UNIVERSIDAD NACIONAL DE VILLA MARÍA

INSTITUTO ACADÉMICO PEDAGÓGICO
DE CIENCIAS HUMANAS

CARRERA
Licenciatura en Diseño y Producción Audiovisual

ASIGNATURA
Perspectivas Teóricas de la Comunicación Audiovisual

CÓDIGO
2EP4106

DOCENTE RESPONSABLE
Esp.Victoria Farina

Ciclo Lectivo:
2021

ÍNDICE

I- IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA
II- OBJETIVOS DEL CURSO
III- CONTENIDOS
IV- MÉTODOS DE EVALUACIÓN
V- CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES
VI- LINEAMIENTOS METODOLÓGICOS
VII- BIBLIOGRAFÍA

I- IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA DE ESTUDIO

DENOMINACIÓN: Perspectivas Teóricas de la Comunicación Audiovisual
CÓDIGO: 4106
CICLO: 2021
CARRERA: Licenciatura en Diseño y Producción Audiovisual
INSTITUTO

- ACADÉMICO PEDAGÓGICO DE CIENCIAS HUMANAS

UBICACIÓN EN EL PROGRAMA DE ESTUDIOS

- Primer año (asignatura anual)

CRÉDITO HORARIO SEMANAL: 2 horas
CRÉDITO HORARIO TOTAL: 64 hs

CONDICIONES PARA CURSAR / RENDIR
El Plan de Estudios de la carrera no fija ninguna correlatividad para cursar ni para rendir la asignatura "Perspectivas Teóricas de la Comunicación Audiovisual"

DÍAS Y HORARIOS DE CLASES DE CONSULTA:
Martes, de 11 hs a 12 hs
Virtualmente: perspectivasteoricasdelacom@gmail.com o por aula virtual

I - FUNDAMENTACIÓN

La comunicación audiovisual es un proceso situado social, histórica y culturalmente que involucra sujetos, dispositivos, prácticas y mensajes. Como tal, forma parte de un fenómeno más amplio denominado "cultura mediática" que no puede comprenderse en la actualidad sino a partir de las transformaciones globales que se han operado en las últimas décadas. Esta noción de "cultura mediática" alude a la manifiesta y significativa presencia de los medios masivos de comunicación en la vida cotidiana y a la capacidad que ellos poseen de articular y modelar las prácticas culturales de los sujetos. Hablar de "cultura mediatizada" implica reconocer la capacidad de transformación de las prácticas que poseen los medios de comunicación. En efecto, los más diversos aspectos de las actividades humanas –de orden social e individual- encuentran en la comunicación masiva no sólo un canal de difusión sino una manera de existencia. La realidad tiende a ser construida y no solamente reflejada por los medios y ninguna de sus dimensiones parece poder hoy sustraerse a ellos.

Y en esa cultura mediática es innegable la centralidad de los medios audiovisuales, tanto de los ya tradicionales (cine y televisión), como de los surgidos a la luz de los últimos avances tecnológicos en el campo de la informática y la electrónica. La proliferación de imágenes, y la convergencia de las ramas de las

industrias culturales vinculadas a lo audiovisual con las telecomunicaciones y la informática están produciendo profundos procesos de reordenamiento de lo social, lo económico y lo cultural cuyo impacto se experimenta en la esfera pública y privada de la vida de los sujetos.

En ese marco, resulta de fundamental importancia que los y las profesionales que se formen en el área de la realización audiovisual estén capacitados para comprender, analizar y reflexionar críticamente sobre las implicancias políticas, sociales y culturales de su hacer en el campo de la producción audiovisual. De allí que la asignatura "Perspectivas Teóricas de la Comunicación Audiovisual" se proponga como un espacio curricular destinado a dotar a los y las estudiantes de conocimientos acerca de cómo ha sido abordada la particular interacción entre los medios de comunicación y el contexto sociocultural en cada época, cuáles han sido los principales enfoques teóricos provenientes de diversas perspectivas disciplinares que han focalizado su interés en esta relación y cuáles son las actuales condiciones de producción, circulación y recepción de los contenidos audiovisuales.

El programa plantea una reflexión sobre la comunicación como objeto de estudio y campo disciplinar, una revisión del origen y desarrollo de los medios masivos –eje privilegiado de la investigación sobre el tema-, un análisis de las características estructurales que habilitan el surgimiento de los llamados "nuevos medios" y los rasgos que caracterizan estas modalidades de elaboración y consumo de contenidos, y una revisión de las perspectivas canónicas que han producido los aportes conceptuales más importantes sobre la comunicación masiva.

II - OBJETIVOS DEL CURSO

OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar el dictado de la asignatura, se espera que los y las alumnos/as sean capaces de:

1) Reconocer el lugar clave que ocupa la comunicación audiovisual en la dinámica de la cultura y la sociedad contemporáneas.
2) Aproximarse a la diversidad de abordajes posibles en el estudio del funcionamiento de los medios, y los rasgos específicos de cada enfoque.
3) Contar con herramientas teóricas y metodológicas de análisis que les permitan comprender las dimensiones involucradas en la relación entre el mensaje audiovisual y el público destinatario.
4) Integrar de manera crítica los instrumentos de análisis aprendidos en los procesos de diseño, producción, e investigación audiovisual.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1) Desarrollar las principales perspectivas de estudio sobre los medios de comunicación y analizar el impacto que han tenido en la producción de conocimiento sobre la cultura masiva.
2) Reconocer el aporte específico de textos fundacionales, autores relevantes e investigaciones significativas, y su incidencia en el contexto intelectual de latinoamericano.
3) Distinguir los diversos modos en que se asume y se estudia la relación entre los medios de comunicación audiovisual y las audiencias, y la consecuente concepción del proceso comunicacional que deriva de ellos.
4) Identificar los supuestos generales subyacentes en los estudios e investigaciones actuales sobre productos culturales audiovisuales.

III - CONTENIDOS

UNIDAD 1: La comunicación como objeto de estudio y los medios masivos tradicionales
Hacia la construcción de un concepto de comunicación social. Prácticas sociales y comunicacionales. La producción de sentido en la construcción de lo social. Identidades, normas y valores. El rol de los medios de comunicación como agentes sociales.
Breve historia de la Prensa: impacto sociocultural de la Imprenta en Occidente; libros, folletines, primeras publicaciones periódicas. Los diarios: factores técnicos, sociales y culturales en el desarrollo de la prensa masiva. Consecuencias generales.

Breve historia del Cine: antecedentes técnicos en la producción de imágenes en movimiento; el aporte de los pioneros; primeras producciones. El desarrollo del cine en distintos contextos: escuelas, corrientes, principales autores. El cine como espectáculo para masas.

Breve historia de la Radio: los fenómenos eléctricos, el telégrafo y el teléfono en la aparición de la radio. El aparato de Marconi; la radio como “caja musical”. Crecimiento y comercialización de la radio. La edad de oro. Sistemas de explotación y usos de la radiofonía. La modalidad de la FM. El vínculo entre el medio y sus oyentes.

Breve historia de la Televisión: la “prehistoria de la TV”; experimentos técnicos. Primeras etapas en el desarrollo del medio. Impacto sociocultural. La relación con el cine. Modelos de explotación del sistema. Tecnologías asociadas a la producción y transmisión. Televisión por cable y satelital: la ampliación de la oferta de contenidos. Hacia las nuevas formas de la TV; televisión digital, streaming.

UNIDAD 2: Nuevas tecnologías, dispositivos y soportes: transformaciones en la comunicación masiva
Factores económicos-políticos que enmarcan las transformaciones en la industria de la informática y las telecomunicaciones. Aparición de Internet; usos, acceso y servicios. Convergencia, digitalización, portabilidad y multiplicidad de soportes. La sociedad móvil. Cine, televisión, y nuevos medios. Nuevas modalidades de producción, circulación y consumo de contenidos. El rol de los destinatarios.

UNIDAD 3: La corriente empirista norteamericana
Primeros planteos sobre los medios de comunicación: contexto de aparición; enfoques; temas y métodos de análisis. La Mass Communication Research. La teoría de la Aguja Hipodérmica. Estudios sobre los medios y la propaganda política: corriente empírico-experimental de la persuasión; líderes de opinión y doble flujo de la comunicación. Videopolítica, marketing político y redes sociales. Los medios masivos en la Teoría Funcionalista. Presupuestos generales; funciones y disfunciones de los medios. Hacia una concepción del público activo: los usos y gratificaciones. Las necesidades individuales y el rol de los medios.
La televisión como objeto de análisis: el retorno de los “efectos fuertes". Hipótesis de la “agenda setting”. Efectos cognoscitivos. Espiral de silencio, opinión pública y TV. Los efectos del consumo de ficción televisiva: la Teoría de los Indicadores Culturales.

UNIDAD 4: La Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt
Crítica a la cultura y sociedad de masas. Fundamentos filosóficos generales. Irracionalidad, autoritarismo y cultura afirmativa como contexto. Principales referentes de la “primera generación”: T. Adorno, M. Horkheimer y H. Marcuse. La racionalidad instrumental y la concepción negativa de la técnica. El concepto de industria cultural.

El arte y su reproducción técnica: pérdida del aura, conversión en mercancía. La fotografía y el cine en la mirada de W. Benjamín.

UNIDAD 5: La comunicación en el marco de la cultura: los Cultural Studies
La cultura como matriz significante: los Estudios Culturales de la Escuela de Birmingham. Contexto de surgimiento, debates con el marxismo, nuevas categorías para la comprensión de la cultura. Hegemonía, ideología y cultura. Rupturas teóricas y metodológicas. La cultura como dinámica: producciones dominantes, residuales y emergentes.
La autoridad del texto: la Teoría de Screen y el espectador como sujeto construido.
Del texto al contexto en la producción del significado: Stuart Hall y David Morley. De la codificación/decodificación del mensaje a la importancia de lo doméstico en la producción de sentido. Género y poder en la resignificación de los mensajes. El nuevo rol de las audiencias.

IV - MÉTODOS DE EVALUACIÓN

CONDICIONES DE CURSADO – REGULARIZACIÓN – APROBACIÓN

El desarrollo de la asignatura prevé el dictado de clases teórico-prácticas, que suponen la exposición de contenidos por parte de la docente y la lectura previa de los textos consignados, por parte de los y las estudiantes, para la discusión y debate de las temáticas planteadas y la realización de trabajos prácticos –grupales o individuales, según se determine- a partir de consignas específicas. Para alcanzar la condición de regular el/la alumno/a deberá contar con una asistencia del 80% a las clases y la aprobación de los trabajos prácticos con una calificación mínima de 4 (cuatro). Para los promocionales, se exigirá un 80% de asistencia y aprobar los trabajos con nota equivalente a 7 (siete) o superior. Además se realizarán dos exámenes parciales individuales, que deberán aprobarse con un mínimo de 4 (cuatro) para regularizar y de 7 (siete) para promocionar. Se podrá recuperar sólo uno de los dos exámenes parciales, y también un práctico de los dos evaluables.

En el caso de las clases en formato virtual, además se solicita tanto para la regularidad como para la promoción la aprobación del 80% de las actividades de las clases (las mismas se calificarán como Aprobado/Desaprobado).

Para la acreditación final del espacio curricular:

La condición de estudiante **promocional** implica una modalidad de examen final diferenciada:
- Una exposición oral, que consistirá en un coloquio en la que el/la estudiante deberá relacionar temáticas vinculadas a, por lo menos, dos de las unidades desarrolladas en el programa. La nota final será el resultado del promedio entre la obtenida en esta evaluación, y las calificaciones de los parciales.

El examen de los/las estudiantes **en condición de regular** consistirá en la elaboración de un trabajo monográfico individual/grupal (según se consigne) que aborde una temática-a elección de cada estudiante- vinculada a los contenidos desarrollados durante el dictado de la asignatura. La monografía debe referirse a un análisis de una producción cinematográfica, televisiva o audiovisual de cualquier tipo, desde el punto de vista de alguna de las perspectivas estudiadas. En todos los casos, el/la estudiante deberá aplicar los conceptos y nociones aprendidos, seleccionar la bibliografía pertinente según el abordaje teórico y dar cuenta de su capacidad para reflexionar críticamente sobre la temática elegida. Este trabajo deberá aprobarse con una nota

mínima de 4 (cuatro) y debe ser enviado por correo electrónico a la docente a cargo (perspectivasteoricasdelacom@gmail.com) el viernes previo a la fecha de examen, **sin excepción**.

La modalidad de examen para los **estudiantes en condición de libres** consta de varias instancias:

a) **En primer lugar, la realización de un Trabajo Monográfico individual**, de articulación de contenidos teóricos con un análisis de una producción audiovisual, abordado desde alguna de las corrientes teóricas contenidas en el programa de la asignatura. Se tendrá en cuenta la pertinencia del enfoque y conceptos seleccionados, la profundidad del análisis (el trabajo no consiste en una mera reseña bibliográfica) y la adecuación de la bibliografía. Una vez desarrollado el trabajo, éste deberá ser enviado por correo electrónico a la dirección de referencia (perspectivasteoricasdelacom@gmail.com) y por buzón de tareas del aula virtual del examen, el martes de la semana anterior a la mesa de examen en la que se desea rendir. Si la monografía es aprobada (esto es, reúne los requisitos exigidos a los alumnos regulares para su propio trabajo monográfico final, y una calificación mínima de 4), recién entonces el/la alumno/a podrá inscribirse en la mesa de examen. **Esta condición, es excluyente; no se evaluará a quien aspire a rendir en carácter de alumno/a libre y no haya procedido del modo indicado en este programa. Tampoco a quien se inscriba sin haber enviado su trabajo monográfico para corrección, o antes de conocer el resultado de la evaluación.** En caso de que el trabajo no sea aprobado, el/la estudiante deberá efectuar los ajustes y correcciones que le sean señalados, volver a presentar el trabajo, con la misma antelación, a la siguiente mesa de examen o en llamados posteriores.

b) **En segundo lugar, un examen escrito, individual,** sobre la totalidad de los contenidos y unidades del programa vigente, hayan sido o no desarrollados durante el cursado, así como de la **bibliografía obligatoria y complementaria**. Este examen –que se desarrollará en instancia áulica- deberá ser aprobado con una calificación mínima de 4 (cuatro) puntos, para acceder a la siguiente instancia de evaluación. En el caso de sostenerse el cursado virtual, este examen se desarrollará a través de un cuestionario de Moodle por aula virtual el día y horario pautados para el examen.

c) **En tercer lugar, una evaluación oral**, también sobre la totalidad de los contenidos y textos, que abordará temáticas no incluidas en el examen escrito o supondrá ampliaciones/precisiones sobre aquel.

La nota final resultará del promedio entre las tres instancias (monografía, examen escrito y examen oral)

V - CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Mes de Abril

05/04: Presentación de la asignatura. Introducción a las temáticas de la asignatura. Condiciones y requisitos de cursado, regularización y promocionalidad. Actividad práctica de relevamiento de consumos audiovisuales de estudiantes.
13/04: Teórico sobre contenidos Unidad 1
20/04: Teórico sobre contenidos Unidad 1

27/04: Teórico-práctico sobre contenidos Unidad 1

Mes de Mayo
04/05: Teórico sobre contenidos de la Unidad 2
11/05: Teórico sobre contenidos de la Unidad 2
18/05: Teórico-práctico sobre contenidos Unidad 2
25/05: Feriado

Mes de Junio
01/06: **Trabajo Práctico Evaluable N°1**
08/06: Teórico sobre contenidos Unidad 3, primera parte
15/06: Teórico sobre contenidos Unidad 3, segunda parte
22/06: Teórico sobre contenidos Unidad 3, tercera parte
29/06: **PRIMER PARCIAL, escrito, individual**

Mes de Julio:
06/07: EXÁMENES
12 al 24: RECESO INVERNAL
27/07: EXÁMENES

Mes de Agosto
03/08: **Recuperatorio de primer parcial - Recuperatorio Trabajo Práctico Evaluable N°1**
10/08: Teórico sobre contenidos Unidad 3, ultima parte
17/08: **Trabajo Práctico Evaluable N°2**
24/08: Teórico sobre contenidos Unidad 4, primera parte
31/08: Teórico sobre contenidos Unidad 4, segunda parte

Mes de septiembre
07/09: Teórico sobre contenidos Unidad 3, tercera parte - **Recuperatorio Trabajo Práctico Evaluable N°2**
14/09: Teórico sobre contenidos Unidad 4, última parte
21/09: **MESA DE EXÁMENES**
28/09: **Trabajo Práctico Evaluable N°3**

Mes de octubre
05/10: Teórico sobre contenidos Unidad 5
12/10: Teórico sobre contenidos Unidad 5
19/10: Teórico sobre contenidos Unidad 5
26/10: Teórico-práctico sobre contenidos Unidad 5

Mes de noviembre
02/11: **SEGUNDO PARCIAL, escrito, individual**
09/11: **Recuperatorio Trabajo Práctico Evaluable N°3**
16/11: **Recuperatorio de segundo parcial.**
23/11: **Presentación de regularidades.** Cierre de programa. Pautas para la realización del trabajo final de alumnos regulares y promocionales. Sugerencias y orientación bibliográfica.

VI - LINEAMIENTOS METODOLÓGICOS

Las actividades previstas para el desarrollo de la asignatura están orientadas a la aprehensión, por parte de los alumnos, de las principales perspectivas teóricas y propuestas analíticas, clásicas y actuales, que tienen por objeto de estudio y reflexión a los medios masivos de comunicación. Esto requiere la articulación permanente entre las exposiciones de las docentes (que contextualizan la corriente o perspectiva, señalan los núcleos conceptuales más importantes, explican los aportes de los autores e integran su obra en los marcos disciplinares correspondientes), la lectura sistemática del material bibliográfico por parte de los y las estudiantes, sostenida a lo largo de la materia (no limitada a las instancias de evaluación) y actividades de discusión, debate, reflexión y puesta en común en el aula. Las unidades del programa se evaluarán a través de tres trabajos prácticos (1 individual, 2 grupales), de integración, que supondrán la reflexión sobre un texto, el análisis de algún producto cultural, o la resolución de guías de lectura, y se fijarán dos instancias de evaluación individual mediante exámenes parciales.

VII - BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

Unidad 1

VON SPRECHER, R. (1999): *La red comunicacional. Introducción a la comunicación social.* Córdoba, JCV Editorial.Págs.16-90

SADOUL, G. (2015): Historia del cine mundial desde los orígenes. México, Siglo XXI editores. Págs. 3-34, 54-75,176-205, 209-218, 377-393, 469-473

BARBIER, B. y BERTHO LAVENIR, C. (2007): "El cine, ¿una cultura de la imagen?". En: *Historia de los medios, de Diderot a Internet*, Buenos Aires, Colihue. Págs.205-247

DE FLEUR, M.L. y BALL-ROKEACH, S. (1993).*Teorías de la comunicación de masas* (Nueva edición revisada y ampliada). Barcelona, Paidós. Págs.73-92; 121-165

Unidad 2

BECERRA, M.(2003) "La sociedad de la Información: un signo de los tiempos" y "De la divergencia a la convergencia", en *Sociedad de la Información: proyecto, convergencia, divergencia.* Buenos Aires, Norma. Págs 17- 21, y 91-102.

CARLÓN, M. (2014) Educación audiovisual entre "el fin de los medios masivos" y la emergencia de los "nuevos medios". En: *Después del fin. Una perspectiva no antropocéntrica sobre la post-tv, el post-cine y youtube.* Buenos Aires, La Crujía. Págs.98-123

RUSSO, E. (2009) "Las tres muertes del cine: algunas hipótesis sobre un discurso recurrente", en CARLÓN, M. y SCOLARI, C. (editores*) El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate,* Buenos Aires, La Crujía.Págs.138-228

SCOLARI, C. (2009) "This is the end. Las interminables discusiones sobre el fin de la televisión", en CARLÓN, M. y SCOLARI, C. (editores*) El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate.* Buenos Aires, La Crujía. Págs.189-208

QUEVEDO, L. (2009) "Portabilidad y cuerpo. Las nuevas prácticas culturales en la sociedad del conocimiento", en *Buscando señal,* Córdoba, Ediciones Centro Cultural España-Córdoba. Págs.20-42

Unidad 3

D'ADAMO, O. (2000) *Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública. Una imagen ¿vale más que mil palabras?,* Buenos Aires, Editorial de Belgrano. Págs.124-137

DE FLEUR, M. y BALL-ROKEACH, S. (1993) *Teorías de la comunicación de masas,* nueva edición revisada y ampliada; Barcelona, Paidós. Capítulo 6: "La sociedad de masas y la teoría de la bala mágica"; págs.193-219.

DOOB, L. (1950) “Goebbels y sus principios propagandísticos”. En: DE MORAGAS SPA, M.(ed.) (1982): *Sociología de la comunicación de masa,* segunda edición ampliada y revisada, Barcelona, Gustavo Gili, págs.472-495
GERBNER, G., MORGAN, M. y SIGNORELLI, N. (1996): “Crecer con la televisión: perspectiva de aculturación”. En Bryant, J. y D. Zillmann. *Los efectos de los Medios de Comunicación*. Barcelona, Paidós, págs.35-66.
HOVLAND, C. (1960) “Efectos a corto y a largo plazo en el caso de los films de ‘orientación’ o propaganda”. En: DE MORAGAS SPA, M.(ed.) (1982): *Sociología de la comunicación de masa,* segunda edición ampliada y revisada, Barcelona, Gustavo Gili, págs.239-251
MURARO, H. (1991) “La novedad: el marketing y el advertising político”. En: *Poder y comunicación. La irrupción del marketing y la publicidad en la política*, Buenos Aires, Letra Buena. Págs.17-20
---------- (1997) “La ruptura del modelo ‘lazarsfeldiano’”. En: *Políticos, periodistas y ciudadanos*, Buenos Aires, FCE. Págs.112-119
TCHAKHOTINE, S. (1952) “El secreto del éxito de Hitler: la violencia psíquica”. En: DE MORAGAS SPA, M. (ed.) (1982): *Sociología de la comunicación de masa,* segunda edición ampliada y revisada, Barcelona, Gustavo Gili, págs. 496-522
WOLF, M. (2004) L*a investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Barcelona, Paidós. Capítulo 1 “Contextos y paradigmas en la investigación sobre los media”, págs. 21-90
LÁZARSFELD, P. y MERTON, R. (1948) “Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada”. En: DE MORAGAS SPA, M.(ed.) (1982), *Sociología de la comunicación de masas*, segunda edición ampliada y revisada, Barcelona, Gustavo Gili. Págs. 22-50
LULL, J. (1997) *Medios, comunicación, cultura. Aproximación global*, Buenos Aires, Amorrortu. Capítulo 4 “La audiencia activa”, págs.119-141
NOELLE-NEUMANN, E. (1992) “La espiral del silencio. Una teoría de la opinión pública”, en Ferry,J.M. et al. *El nuevo espacio público,* Barcelona, Gedisa, págs. 200-209
WOLF, M. (2004) *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Barcelona, Paidós. Capítulo 2 “El estudio de los efectos a largo plazo”, pags.157-192
----------(1994) *Los efectos sociales de los media*, Barcelona, Paidos. Capítulo 3 “Las causas de la vuelta”, págs.51-56

Unidad 4

BENJAMIN, W. “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, en Tomás vera Barros (comp.) (2015)*Estética de la imagen*. Buenos Aires, Taurus. Pgs.25-77
ENTEL, A. (1994): “Escuela de Frankfurt”, en *Teorías de la comunicación. Cuadros de época y pasiones de sujeto*. Buenos Aires, Editorial Docencia y Fundación Universidad a distancia “Hernandarias”. Pgs.105-119
ENTEL, A. et al. (2000): “Los ‘40. El exilio. Dialéctica del Iluminismo”, en *Escuela de Frankfurt. Razón, arte y libertad.* Buenos Aires, Eudeba. Págs. 114-129.
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. Págs. 51-58; 165-212
WALDMAN MITNIK, G. (2002) “Melancolía y utopía. La reflexión de la Escuela de Frankfurt sobre la crisis de la cultura”, en *Cuaderno GEPAH* N°6, DNZ, UNAM (Capítulo 1 “El pensamiento de la Escuela de Frankfurt: la reflexión de ‘quienes tuvieron la vida dañada’, pp.3-7)

Unidad 5

EMMANUEL, S. (1994) “Ien Ang, Mirando Dallas”, en BARKER, M. y BEEZER, A. (Eds.) *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona, Bosch. Págs. 29-43

ENTEL, A. (1994): "Aproximaciones a los estudios culturales". En: *Teorías de la comunicación. Cuadros de época y pasiones de sujeto*. Buenos Aires, Editorial Docencia y Fundación Universidad a distancia "Hernandarias". Págs.161-173.
GRANDI, R. (1995): "La autoridad del texto", en *Texto y contexto en los medios de comunicación*.Barcelona, Bosch. Págs.130-139
HALL, S. (1993): "Codificar/Decodificar", en DELFINO, S. (comp.), *La mirada oblicua*, Buenos Aires, La Marca.
LIEBES, T. y KATZ, E. (1997): "Seis interpretaciones de la serie 'Dallas', en DAYAN, D. (comp.) *En busca del público*, Barcelona, Gedisa. Págs.145-168
MORLEY, D. (1996): "Segunda Parte. Clase, ideología e interpretación" y "Tercera Parte. Género, ocio doméstico y prácticas de ver televisión", en *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires, Amorrortu. Págs. 109-245.
WIILIAMS, R. (2011) "La tecnología y la sociedad", en *Televisión. Tecnología y forma cultural*, Buenos Aires, Paidos. Págs. 21-45
WILLIAMS, R. (2000a): *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*.. Buenos Aires, Nueva Visión. Pgs. 87-93; 159-164; 170-175
---------- (2000b): "Dominante, residual y emergente", en *Marxismo y literatura*, Barcelona, Península. Págs. 143-149.
TASKER, Y. (1998) Aproximación al nuevo Hollywood, en CURRAN, J. et al.(comps.)(1998) *Estudios Culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Barcelona, Paidós. Págs.323-346

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Unidad 1

SILVERSTONE, R. (2004) "La textura de la experiencia" y "Mediatización", en *¿Por qué estudiar los medios?*, Buenos Aires, Amorrortu editores.Págs.13-40
VASSALLO DE LOPES, Ma. I. y FUENTES NAVARRO, R. (comps.) (2001): *Comunicación: campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas.* ITESO, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Universidad de Colima-Universidad de Guadalajara. México. Págs.7-14; 43-104
SANDOVAL, L. *Después de todo ¿qué cosa son los medios de comunicación de masas?* En Papeles de Nombre Falso**.** Comunicación y sociología de la cultura
[En línea: http://www.nombrefalso.com.ar]
TORRICO VILLANUEVA, E. (2004) "Un campo interdisciplinario" En: *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*, Buenos Aires, Grupo Norma. Págs.15-28

Unidad 2

BORDWELL, D. y THOMPSON, K. El arte cinematográfico. Paidós, Barcelona.
KATZ, J.E. (2008) "Cuestiones teóricas en torno a medios móviles y comunicación", en AGUADO, J.M y MARTÍNEZ, I.J. (coords.) (2008) *Sociedad móvil. Tecnología, identidad, cultura.* Madrid, Biblioteca nueva. Págs.21-34
LACROIX, J. et al. (1993) "La convergencia entre telecomunicaciones y audiovisual", en *TELOS* Nº34, Madrid, FUNDESCO, junio-agosto de 1993, pp.89-93
McQUAIL, D.(1997): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*(2ª.edición revisada y ampliada). México, Paidos. Págs. 21-51
MARAFIOTI, R. (2005): Sentidos de la comunicación. Teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación. Buenos Aires, Biblos.Págs.139-179
MATTELART, A. y GARCÍA CASTRO, A.(2007) Sociedad del conocimiento, sociedad de la información, sociedad de control. En: Cultures & Conflits Inédits de Regards sur l'entre deux. Paris:Centre d'études sur les conflits lilberté et sécurité, L'Harmattan En línea: http://journals.openedition.org/conflits/2682

http://www.internetsociety.org/es/internet/history-internet/brief-history-internet/

SCOLARI, C.(2008) “Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo”, en Revista *Diálogos de la Comunicación* N°77, Felafacs, julio-diciembre de 2008.
SCOLARI, C. (2009) “Alrededor de la(s) convergencia(s).Conversaciones teóricas, divergencias conceptuales y transformaciones en el ecosistema de medios”, en revista *Signo y Pensamiento* 54, volumen XXVIII, enero - junio 2009, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana. Págs.45-55
THOMPSON, J. (1998): *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación.* Barcelona, Paidos. Págs.115-147

Unidad 3

ECO, U.(1995): “Lectura de ‘Steve Canyon’”, en Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas, Madrid, Editorial Lumen-Tusquets. Págs.141-188
ENTEL, A. (1994): *Teorías de la comunicación. Cuadros de época y pasiones de sujeto.* Buenos Aires, Editorial Docencia y Fundación Universidad a Distancia “Hernandarias”. Págs.146-159
FESTINGER, L. (1982) “Teoría de la disonancia cognoscitiva”. En: SCHRAMM, W., *La ciencia de la comunicación humana,* México, Grijalbo. Págs.21-32
JANIS, I. (1982) “La personalidad como factor de susceptibilidad a la persuasión”. En: SCHRAMM, W., *La ciencia de la comunicación humana*, México, Grijalbo. Págs.65-77
MATTELART, A. y MATTELART, M. (1997): *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Paidós. Págs.28-40.
McQUAIL, D.(1997): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*(2ª.edición revisada y ampliada). México, Paidos.Págs. 53-76
WOLF, M. (1994): Los efectos sociales de los media. Barcelona, Paidós. Págs. 15-75

Unidad 4

ADORNO, T. (1966): *Televisión y cultura de masas*. Córdoba, EUDECOR.
ENTEL, A. et al. (2000) *Escuela de Frankfurt. Razón, arte y libertad*. Buenos Aires, Eudeba. Págs. 105-119.
MARCUSE, H. (1978): *Cultura y sociedad*. Buenos Aires, Editorial Sur.
MARTÍN-BARBERO, J. (2003): “Industria cultural: capitalismo y legitimación” En: *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía.* Santafe de Bogotá, Convenio Andrés Bello. Págs.51-82
MATTELART, A. y MATTELART, M. (1997): “Industria cultural, ideología y poder”, en *Historia de las teorías de la comunicación.* Barcelona, Paidós. Pgs. 52-59.
STEVENSON, N. (1998): *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva* Buenos Aires, Amorrortu. Págs.85-124

Unidad 5

COLLINS, J. (1994): “Grupo de Medios de la Universidad de Glasgow, Los libros de malas Noticias”, en BARKER, M. y BEEZER, A. (Eds.) *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona, Bosch. Págs.77-93
CURRAN, J. et al. (comps.) (1998): *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Barcelona, Paidós.Págs.27-61
FISKE, J.(1987): “Los estudios culturales británicos y la televisión”, En: ALLEN, R. (ed) *Channel of discourse. Televisión and contemporary criticism*. North Carolina, University of North Carolina Press.
GERAGHTY, C.(1998): “Feminismo y consumo mediático”, en CURRAN, J. et al.(comps.) *Estudios Culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo de las políticas de identidad y el posmodernismo*, Barcelona, Paidós. Págs 455-495

HARTLEY, J.(2000): “La televisión en la vivienda. Una película, una nevera y la democracia social”. En: *Los usos de la televisión*. Barcelona, Paidós. Págs.127-152
HOGGART, R.: *La cultura obrera en la sociedad de masas.* Grijalbo, México, 1990. Págs.19-37 y Págs.183-195
MATTELART, A. y NEVEU, E.(2002): “Prefacio”, “Los Cultural Studies antes de los Cultural Studies” y “Años Birmingham” en *Los Cultural Studies. Hacia una domesticación del pensamiento salvaje.* La Plata, Ediciones de Periodismo y Comunicación. Págs. 19-50
SARLO, B.(2001) “Prólogo a la edición en español: Raymond Williams, del campo a la ciudad”, en WILLIAMS, R., *El campo y la ciudad*, Buenos Aires, Paidos. Págs.9-22
SILVERSTONE, R. (1996): *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires, Amorrortu. Págs.221-262
THOMPSON, E.P. (1977): *La formación histórica de la clase obrera. Inglaterra:1780-1832”*, Barcelona, Laia. Págs. 7-14 y 9-40.

Esp. Victoria Farina
Marzo 2021