

PROGRAMA DE MATERIA

- **Asignatura: MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL**
- **Ciclo Lectivo: 2024**
- **Carrera/s: COMUNICACIÓN SOCIAL**
- **Profesor Titular DANIEL NESTOR YASKY**
- **Jefa de trabajos prácticos NATALIA PIZZOLO**

I- **FUNDAMENTACIÓN / MARCO REFERENCIAL**

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

A partir de la reflexión acerca del contexto en el que se insertan hoy los medios de comunicación, se plantea problematizar el lugar que ocupan en las sociedades contemporáneas y los caminos para investigar ese fenómeno.

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, abordar los conceptos que explican las nuevas dimensiones de un conjunto de fenómenos en constante cambio que exigen comprender la conformación y naturaleza del Sistema de los Medios Masivos, los Social Media y los Medios de Auto comunicación de Masas, dentro de la llegada innovadora de la inteligencia artificial. En definitiva, nos preguntaremos no tanto qué hacen los medios con la gente como ¿Qué hace la gente con los medios?

II- **OBJETIVOS**

- Comprender el sistema de medios y su inserción en las sociedades contemporáneas.
- Analizar el papel de los medios de comunicación masiva, como vehículos de los intercambios sociales.
- Conocer los enfoques teóricos que sustentan las actuales investigaciones de medios de comunicación.
- Analizar la complejidad del vínculo medios-políticas.
- Investigar las fuentes de información para investigar el consumo de medios en Argentina.
- Desarrollar una actitud responsable en la comunicación a partir de comprender las relaciones que existen entre los medios, el poder, y la ciudadanía.

III- CONTENIDOS Y BIBLIOGRAFÍA

Unidad 1: Medios de la información y el mensaje

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. De los efectos o cómo investigar su impacto en las audiencias a la búsqueda de los reconocimientos. Consumos culturales y estudio de los efectos. Medios, ¿quién influye a quién? ¿Por qué estudiar los Medios de comunicación?

Bibliografía obligatoria:

Abril Gonzalo (1991). "Información, conocimiento y sentido" (extracto). En de Teoría general de la información, Cátedra, Madrid.

Islas Octavio (2005) "Mc Luhan es el mensaje", en Global Media Journal Edición Iberoamericana, Primavera 2005 - Volumen 2, Número 3.

Islas, O. (2009). La convergencia cultural a través de la ecología de medios. *Comunicar*, 16 (33), 25–33. doi:10.3916/c33-2009- 02-002

Katz, E.. (1959). Mass Communications Research and the Study of Popular Culture: An Editorial Note on a Possible Future for this Journal. *Departmental Papers*, 2, 1-6. 2013, De University of Pennsylvania Base de datos.

Silverstone, Roger (2004). ¿Por qué estudiar los medios? Ed. Amorrortu

Scolari, Carlos, (2010) Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico. ISSN: 1138-9761

Unidad 2: La vida social de los medios y la construcción social de la realidad.

Teorías sobre la televisión y 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 educativa o reality show? ¿Hay opción?

Bibliografía obligatoria:

Martin Barbero J. "Yo no fui a buscar los efectos, sino los reconocimientos." En: Rincón O, Bonilla J, eds. De las audiencias contemplativas a los productores conectados. Bogotá: Sello Editorial Javeriano; 2012:21-38.

Islas, Octavio (2015). La ecología de los medios: metadisciplina compleja y sistémica. Universidad de los hemisferios, Ecuador

Islas, Octavio (2009). La convergencia cultural a través de la ecología de medios. Instituto tecnológico de Monterrey, Mexico

Rincón O. Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar. Revista Científica de Educomunicación. 2011

Scolari, C. (2013). Narrativas transmedia. "Capítulo 1" Barcelona: Deusto. Rincón, O. (2006) Narrativas Mediáticas, o cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento. Barcelona, Gedisa.

Scolari, C. A. (2015). Los ecos de McLuhan: ecología de los medios, semiótica e interfaces. Palabra Clave, 18(3), 1025-1056. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.4.4

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.

Wolton, Dominique (1995). Elogio del gran público, Barcelona, Gedisa. Cap. 11, "Televisión, identidad y nacionalismo".

Unidad 3: La comunicación mediatizada: Los medios de comunicación y la sociedad

Teorías de la mediatización y ecología de los medios. 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 auto comunicación de masas. La revolución horizontal, el poder de la comunicación en manos de la gente. La vida digital de los medios y la comunicación. De la concentración a la convergencia.

Bibliografía obligatoria:

Alvarez Nobell, Alejandro, Becerra, Martin y otros (2020) "La vida digital de los medios y la comunicación". Ed Granica. Buenos Aires.

Becerra, Martin (2016). De la concentración a la convergencia. Ed Paidós. Buenos Aires

Castells Manuel (2009) "Creatividad, innovación y cultura digital. Un mapa de sus interacciones". Telos, Nº 77, marzo 2009.

Encuesta Nacional de Consumos Culturales. (2013/2023). Ministerio de Cultura (Argentina)

KIDS ONLINE. Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF). Edición preliminar.

Buenos Aires. 2016

Scolari, C. (2015). Ecología de los medios. Editorial GEDISA. Barcelona

Scolari, C. (2013). Narrativas transmedia, Cap. 1. Deusto. En:

<http://hipermediaciones.com/2013/01/11/narrativas-transmedia-el-libro/>

Van Dijck, José (2016) La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales.- 1ª ed.-BuenosAires: Siglo Veintiuno Editores

Unidad 4: Medios y Política:

Políticas de la comunicación o la comunicación frente a la política. Acceso y participación en los medios de comunicación. El sistema de medios argentino y su relación con el sistema informativo y comunicacional.

Bibliografía obligatoria:

Becerra, Martin (2016). De la concentración a la convergencia. Ed Paidos. Buenos Aires

Castells Manuel (2008). "Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red (I). Los medios y la política". Telos, Nº 74, enero-marzo.

Charaudeau Patrick (2005). "¿Nos manipulan los medios?". CIC (Cuadernos de Información y Comunicación), 10, pp. 319-330.

Ford Aníbal. "El malestar de la brecha digital". Publicado en Periodismo/abc

[<http://periodismoabc.files.wordpress.com/2010/02/anibal-ford.pdf>].

Van Dijck, José (2016) La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales.
- 1ª ed.–Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores

Unidad 5: Medios, Sociedad e Inteligencia artificial

De la sociedad de la cosa a la sociedad de la No cosa. De la posesión a las experiencias. Vistas de las cosas. El uso de smartphone. El mundo de las selfies. La Inteligencia artificial. Las nuevas tecnologías y su impacto en la sociedad: integración social o aumento de la brecha info-comunicacional. La vigilancia y control de la sociedad.

Bibliografía obligatoria:

Alvarez Nobell, Alejandro, Becerra, Martin y otros (2020) "La vida digital de los medios y la comunicación". Ed Granica. Buenos Aires.

Bauman, Zygmunt & Lyon, David (2013). "mundo de hoy" Editorial Taurus. Bs As

Salmon, Christian (2016) Storytelling. La máquina de fabricar historias y formatear las mentes. Grupo editorial 62, Barcelona

IV- METODOLOGÍA 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 estudiantes puedan realizar un análisis práctico de fenómenos de comunicación particulares. En cada unidad del presente programa aparecen diversos artículos, que serán trabajados en clase como parte de los trabajos prácticos

V- EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Acreditarán la Regularidad de la materia los alumnos que:

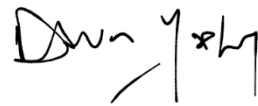
*Cumplan con la asistencia regular a las clases (con un mínimo del 75%).

*Aprueben los exámenes parciales y demás trabajos prácticos que se soliciten durante la

cursada

*Aprueben el examen final.

**El presente programa rige para el año 2024 en la carrera de Comunicación Social de la
Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora**



Daniel Yasky
Titular de Catedra