



Facultad de  
Humanidades  
Ciencias Sociales  
y de la Salud



**UNSE**  
Universidad Nacional  
de Santiago del Estero

**Secretaría Académica**

# **Comunicación Pedagógica nº1**

## **Modelo de Programación de Cátedra**

**Año Académico 2016**

**1) FICHA DE LA ASIGNATURA**

Nombre de la Cátedra	Código
TEORIA DE LA COMUNICACIÓN I	

Resolución ministerial de aprobación del plan en el que está la asignatura	
Ciclo donde está ubicada la asignatura	
Área donde está ubicada la asignatura	

Carga horaria total	Horas Semanales		Régimen de dictado	
	Teóricas	Prácticas	Anual	Modular
	3	1		

Domicilio/s donde se dicta: Av. Belgrano sur 2180. Facultad de Humanidades, Ciencias Sociales y de la Salud.
Teléfonos:
Observaciones



**2) EQUIPO CÁTEDRA<sup>1</sup>**

	Nombre y apellido	Nº Legajo	Categoría	Dedicación
	Responsable: Omar Layús Ruiz	3711	Adjunto	Simple

---

<sup>1</sup> Los datos aquí consignados deben ser coherentes con la Disposición del Departamento que correspondiera.



### **3) PRESENTACION DE LA ASIGNATURA**

Las Teorías de la Comunicación retratan la manera en que los diferentes procesos comunicativos han sido desarrollados en el devenir histórico a partir de los aportes teóricos y metodológicos de diferentes corrientes intelectuales, sus supuestos, paradigmas e hipótesis, que a partir de sus recursos metodológicos establecieron directrices, formularon conocimientos novedosos y cimentaron las teorías a partir de las cuales se erige este objeto de estudio.

El recorrido a través de estas propuestas teóricas tiene un doble sentido: por un lado, poner en evidencia y contexto situado los fenómenos que atravesaron los procesos a lo largo del tiempo; y por otro lado, promover la reflexión y el análisis de tales fenómenos, construidos en base a la tríada conformada por la comunicación mediática, la sociedad y los procesos culturales.

El abordaje de estos contenidos, la puesta en evidencia de conceptos que van desde una modalidad “administrativa”, marcada por el empirismo y caracterizada por objetivos cognoscitivos inherentes a los sistemas mediáticos, a una modalidad “crítica” teóricamente orientada y atenta a las relaciones entre la sociedad y los medios de comunicación de masas; aporta además, a prestar particular atención a la forma en la que la comunicación de masas se inserta en las prácticas sociales en contextos regionales y locales.

### **4) OBJETIVOS GENERALES**

- Presentar, desde una Teoría Sociológica transdisciplinaria, el estudio de los procesos de comunicación mediática en sus aspectos teóricos y metodológicos, con énfasis en las relaciones entre Medios, Cultura y Sociedad.
- Distinguir y caracterizar los principales problemas abordados por la Investigación en Comunicación de Masas, revisando sus supuestos teóricos y metodológicos más conocidos, en sus diferentes corrientes.
- Constituir las bases para una evaluación crítica y reflexiva del desarrollo de la Investigación de los Medios y del papel de la comunicación mediática en la construcción social de la realidad.



## 5) ORGANIZACIÓN CURRICULAR

En las carreras que se acreditan debe armarse el siguiente cuadro. La información así discriminada ha sido exigida en los últimos procesos y es conveniente que ya esté construido para evitar dobles esfuerzos de parte de los docentes.

Tipo de Actividades Curriculares	Carga h. Semanal	Carga h. anual /modular	Ámbitos donde se desarrolla	Nº inmueble	Nº Convenio
<b>Teóricas</b>					
Exposición	2				
Trabajo grupal áulico	1				
Indagación bibliográfica	1				
Producción de material Teórico (mapas conceptuales, informes,					
Otras					
<b>Ejercitaciones</b>					
Prácticas rutinarias ...					
Otras					
<b>Prácticas</b>					
Resolución de problemas					
Trabajo de campo					
Estudio de casos (reales o simulados)					
Otros					
<b>PPPS</b>					
Total					

## 6) UNIDADES TEMÁTICAS

### Unidad temática 1 – Medios de comunicación, cultura y sociedad

**Síntesis temática de la unidad:** Historia de las primeras corrientes de investigación en comunicación desde una perspectiva administrativa. Conceptos fundamentales de la sociología de la cultura para entender los procesos históricos



en relación a la comunicación mediática.

**Descriptor:** cultura – medios de comunicación masiva - globalización

**Objetivos Específicos:** 1). Que el estudiante apropie los conceptos de cultura, cultura de masas y sociedad de masas con el propósito de poder abordar los primeros modelos de sociedad configurados en torno al surgimiento de los medios masivos de comunicación. 2). Que el estudiante conozca el devenir histórico de los primeros estudios en torno a la relación de la sociedad con los medios de comunicación masiva.

**Contenidos:** Estudio de los enfoques comunicacionales desde el surgimiento de los medios masivos: Medios de comunicación, masa, sociedad de masas y cultura de masas. Umberto Eco y “Apocalípticos e integrados”. La globalización en sus aspectos económicos, tecnológicos y culturales. Mundialización de la cultura. La era digital y los nuevos medios: el fenómeno de convergencia digital, prosumidores e inteligencia colectiva.

### **Cronograma**

Clase 1: Presentación de la materia. Estudio de los enfoques comunicacionales desde el surgimiento de los medios masivos: Medios de comunicación, masa, sociedad de masas y cultura de masas.

Clase 2: Umberto Eco y “Apocalípticos e integrados”. La globalización en sus aspectos económicos, tecnológicos y culturales. Mundialización de la cultura.

Clase 3: La era digital y los nuevos medios: el fenómeno de convergencia digital, prosumidores e inteligencia colectiva.

### **Bibliografía básica**

#### **a) Referencia de libros**



**b) Referencia de partes de libros**

BLANCO, A.: “Cultura de masas”. En C. Altamirano (dir.): *Términos críticos de sociología de la cultura*. Paidós, Buenos Aires, 2002:42-44.

BLANCO, A.: “Sociedad de masas”. En C. Altamirano (dir.): *Términos críticos de sociología de la cultura*. Paidós, Buenos Aires, 2002:225.

CROVI DRUETTA, D.: “Sociedad de la información y el conocimiento. Algunos deslindes imprescindibles”. En D. Covi Druetta (coord.): *Sociedad de la información y el conocimiento*. La Crujía, Buenos Aires, 2004:17-55.

THOMPSON, J. B.: “La globalización de la comunicación”. En J. B. Thompson: *Los media y la modernidad*. Paidós, Barcelona, 1998:199-236.

ECO, Umberto “Alto medio bajo”. En *Apocalípticos e Integrados*. Tusquets, Barcelona, 1995.

**c) Referencia de artículos de revistas**

SIERRA, L. I.: “Globalización, multiculturalismo y comunicación. Paradojas y debates”. En *Diálogos de la Comunicación*: 68-80.  
<http://www.aulaintercultural.org/IMG/pdf/Sierra.pdf>

**d) Referencia de tesis**

**e) Referencia de ponencias y conferencias**

**f) Referencia de medios audiovisuales – Película**

**g) Referencia de recursos electrónicos e internet - Documento obtenido de un sitio web**



TREJO DELARBRE, R.: “Vivir en la Sociedad de la Información. Orden global y dimensiones locales en el universo digital”. En *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación*, Organización de los Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura, n° 1, septiembre – diciembre 2001. <http://www.oei.es/revistactsi/numero1/trejo.htm>

**h) Referencia de recursos electrónicos e internet - Contribuciones en blog, foros de discusión, listas de correo electrónico, videos publicados en la web**

**i) Referencia de recursos electrónicos e internet - Publicaciones periódicas electrónicas**

#### **Bibliografía complementaria**

SCOLARI, C. A.: “¿Qué son las narrativas transmedia?”. En Scolari, C. A.: *Narrativas transmedia*, Deusto, Barcelona, 2013:21-59.

#### **UNIDAD TEMÁTICA N° 2: De los efectos psicológicos a los efectos sociales**

**Síntesis temática de la unidad:** Origen y desarrollo de los medios de comunicación en el mundo. Sus apariciones e incidencia en el contexto nacional y provincial.

**Descriptor:** efectos ilimitados – conductismo – efectos limitados - agenda

**Objetivos Específicos:** 1). Que el estudiante apropie las primeras teorías, hipótesis y modelos comunicativos a partir de los cuales proliferaron los primeros estudios de corte experimental psicológico y empírico sociológico en el marco de los mass media.

**Contenidos:** La preocupación por los efectos de los medios. De la teoría efectos ilimitados a Teoría de efectos limitados. Teoría hipodérmica. Estudios empírico-





experimentales. Funcionalismo. Teoría de los Usos y gratificaciones. Rutinas de producción: Hipótesis de *agenda-setting*, *Newsmaking*. Espiral del Silencio de Noelle-Neumann.

### **Cronograma**

Clase 4: La preocupación por los efectos de los medios. De la teoría efectos ilimitados a Teoría de efectos limitados.

Clase 5: Teoría hipodérmica. Estudios empírico-experimentales.

Clase 6: Funcionalismo. Teoría de los Usos y gratificaciones.

Clase 7: Rutinas de producción: Hipótesis de *agenda-setting*, *Newsmaking*. Espiral del Silencio de Noelle-Neumann.

Clase 8: Primer Parcial

### **Bibliografía básica**

#### **h) Referencia de libros**

WOLF, M.: *La Investigación de la Comunicación de Masas*. Paidós, 1987: páginas 21-89. (Teoría Hipodérmica, Corrientes experimental-psicológica y empírico-sociológica, Funcionalismo, Usos y Gratificaciones); páginas 163-290 (*agenda-setting* y *newsmaking*).

#### **i) Referencia de partes de libros**

DE FLEUR, M. L. y BALL-ROKEACH, S. J.: “La sociedad de masas y la teoría de la bala mágica”. En M. L. De Fleur y S. J. Ball-Rokeach: *Teorías de la Comunicación de Masas*. Paidós, Barcelona, 1993:193-220.

RUBIN, A. M.: “Usos y efectos de los media: una perspectiva uso-gratificaciones”. En J. Bryant y D. Zillmann: *Los efectos de los medios de comunicación. Investigación y teorías*, Paidós, Barcelona, 1996:555-582

GUZMÁN, M. Y MARTÍNEZ PREDIGER, C.: “Agenda setting – Agenda Cutting – Agenda Surfing: una aproximación a las actuales aplicaciones de la teoría”. En L. Luchessi: *Nuevos escenarios detrás de las noticias*, La Crujía, Buenos Aires, 2010: 17-36.

ARUGUETE, N. Y ZUNINO, E.: “El encuadre de las noticias”. En L. Luchessi: *Nuevos escenarios detrás de las noticias*, La Crujía, Buenos Aires, 2010: 37-50.



**j) Referencia de artículos de revistas**

**k) Referencia de tesis**

**l) Referencia de ponencias y conferencias**

**m) Referencia de medios audiovisuales – Película**

**n) Referencia de recursos electrónicos e internet - Documento obtenido de un sitio web**

**h) Referencia de recursos electrónicos e internet - Contribuciones en blog, foros de discusión, listas de correo electrónico, videos publicados en la web**

**j) Referencia de recursos electrónicos e internet - Publicaciones periódicas electrónicas**

**Bibliografía complementaria**

LAZARFELD, P. F. y MENZEL, H.: "Medios de comunicación colectiva e influencia personal". En W. Schramm (comp.): *La ciencia de la comunicación humana*, Grijalbo, México, 1982:113-137.



WOLF, M.: *Los efectos sociales de los media*. Paidós, Barcelona, 1994.

### **UNIDAD TEMÁTICA N° 3: Cultura, culturas y efectos culturales**

**Síntesis temática de la unidad:** Corriente de estudios críticos. Escuela de Frankfurt y Escuela de Estudios Culturales de la Universidad de Birmingham. Identidades.

**Descriptor:** industria cultural – cultura de masas – cultura popular - identidad

**Objetivos Específicos:** 1) Que los estudiantes aborden desde una perspectiva crítica el concepto de cultura y a partir de él den cuenta de los procesos sociales en relación a la cultura producida por los medios de comunicación.  
2). Que los estudiantes apropien y reflexionen a cerca de los usos de la cultura de masas en respecto a los procesos de construcción de identidades.

**Contenidos:** La teoría crítica de la Escuela de Frankfurt: industria cultural y racionalidad técnica. La corriente de Estudios culturales de la Escuela de Birmingham: cultura, culturas y cultura de masas. Medios de comunicación, vida cotidiana y formación de identidades. Identidad, hegemonía y poder. La cultura de masas y las identidades. Tensiones y luchas identitarias.

#### **Cronograma**

**Clase 9:** La teoría crítica de la Escuela de Frankfurt: industria cultural y racionalidad técnica.

**Clase 10:** La teoría crítica de la Escuela de Frankfurt: industria cultural y racionalidad técnica (continuación).

**Clase 11:** La corriente de Estudios culturales de la Escuela de Birmingham: cultura, culturas y cultura de masas.

**Clase 12:** Medios de comunicación, vida cotidiana y formación de identidades. Identidad, hegemonía y poder.

**Clase 13:** La cultura de masas y las identidades. Tensiones y luchas identitarias.



Umberto Eco y “Apocalípticos e integrados”.

**Clase 14:** Segundo Parcial

**Clase 15:** Primer y segundo parcial.

### **Bibliografía básica**

#### **o) Referencia de libros**

#### **p) Referencia de partes de libros**

CUCHE, Denys: “Cultura e identidad”. En D. Cucho, La noción de cultura en las ciencias sociales. Nueva Visión, Buenos Aires, 2004: 105-122.

HORKHEIMER, M. y ADORNO, T. W.: “La industria cultural”. En M. Horkheimer y T. W. Adorno: *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos*. Trotta, Madrid, 2006:165-212.

LOMNITZ, C.: “Identidad”. En C. Altamirano (dir.): Términos críticos de sociología de la cultura. Paidós, Buenos Aires, 2002:129-134.

MARAFIOTI, R.: “Capítulo 5. La comunicación de masas desde la crítica al sistema”. En R. Marafioti: *Sentidos de la comunicación. Teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación*. Biblos, Buenos Aires, 2005:181-232.

WILLIAMS, Raymond: “La hegemonía”. En R. Williams: *Marxismo y literatura*, Península, Barcelona, 1997:129-136

#### **q) Referencia de artículos de revistas**

MUÑOZ, B.: “Los ejes temáticos de la segunda generación de la Escuela de Birmingham: las trampas de la subjetividad”. *Zigurat*, año 2, nro. 2, noviembre 2001:33-45.

#### **r) Referencia de tesis**

#### **s) Referencia de ponencias y conferencias**



BENJAMIN, W.: “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”.  
W. Benjamín: *Discursos Interrumpidos I*, Taurus, Buenos Aires, 1989.  
<http://www.nombrefalso.com.ar/index.php?pag=85>

GRANDI, R.: “Los estudios culturales: entre texto y contexto, culturas e  
identidad”. En R. Grandi: *Texto y contexto en los medios de comunicación*. Bosch,  
Barcelona, 1995. <http://www.nombrefalso.com.ar/index.php?pag=91>

**t) Referencia de medios audiovisuales – Película**

**u) Referencia de recursos electrónicos e internet - Documento obtenido  
de un sitio web**

**h) Referencia de recursos electrónicos e internet - Contribuciones en blog,  
foros de discusión, listas de correo electrónico, videos publicados en la web**

**k) Referencia de recursos electrónicos e internet - Publicaciones  
periódicas electrónicas**

**Bibliografía complementaria**

HALL, S.: “¿Quién necesita ‘identidad’?”. En S. Hall y P. de Gay (comps.): *Cuestiones  
de identidad cultural*. Amorrortu, Buenos Aires, 2003:13-39.

HOGGART, R.: “El nuevo arte de masas. Sexo en envases atractivos”. En Hoggart,  
R.: *La cultura obrera en la sociedad de masas*. Siglo XXI, Buenos Aires, 2013:255-  
280.

MATTELART, A. y MATTELART, M.: Industria cultural, ideología y poder”. En A.  
Mattelart y M. Mattelart: *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós, Paidós,



Barcelona / Buenos Aires / México, 1997:51-75.

## **7) METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA**

- ✓ Exposición del docente sobre los temas del programa
- ✓ Exposiciones grupales de los estudiantes sobre bibliografía del curso
- ✓ Discusión y puesta en común del desarrollo de los trabajos prácticos

## **8) EVALUACIÓN**

Trabajo Práctico N° 1: Cultura, cultura de masas y sociedad de masas. Globalización.

Trabajo Práctico N° 2: Corriente empírico experimental.

Trabajo Práctico N° 3: Corriente de usos y gratificaciones. Funcionalismo

Trabajo Práctico N° 4: La industria cultural

Trabajo Práctico N° 5: Ejes temáticos de la segunda generación de Estudios culturales de la Escuela de Birmingham

Trabajo Práctico N° 6: Cultura e identidad

Parciales: Será tomarán 2 parciales escritos, cada uno conformado por cinco consignas a desarrollar.

Recuperatorio: Instancia escrita, pudiendo recuperarse sólo uno de los parciales.

## **9) CONDICIONES DE REGULARIDAD**

80 % de asistencia.

100% de trabajos prácticos aprobados.

Promoción: Nota 7 o superior.

## **10) CONDICIONES DE APROBACIÓN EN EXAMENES FINALES LIBRES**

El examen libre tiene dos instancias: una instancia escrita en la que se abordarán contenidos fundamentales del programa de cátedra. En caso de aprobar la instancia escrita el estudiante pasará a una instancia oral donde se harán preguntas complementarias de desarrollo y reflexión.