

Anexo N°6: Programa de los cursos y demás actividades. Utilizar únicamente este formato.

<p>Nom bre del curso</p>	<p>Comunicación y Espacio Público</p>
<p>Descr ipció n del curso</p>	<p>La actividad curricular se propone construir un diagrama del campo de estudios de las comunicaciones, con especial acento, en la <i>comunicación política</i>. Para ello se estudiará, primero, algunas nociones de la relación entre teoría y comunicación, lo que permitirá un primer reconocimiento del campo.</p> <p>En segundo lugar, se intentará proponer una pregunta central para la constitución de los espacios públicos modernos e hipermodernos: ¿cuáles son las relaciones entre la comunicación, sobre todo mediática, y la sociedad en un contexto histórico que abarca casi un siglo? Para intentar responder esta interrogante clave pondremos en tensión un conjunto de teorías que van desde las administrativas hasta las críticas. Asimismo, se revisarán procesos tales como: la producción de efectos sociales de los medios, la noción de mediación y mediatización de la sociedad y, también, la de videopolítica.</p> <p>Todos estos procesos, debemos precisar, tendrán relevancia en la conformación y transformación de los espacios públicos, desde la idealización habermasiana a la configuración de nuevos espacios ampliados (Ferry)</p> <p>En tercer lugar, proponemos enfatizar en la relación entre la teoría y la metodología en cada una de los desarrollos revisados (análisis de contenido, agenda, framing, mediaciones y audiencias).</p>
<p>Objet ivos</p>	<p>General: Comprender y analizar las principales teorizaciones e investigaciones sobre la comunicación de en dos contextos de producción intelectual específicos: las teorías de rango medio (teoría administrativa) y las teorías críticas (principalmente Frankfurt).</p>

	<p>Específicos:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Describir el desarrollo de la sociedad de masas en el contexto de la modernidad industrial (capitalismo industrial) y de la sociedad de hiperconsumo (capitalismo financiero). b. Analizar las bases epistémicas de las teorías de la comunicación administrativa (sobre todo estadounidense). c. Identificar y actualizar los principales fundamentos de la propaganda. d. Conocer algunas, pero importantes, metodologías de investigación que tienen lugar tanto en las teorías administrativas como críticas. e. Analizar las nuevas configuraciones de los espacios públicos en las sociedades contemporáneas.
<p>Contenidos</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción (2 clases) <ol style="list-style-type: none"> a) El campo de estudios de la comunicación: un diagrama b) Investigación administrada e investigaciones críticas. Características y disputas 2. Comunicación y sociedad I. Las propuestas de la <i>mass communication research</i>. (6 clases) <ol style="list-style-type: none"> a) Contextualización histórica de las primeras teorías de la comunicación. b) Masas, sociedad de masas y masas digitales. c) Teorías de efectos directos y limitados de los medios de comunicación d) Teorías de efectos poderosos pero cognitivos de los medios de comunicación e) Nociones sobre la propaganda clásica y contemporánea. f) Discusiones en torno a la Opinión Pública: su difícil emplazamiento. g) Metodologías de investigación actuales: <ul style="list-style-type: none"> -Agenda setting -Friming y priming g) De la videopolítica a la ciberpolítica. Panegiristas y escépticos. 3. Contrapunto: teoría administrada versus teoría crítica de Frankfurt. (2 clases)

	<p>4. Una lectura contemporánea de las Escuela de Frankfurt. Hartmut Rosa y la aceleración social (1 clase)</p>
<p>Modalidad de evaluación</p>	<p>Las destrezas y habilidades que se buscan desarrollar en los estudiantes serán evaluadas a través de informes de lectura y exposiciones (2 por cada alumno), además de un ensayo final.</p> <p>Fechas:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Primera entrega de informe de lectura individual: 7 de junio. 2. Segunda entrega de informe de lectura: 7 de julio 3. Prueba: 21 de julio 4. Avance de ensayo: 28 de julio 5. Entrega de ensayo: 11 de agosto <p>ASISTENCIA: 70%</p> <p>NOTA DE APROBACIÓN MÍNIMA (<i>Escala de 1.0 a 7.0</i>): 4.0</p>
<p>Bibliografía</p>	<p>Bibliografía por Unidad</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introducción: <ul style="list-style-type: none"> • De Moragas Spa, Miquel (1984). “Ubicación epistemológica de la investigación de la comunicación de masas”. En: <i>Teorías de la comunicación</i>. Barcelona: Paidós. • Arias Herrera, Juan Carlos y Roncallo Dow (2012), Juan Carlos. Reordenando la reflexión. De la epistemología a la política. Algunas preguntas sobre el campo de la comunicación. En: <i>Logos</i>, 21, pp.213-228. https://revistas.lasalle.edu.co/index.php/lo/articloe/view/864/772 • Vidales González, Carlos (2015). “Historia, teoría e investigación de la comunicación. <i>Comunicación y sociedad</i>. 23. Universidad de Guadalajara. PP. 11-43. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34632784002

2. Comunicación y sociedad I

- Harvey, David (1998). “Fordismo”. En: *La condición de la posmodernidad*. Buenos Aires: Amorrortu editores. Pp. 147-163.
- Fusi, Juan Pablo (1990). “La edad de la masas 1870-2014”.
file:///C:/Users/Claudio%20Salinas/Downloads/Lectur_sugerida_2_2013_LA_EDAD_DE_LAS_MASAS.pdf
- Lasswell, Harold. “Estructura y función de la comunicación en la sociedad”. En: De Moragas Spa (1994), Miquel. *Sociología de la comunicación de masas. Estructura, funciones, efectos*. Barcelona: Gustavo Gili.
<http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lasswell.pdf>
- Cantril, Hadley. “La invasión desde Marte. En: De Moragas Spa (1994), Miquel. *Sociología de la comunicación de masas. Estructura, funciones, efectos*. Barcelona: Gustavo Gili.
<https://es.scribd.com/doc/308660507/Cantril-Hadley-La-Invasion-Desde-Marte-En-de-Moragas-Miguel-Sociologia-de-La-Comunicacion-de-Masas-p-90-110>
- Lazarsfeld, Paul Félix. *El pueblo elige*. Pp: 35-109.
- _____ (1979). *La influencia personal*. Barcelona: Editorial Hispano. Europea. Pp.17-44
- Eco, Humberto. “¿El público perjudica a la televisión?”. En: De Moragas Spa (1994), Miquel. *Sociología de la comunicación de masas. Estructura, funciones, efectos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Doménech, Jean (1986). *La propaganda política*. Buenos Aires: Eudeba.
- Busquet, Jordi (2008). “Reflexiones críticas sobre el mito de la sociedad de masas”. *Trípodos*, 23, Barcelona. Pp. 147-160.
<http://www.raco.cat/index.php/tripodos/article/viewFile/118917/154121>

- Canel, María José y Gurroneo, Mario. “La teoría del Framing en la investigación en Comunicación Política”. En: *Estudios de Comunicación Política* (2008). S/E. Pp.15-30.
 - Vicente Mariño. Miguel y López Rabadán (2009). “Resultados actuales de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España”. En *Zer*, Vol 14, 26
 - McCombs, Maxell
3. Contrapunto: teoría administrada versus teoría crítica de Frankfurt.
- Adorno, Th, Horkheimer, M. “La industrial cultural. Ilustración como engaño de masas”. En *La dialéctica de la ilustración*. Madrid: Trotta.
 - Adorno, Theodor (1966). *Televisión y cultura de masas*. Eudecor: Córdoba.
 - Rosa, Hartmut (2016). *Alienación y aceleración. Hacia una teoría crítica de la temporalidad en la modernidad tardía*. Katz: Buenos Aires.

Bibliografía complementaria

- Arancibia, Juan Pablo. *Comunicación Política. Fragmentos para una geneología de la mediatización en Chile*, Universidad Arcis, Santiago, 2006.
- Bordieu, Pierre: *Sobre la televisión*. Anagrama. Barcelona, 2012.
- Doménech, Jean: *La propaganda política*. Eudeba. Buenos Aires, 2009.
- García Canclini, Nestor: *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo. México, 2001.
- Habermas, Jurgen: *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Gustavo Gili. Barcelona, 2009.
- Lozano, Elizabeth: “Del sujeto cautivo al consumidor nómada”, en *El consumo cultural en América Latina*. Convenio Andrés Bello, Bogotá, 1999.
- Monzón, Cándido: *La Opinión Pública. Teorías, conceptos y métodos*. Tecnos, Madrid, 1990.

-Ortiz, Renato: *Mundialización y Cultura*. Convenio Andrés Bello, Bogotá, 2004.

-Rodrigo, Miquel: *La construcción de la noticia*. Paidós Comunicación. Madrid, 1989.

-Wolf, Mauro: *La investigación en comunicación de masas*. Paidós, Barcelona, 1991.

-Verón, Eliseo: *El cuerpo de las imágenes*. Editorial Norma, Bogotá, 2001.