

**INSTITUTO ACADÉMICO PEDAGÓGICO  
DE CIENCIAS HUMANAS  
CARRERA**

**Licenciatura en Diseño y Producción  
Audiovisual**

**ASIGNATURA**

**Historia de los Medios Audiovisuales**

**CÓDIGO 41-21**

**DOCENTE RESPONSABLE**

Esp. Victoria Farina

**Ciclo Lectivo:**

2023

## **ÍNDICE**

<b>I- IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA DE ESTUDIO.....</b>	<b>3</b>
<b>II- FUNDAMENTACIÓN.....</b>	<b>3</b>
<b>III- OBJETIVOS DEL CURSO.....</b>	<b>5</b>
<b>IV- CONTENIDOS.....</b>	<b>5</b>
<b>V- MÉTODOS DE EVALUACIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>VI- CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES.....</b>	<b>7</b>
<b>VII- LINEAMIENTOS METODOLÓGICOS.....</b>	<b>7</b>
<b>VIII- BIBLIOGRAFÍA.....</b>	<b>8</b>

## **I- IDENTIFICACIÓN DEL PROGRAMA DE ESTUDIO**

**DENOMINACIÓN:** Historia de los Medios Audiovisuales

**CÓDIGO:** 41-21

**CICLO:** 2023

**CARRERA:** Licenciatura en Diseño y Producción Audiovisual

### **INSTITUTO**

- ACADÉMICO PEDAGÓGICO DE CIENCIAS HUMANAS

### **UBICACIÓN EN EL PROGRAMA DE ESTUDIOS**

- Tercer año (asignatura cuatrimestral)

**CRÉDITO HORARIO SEMANAL:** 2 horas

**CRÉDITO HORARIO TOTAL:** 32 hs

### **CONDICIONES PARA CURSAR / RENDIR**

La resolución decanal 157/2022 establece como correlatividad para el cursado de Historia de los Medios Audiovisuales, tener regularizada Historia del Cine I.

### **DÍAS Y HORARIOS DE CLASES DE CONSULTA:**

Martes, de 11 h a 12 h

Virtualmente: vfarina@unvm.edu.ar o por aula virtual

## **II- FUNDAMENTACIÓN**

*"No existe ningún núcleo puramente técnico en la tecnología,  
ningún ámbito inmune al análisis sociológico"  
Eduard Aibar*

Esta asignatura se propone como un espacio curricular teórico analítico que tiene la intención de problematizar los medios de comunicación, tradicionales y actuales, a partir de su abordaje histórico. El propósito es que el cursado acerque a los y las estudiantes a una historicidad desde los grandes procesos e hitos que marcaron la emergencia, el desarrollo y la evolución de los diferentes medios de comunicación, pero desde una mirada sociocultural. Con este enfoque privilegiamos una perspectiva de los medios que no se centra en ellos como aparatos o dispositivos puramente tecnológicos, sino desde el

contexto sociocultural que le otorga relevancia. Es decir, será fundamental pensar en los significados comunes que los sujetos y las sociedades le confieren o confirieron a un dispositivo tecnológico y que permitió su aparición y desarrollo como medio de comunicación, en detrimento de otras tecnologías.

En este espacio curricular intentaremos entonces abordar esta historia desde un análisis que supere el determinismo tecnológico o la dicotomía “tecnología/sociedad” y los supuestos en que el mismo se sustenta, para enfatizar, en cambio, en los procesos de configuración social de la tecnología. Esto implica quitar el foco de interés en las consecuencias o efectos que los medios como tecnologías tuvieron en lo social, para comenzar a pensar en los factores no tecnológicos que posibilitaron una tecnología y su desarrollo como medio.

La comprensión de los derroteros históricos y de las perspectivas desde las cuales podemos mirar la historia de los medios de comunicación resulta de fundamental importancia para los/as futuros/as profesionales que del área de la realización audiovisual, a los fines de que 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 “Historia de los Medios Audiovisuales” 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, los principales enfoques teóricos provenientes de diversas perspectivas disciplinares que han focalizado su interés en esta relación y cuáles son las modificaciones producidas en las condiciones de producción, circulación y recepción de los contenidos audiovisuales.

El programa plantea una reflexión sobre los medios de comunicación como objeto de estudios, mirados desde una perspectiva histórica que permita 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.

El recorrido que haremos comenzará con una reflexión respecto de los medios de comunicación como objeto de estudio, haciendo hincapié en la relevancia de la cuestión técnica en los medios audiovisuales; a su vez indagaremos sobre las miradas críticas y culturales que permiten entender su historia.

En la unidad 2 nos aproximaremos a la historia sociocultural del cine, que ha sido abordada desde aspectos técnicos y artísticos desde espacios curriculares como “Historia del Cine I”, “Historia del Cine II” e “Historia Sociocultural del Arte”, pero que aquí abordaremos no ya desde los soportes técnicos, sino desde una mirada centrada en las instituciones los agentes y las prácticas especializadas de producción y desde el lugar de la recepción, es decir, desde los usuarios de esa institución cultural.

En la siguiente unidad trabajaremos sobre los medios de comunicación a distancia: radio y televisión; entendiendo la necesidad que origina la emergencia de estos medios y las consecuencias que ello trae en las condiciones de percepción espacial y temporal.

Finalmente, nos acercaremos a la emergencia y desarrollo de Internet, las redes sociales y dispositivos como los teléfonos celulares, procesos enmarcados en una transformación cabal del sistema de medios actual.

### **III - OBJETIVOS DEL CURSO**

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

- Reconocer la complejidad del análisis histórico de los medios de comunicación de masas a través de sus diferentes dimensiones (técnica, social, cultural, política y económica).
- Comprender la dinámica histórica de los medios de comunicación a partir de la reflexión sobre hitos y ejes problemáticos que los atraviesan.
- Identificar las transformaciones en los modos de comunicación de las sociedades desde una perspectiva transdisciplinaria, con énfasis en los aspectos socioculturales.
- Integrar de manera crítica los instrumentos de análisis aprendidos en los procesos de diseño, producción e investigación audiovisual.

### **IV - CONTENIDOS**

**UNIDAD 1: Los medios de comunicación como objeto de estudio y la cuestión de la técnica en la historia de los medios audiovisuales.** Definición de la historia de los medios de comunicación de masas. Los medios de comunicación: definiciones y debates. La historia de los medios desde una perspectiva crítica. La comunicación en el marco de la cultura.

**UNIDAD 2: Un acercamiento a la historia sociocultural 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 y práctica sociocultural. Cine y vanguardias artísticas desde una perspectiva sociocultural.

**UNIDAD 3: Historia de los medios de comunicación a distancia: radio y televisión.** 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. 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 4: 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.

## V - MÉTODOS DE EVALUACIÓN

### CONDICIONES DE CURSADO – REGULARIZACIÓN – APROBACIÓN

El desarrollo de la asignatura prevé el dictado de clases teóricas, que suponen la exposición dialogada 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 la totalidad de los trabajos prácticos con una calificación mínima de 4 (cuatro). Para los promocionales, se exigirá un 80% de asistencia y aprobar la totalidad de 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.

Para la acreditación final del espacio curricular:

a. La condición de **estudiante promocional** implica que no deben rendir un examen final. La nota obtenida para la acreditación final del espacio curricular será el promedio entre las calificaciones de los parciales y los trabajos prácticos.

b. El examen de los/las **estudiantes en condición de regular** consistirá en una instancia oral que aborde los contenidos del espacio curricular indicados en el programa y que la docente indique.

c. La modalidad de examen para los **estudiantes en condición de libres** consta de dos instancias:

- En primer 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 segundo 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 dos instancias (examen escrito y examen oral).

## **V - CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

### **Mes de Marzo**

14/03: Presentación de la asignatura. Introducción a las temáticas de la asignatura. Condiciones y requisitos de cursado, regularización y promocionalidad. Introducción y perspectiva de abordaje. Teórico sobre contenidos Unidad 1

21/03: Teórico sobre contenidos Unidad 1

28/03: **Trabajo Práctico 1** - Teórico sobre contenidos Unidad 2

### **Mes de Abril**

04/04: Teórico sobre contenidos de la Unidad 2

11/04: Teórico sobre contenidos de la Unidad 3

18/04: **Parcial 1**

25/04: Teórico sobre contenidos de la Unidad 3

### **Mes de Mayo**

02/05: **Trabajo Práctico 2**

09/05: Teórico sobre contenidos de la Unidad 4

16/05: Teórico sobre contenidos de la Unidad 4

23/05: EXÁMENES

30/05: **Parcial 2**

### **Mes de Junio**

06/06: **Recuperatorio de parcial y prácticos**

13/06: Cierre de regularidades

## **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 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 dos trabajos prácticos 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: Los medios de comunicación como objeto de estudio y la cuestión de la técnica en la historia de los medios audiovisuales.**

Badenes, D. (2014) ¿Qué historia escribir? En: Historia de los medios de comunicación. Bernal: Universidad Virtual de Quilmes. Págs. 17-35

Barbier, B. y Bertho Lavenir, C. (2007) Introducción y Conclusión General. En: Historia de los medios, de Diderot a Internet, Buenos Aires, Colihue. Págs. 9-19, 407-410

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: Taurus. Págs. 25-77

Horkheimer, M. y Adorno, T. (1998) "Prólogo". En Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos. Valladolid: Trotta. Págs. 51-58

Sala Noguera, R. (2007) Introducción a la historia de los medios. Consideraciones teóricas básicas sobre la historia de los medios de comunicación de masas. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona. Págs. 9-17, 86-87

Williams, R. (1971) Los medios de comunicación social. Barcelona: Ediciones Península. Págs. 15-34

Williams, R. (2000) Dominante, residual y emergente. En Marxismo y literatura. Barcelona: Península. Págs. 143-149.

#### **UNIDAD 2: Un acercamiento a la historia sociocultural del cine.**

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



Dugini de Dé Candido, M.I. (2002) "Información histórica del cine argentino. Primera parte: el cine argentino desde sus comienzos hasta 1970". En Revista de Historia Latinoamericana y Argentina, n°39. Mendoza: Universidad Nacional de Cuyo. Págs. 187-210

Horkheimer, M. y Adorno, T. (1998) "La Industria Cultural. Ilustración como engaño de masas". En Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos. Valladolid: Trotta. Págs. 165-212

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

Sánchez-Viosca, V. (2004) Cine y vanguardias artísticas. Conflictos, encuentros, fronteras. Barcelona: Paidós. Págs. 11-26

### **UNIDAD 3: Historia de los medios de comunicación a distancia: radio y televisión.**

Badenes, D. (2014) La radio. En: Historia de los medios de comunicación. Bernal: Universidad Virtual de Quilmes. Págs. 77-87

Barbier, B. y Bertho Lavenir, C. (2007). La radiodifusión entre el estado y el mercado, La edad clásica de la televisión y La televisión: ¿un medio fascinante?. En: Historia de los medios, de Diderot a Internet, Buenos Aires, Colihue. Págs. 248-276, 279-297, 298-328

De Fleur, M.L. y Ball-Rokeach, S. (1993) Teorías de la comunicación de masas (Nueva edición revisada y ampliada). Barcelona, Paidós. Págs.121-165

Díaz Lafarga, A. y Luchetti F. (2011) "Del cine a la televisión. La información audiovisual en una época de transición". En: Disrupción social y boom documental cinematográfico. Buenos Aires: Biblos, 2011.

Olivera, G. (2002) "Estado y Televisión desde una perspectiva histórica: Aproximaciones al estudio de las políticas de teledifusión en Argentina". En: Política Universidad y Medios, Silvia Romano Comp., Córdoba: Ferreyra Ed.

Ulanovsky, C. et al (1990) Estamos en el aire. Buenos Aires: Editorial Planeta. Págs. 4-26, 504-510

### **UNIDAD 4: Nuevas tecnologías, dispositivos y soportes: transformaciones en la comunicación masiva.**

Barbier, B. y Bertho Lavenir, C. (2007). La segunda era de los medios eléctricos y Los sinuosos caminos de la innovación. En: Historia de los medios, de Diderot a Internet, Buenos Aires, Colihue. Págs. 361-379, 380-405

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, 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

## **BIBLIOGRAFÍA AMPLIATORIA**

Badenes, D. (2014) Historia de los medios de comunicación. Bernal: Universidad Virtual de Quilmes.

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

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

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

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.

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.

- Kruger, C. (2007) El noticiero Sucesos Argentinos, Buenos Aires: Historiapolítica.com.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997) Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona, Paidós. Págs. 28-40.
- 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
- Lull, J. (1997) "La audiencia activa". En: Medios, comunicación, cultura. Aproximación global. Buenos Aires: Amorrortu. Págs.119-141
- 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.
- Sadoul, G. (2015) Historia del cine mundial desde los orígenes. México, Siglo XXI editores.
- Silverstone, R. (1996) Televisión y vida cotidiana. Buenos Aires, Amorrortu. Págs. 221-262
- Silverstone, R. (2004) "La textura de la experiencia" y "Mediatización". En ¿Por qué estudiar los medios? Buenos Aires: Amorrortu editores. Págs.13-40
- Williams, R. (2011) "La tecnología y la sociedad". En Televisión. Tecnología y forma cultural. Buenos Aires: Paidós. Págs. 21-45
- Williams, R. (2000) Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad. Buenos Aires: Nueva Visión. Págs. 87-93, 159-164, 170-175

**Esp. Victoria Farina  
Marzo 2023**