales pertinentes y demostrar capacidad para abordar ejemplificaciones, análisis y/o ejercicios que supongan algún tipo de transferencia de los conocimientos teóricos.
- 2. Prácticos:** son obligatorios y requieren de asistencia conforme a lo indicado en el punto h). Son de realización grupal sobre los materiales de lectura que se hayan indicado previamente y se desarrollarán de modo semanal. Tendrán una consigna de desarrollo, ejercitación y/o aplicación. Las instancias de prácticos pueden ser escritos o exposiciones orales. Se prevé un trabajo práctico integrador y evaluable que deberá ser aprobado para obtener la promoción o la regularización de la materia.
- 3. Trabajos para promoción:** no se requieren.



4. Examen final

4.1 Alumnos regulares

Deberán rendir un examen escrito sobre la bibliografía obligatoria efectivamente desarrollada durante la realización del curso. El instrumento del examen es un cuestionario abierto sobre los temas de los módulos.

4.2 Alumnos Libres

Deberán rendir un examen escrito en el cual desarrollará el temario que surja de un sorteo previo. Deberán abordar la bibliografía obligatoria y complementaria que propone el programa vigente. Los textos están accesibles en las bibliotecas universitarias así como en las direcciones on line que se indican. Es importante asistir a los horarios de consulta previos a rendir el examen.

j) Criterios de evaluación

Lectura comprensiva de la bibliografía teórica obligatoria.

Adecuado uso y aplicación de los conceptos teóricos en situaciones-problema, ejemplificaciones, análisis de casos u cualquier otra modalidad práctica que defina el equipo docente.

Adecuado uso del lenguaje oral y escrito para comunicar conocimientos, reflexiones y/o conclusiones.

Conocimiento sobre los aspectos éticos que supone el correcto uso de la información: no se admiten plagios y/o copias de documentos. Con respecto a la utilización de inteligencia artificial se recomienda seguir las indicaciones del equipo docente al respecto de las herramientas y las situaciones en que pueden aplicarlas. En todos los casos, se valora la correcta citación, así como indicar los textos o imágenes que son producto de IA.



Modalidad pedagógica:

Clases teóricas: Exposiciones orales, proyección de materiales audiovisuales, análisis y/o debates.

Clases prácticas: desarrollo de actividades orientas por los principios de las metodologías activas, es decir, que ponen el foco en la comunicación efectiva, la realización de actividades significativas, la participación activa en clase y en otras situaciones de mediación tecnológica, así como en la autonomía del aprendizaje. Se prevén la realización de exposiciones orales y trabajos grupales.

k) Cronograma tentativo de Cátedra

CRONOGRAMA TENTATIVO DE ACTIVIDADES DE CÁTEDRA PRIMER CUATRIMESTRE / ANUALES 2024						
ASIGNATURA: Teorías de la Comunicación I						
EXÁMENES PARCIALES						
	1º	2º	3º			
Fecha de examen	7/10/24					
Fecha de examen RET	4/11/24					
EXAMEN RECUPERATORIO						
	1º	2º				
Fecha de examen recuperatorio	4/11/24					
Fecha de examen RET	11/11/24					
TRABAJOS PRÁCTICOS / INFORMES EVALUABLES						
	1º	2º	3º	4º	5º	6º
Fecha de entrega de Trabajo Práctico	28/10/24					
Fecha de recuperatorio	11/11/24					
OTRAS ACTIVIDADES DESTACADAS (Visitas, jornadas, charlas, etc.)						Fecha



FECHA DE FIRMA DE LIBRETAS (Día y horario)	Lunes 11/11/24 en los horarios de las respectivas comisiones.



Bv. Enrique Barros esq. Los Nogales
Ciudad Universitaria | 5000
Córdoba | Argentina

Tel. +54 351 5353680

www.fcc.unc.edu.ar
comunicacion@fcc.unc.edu.ar