

UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
GESTIÓN CULTURAL

ASIGNATURA: *Los Medios de Comunicación*

CARGA HORARIA: 32 horas

PROFESORA: Dra. Adriana Amado Suárez, Dr. Nicolás ROTELLI

AÑO: 2021 – 2do. Cuatrimestre.

0. Presentación

El presente programa tiene como finalidad brindar a los estudiantes un marco de análisis sobre los medios de comunicación y su inserción en las sociedades contemporáneas. Se busca que los asistentes adquieran elementos para analizar y comprender el sistema de medios y su lugar en la sociedad en general y en la argentina en particular.

Se parte del supuesto de que los medios no reflejan la realidad social, ni son mediadores neutrales ni analistas racionales de los acontecimientos sociales que vehiculizan, sino que la relación acontecimiento/medio es dialéctica, en tanto el primero no es un fenómeno exterior al sistema mediático sino un producto de éste: “Los hechos que componen la realidad social no existen en tanto tales (en tanto hechos sociales) antes de que los medios los construyan” (Verón, 1987: V). Pero asumimos también que nuestras sociedades han sufrido profundas transformaciones sociales, y que este siglo poco o nada tiene que ver con el pasado. Los estudiosos de esos cambios como Scott Lash (2002) han entendido que “El sistema lineal de Parsons es reemplazado por el sistema no lineal de Luhmann. La linealidad de la reproducción de lo simbólico es desplazada por la no linealidad de lo real”, que impacta con más fuerza que el mensaje. En la sociedad mediática del siglo XXI, dice Lash, “La cultura ya no está compuesta primordialmente por esas representaciones sino de objetos culturales como las tecnologías, que ocupan el mismo espacio con quien ahora no es tanto lector, el espectador o la audiencia como el usuario, el actor”. Esto nos trae a nuevas formas de consumos de medios, donde ya no hay receptores sino apenas destinatarios que a su vez se convierten en productores de

información que tiene más probabilidades de entrar en los grandes circuitos de circulación que en el pasado. Al decir de Manuel Castells (2009), estamos entrando al sistema de autocomunicación de masas, donde lo individual y lo colectivo se entrecruzan en las redes sociales que a su vez alimentan y se alimentan de los medios de siempre.

Estas profundas transformaciones plantean a la academia el desafío de repensar lo ya pensado porque muchas de las teorías en uso fueron diseñadas para otras sociedades, para otras tecnologías. La propuesta de la materia es profundizar en el análisis y en la búsqueda de datos que permitan a los estudiantes conocer el lugar social que ocupan los medios y a partir de ahí, reflexionar acerca de sus alcances y efectos.

1. Objetivos:

Se espera que al final del curso los estudiantes:

- Comprender el sistema de medios y su inserción en las sociedades contemporáneas.
- Analizar el papel de los medios masivos de comunicación como vehículos de los intercambios sociales.
- Conocer los enfoques teóricos que sustentan las actuales investigaciones de medios de comunicación.
- Indagar la conformación del sistema de medios en Argentina.
- Integrar a los medios en la reflexión sobre las problemáticas sociales y culturales.

2. Contenidos

Unidad 1: La comunicación mediatizada

Los medios de comunicación en las sociedades contemporáneas. Teorías de la mediatización. Nuevos medios y nuevas tecnologías para nuevas comunidades. Transformaciones en la esfera mediática: de las teorías de la comunicación social hacia la teoría mediática; de los medios masivos a la autocomunicación de masas.

Bibliografía:

- Bauman Zygmunt (2007). "Hacia el foco de las incertidumbres". Prólogo de *Tiempos líquidos*, Buenos Aires: Tusquets.
- Castells Manuel (2008). "Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). Los medios y la política". *Telos*, N° 74, enero-marzo.
- Castells Manuel (2008). "Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los nuevos espacios de la comunicación". *Telos*, N° 75, abril-junio 2008.
- Castells Manuel (2009) "Creatividad, innovación y cultura digital. Un mapa de sus interacciones". *Telos*, N° 77, marzo 2009.
- Islas Octavio (2005) "Mc Luhan es el mensaje", en *Global Media Journal Edición Iberoamericana*, Primavera 2005 - Volumen 2, Número 3. [en http://www.gmjei.com/journal/index.php/GMJ_EI/article/view/146]
- Lash Scott (2002). *Crítica de la información*. Buenos Aires, Amorrortu, Cap. 6 "Teoría mediática".
- Lash S. Information critique. In: *UK-Nordic Meeting Copenhagen*. Londres: Virtual Society; 1999:1-10. Available at: <http://virtualsociety.sbs.ox.ac.uk/nordic/cbslash.htm>.
- Miège, Bernard (2007). "Hacia nuevos planteamientos. La cuestión de las TIC". *Revista Telos*, Octubre-Diciembre, N° 73.

Unidad 2: La investigación de medios de comunicación

Las problemáticas de la comunicación y las diversas líneas de estudio de los fenómenos de la comunicación. Los medios de comunicación como objeto de estudio. Consumos culturales y estudio de los efectos. Medios, ¿quién influye a quién? Desde la teoría de la manipulación a los efectos limitados.

Bibliografía:

- Arugute Natalia (2009). "Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la *Agenda Setting*". *Revista Ecos de la comunicación*, año II, N° 2.
- Arugute Natalia, "Relevancia noticiosa y preocupaciones públicas", en Amado (2010), *La palabra empeñada*. Buenos Aires, C3 Friedrich Ebert.
- Charaudeau Patrick (2005). "¿Nos manipulan los medios?". *CIC (Cuadernos de Información y Comunicación)*, 10, pp. 319-330.
- Mccombs, Maxwell (1996): "Influencia de las noticias sobre nuestra imagen del mundo", pp.13-34, en Bryant, J y Zillmann, D. (comps.), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, Barcelona: Paidós.

Rincón Omar (2005). *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Buenos Aires, La Crujía, Introducción y Conclusión.

Unidad 3: La construcción mediática de la realidad

Los medios y la construcción social de la realidad. La televisión como industria cultural paradigmática y sus distintos abordajes: la guerrilla semiológica de Eco vs. el *fast thinking* de Bourdieu. De la paleotelevisión al fin de los medios masivos. La post televisión y la preponderancia del emisor: ¿televisión cultural o reality show?

Bibliografía:

Amado Adriana (2010), "El show de la realidad", en revista Noticias, Clases magistrales, 18/09/2010, ed. 1760.

Bourdieu Pierre (1997). "El plató y sus bastidores" (Cap. 1), *Sobre la televisión*. Barcelona, Anagrama.

Eco, Umberto (1986). *La estrategia de la ilusión*. Buenos Aires, Lumen, caps. "TV: la transparencia perdida", "Para una guerrilla semiológica".

Rincón O. "Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar". Revista Científica de Educomunicación. 2011;18 (36):43-50. En: <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=36&articulo=36-2011-06>.

Verón Eliseo (2009). "El fin de la historia de un mueble" en Carlón y Scolari (2009) *El fin de los medios masivos*, Buenos Aires: La Crujía.

Unidad 4: Políticas de la comunicación pública

Industrias culturales y políticas de la comunicación. El sistema de medios argentino y su relación con el sistema informativo y comunicacional. Las nuevas tecnologías y su impacto en la sociedad: integración social o aumento de la brecha infocomunicacional.

Bibliografía:

Becerra Martín y Guillermo Mastrini (2004). "Industrias culturales y telecomunicaciones en América Latina. Las industrias infocomunicacionales ante la Sociedad de la Información". Revista Telos N° 61, octubre-diciembre.

- Magris, C. (2009, Febrero). La civilización de los bárbaros. Una conversación con Alessandro Baricco. Letras libres. En <http://www.letraslibres.com/revista/convivio/la-civilizacion-de-los-barbaros-una-conversacion-con-alessandro-baricco?page=full>
- Mastrini Guillermo (2010). "La televisión pública en la Argentina: entre el poder público y el negocio", en Amado (2010), *La palabra empeñada*. Buenos Aires, C3 Friedrich Ebert.
- Monsiváis, Carlos (1999), Migraciones tecnológica: del rancho al internet, México, biblioteca del ISSSTE
http://nomadasyrebeldes.files.wordpress.com/2010/03/del_rancho_al_internet-monsivais.pdf
- Scolari, Carlos (2008), Hipermediaciones: teoría de la comunicación digital interactiva, Gedisa, Barcelona, pp.273-293. Sitio blog: <http://hipermediaciones.com/2010/09/16/civilizacion-y-barbarie-narrativa-transmediatica-libros-y-nuevas-experiencias/>

3. Bibliografía de consulta:

- Baricco, Alessandro (2008), *Los bárbaros. Ensayos sobre la mutación*, Barcelona, Anagrama.
- Bauman Zygmunt (2004). *La sociedad sitiada*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- (2004). *Modernidad líquida*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- (2007). *Vida de consumo*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- (2007). *Miedo líquido. La sociedad contemporánea y sus temores*. Buenos Aires, Paidós.
- (2009). *El arte de la vida*. Buenos Aires, Paidós.
- Castells Manuel (2001). *La era de la información. La sociedad en red*. Alianza, Madrid.
- Castells Manuel (2009). *Comunicación y poder*. Madrid, Alianza.
- Chomsky Noam y Herman Edward (1990). *Los guardianes de la libertad*, Barcelona, Crítica.

- Eco, Umberto (1968). *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen.
- Eco Umberto (1974) “¿El público perjudica a la televisión?”. En Moragás, M. (ed.). *Sociología de la comunicación de masas: Tomo II: Estructura y funciones*. Barcelona: Gili, 1985.
- Lash Scott y Celia Lury (2007). *Global Culture Industry: The Mediation of Things*. Polity Press, Cambridge.
- Lessing Lawrence (2004). *Por una cultura libre*. Creative Commons.
- Luhmann Niklas (2000). *La realidad de los medios de masas*. México, Universidad Iberoamericana.
- Mastrini G., Becerra M. “Estructura, concentración y transformaciones en los medios del Cono Sur latinoamericano”. *Comunicar*. 2011;18(36):51-59. Wn: <http://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=36&articulo=36-2011-07>. Accessed April 13, 2012.
- McCombs Maxwell y Dixie Evatt (1995). “Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting”, en *Comunicación y Sociedad*, Vol. VII, N° 1, Pamplona, Universidad de Navarra, pp. 5-32.
- McCombs Maxwell (2006). *Estableciendo la agenda*. Barcelona, Paidós.
- McQuail Denis (1998). *La acción de los medios*. Buenos Aires, Amorrortu.
- McQuail Denis (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, 2000 (3ª ed. rev. y amp.).
- Piscitelli Alejandro, Iván Adaime, Inés Binder (comp.) (2010). *El proyecto Facebook y la posuniversidad*. Buenos Aires, Ariel/Fundación Telefónica.
- Rincón, Omar (Ed.) (2010). “Mucho gobierno y muchos medios. Poco periodismo y pocas ciudadanías” en *Por qué nos odian tanto [Estado y medios de comunicación en América Latina]*. Bogotá, Friedrich Ebert Stiftung-C3, Documento N° 11.
- Verón Eliseo (1987). *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires, Gedisa, 2ª edic. revisada.
- Verón, Eliseo (1995). *Semiosis de lo ideológico y del poder: La mediatización*. Buenos Aires: Publicaciones de la U. B.A.
- Verón Eliseo (1999). *Efectos de agenda*. Barcelona, Gedisa.
- Verón Eliseo (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma
- Wolf Mauro (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós.

Weaver David (1997). "Canalización Mediática (*Agenda Setting*) y elecciones en los Estados Unidos". Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Periodismo III, *Cuadernos de Información y Comunicación*, Volumen 3. <http://www.ucm.es/info/per3/cic/cic3ar12.htm>.

Wolton Dominique. (1995) *Elogio del gran público*. Barcelona, Gedisa.

4. Modalidad de trabajo:

El curso tendrá una modalidad teórico-práctica. Se abordará la problemática de las unidades con un enfoque teórico general, de modo que a partir del manejo de los conceptos básicos de la materia, los alumnos puedan realizar un análisis práctico de fenómenos de comunicación particulares. Se trabajará principalmente la bibliografía citada como obligatoria en el programa, que se complementará con presentaciones de casos.

5. Trabajo final de evaluación:

Los alumnos deberán producir un informe de lecturas que tenga formato mediático, para que además de reflexionar sobre el tema, se interioricen acerca de las condiciones de producción y difusión en los medios. Para ello se les propone elaborar una nota periodística sobre un tema de actualidad sobre medios de comunicación y consumos culturales. Debe ser un tema original, que tenga como punto de partida la constatación/discusión de algunos de temas de las unidades del programa. Debe elaborarse como un reportaje periodístico en condiciones de ser publicado en la web, con articulación de citas, datos y testimonios (puede incluir la posibilidad de enlaces).

- Extensión máxima: 4000 caracteres.
- Las citas bibliográficas y las fuentes consultadas pueden ser incluidas en notas al pie. Tratándose de un formato periodístico debe estar fundamentado y la referencia de la fuente debe ser explícita.
- Deben plantear ideas relacionadas con los textos teóricos, tanto para confirmar lo que proponen los autores, como para rebatirlos desde datos empíricos como de testimonios de fuentes autorizadas.
- La redacción debe ser precisa y clara, acorde al nivel universitario del estudiante. El estilo es el periodístico, para lo que puede considerarse como parámetro

cualquier artículo de fondo publicado en un medio de comunicación de prestigio (Por ejemplo, *Radar*, *Adn*, *Le Monde Diplomatique*).

- Los autores comentados en el trabajo deberán citarse en nota al final, con la cita bibliográfica completa. Puede tomar como pauta Franco Guillermo (2007). *Cómo escribir para la web*. Texas, Knight Center for Journalism in the Americas. (disponible www.catedraa.com.ar).
- El trabajo es individual y será equivalente a un parcial domiciliario.

Prof. Dra. Adriana Amado Suárez

Buenos Aires, 2021