



**Facultad de Información  
y Comunicación**  
Instituto de Comunicación



**UNIVERSIDAD  
DE LA REPÚBLICA**  
URUGUAY

Nombre del curso: <input type="text" value="La Construcción del Fenómeno Comunicacional"/>		Año de elaboración del Programa: <input type="text" value="2015"/>
Nombre abreviado: <input type="text" value="LaConstComunic"/> (Será completado por Bedelía)	Código: <input type="text" value="O1107"/> (Será completado por Bedelía)	Estado: <input type="text" value="Aprobado"/>
Carrera: <input type="text" value="Licenciatura en Comunicación"/>	Ciclo: <input type="text" value="Profundización"/>	
Curso ofrecido como electiva para otros Servicios Universitarios: <input type="text" value="Sí"/> (Será completado por la Comisión de Carrera)	Común / Optativo: <input type="text" value="Optativo"/> (Será completado por la Comisión de Carrera)	Créditos: <input type="text" value="9"/> (Será completado por la Comisión de Carrera)
Tipo Orientación: <input type="text" value="Seleccionar"/> <b>Orientaciones Curriculares</b> (Será completado por la Comisión de Carrera) <i>Cine, TV y Audiovisual - Optativa</i> <i>Comunicación Educativa y Comunitaria - Optativa</i> <i>Comunicación Organizacional - Optativa</i> <i>Periodismo - Optativa</i> <i>Publicidad - Optativa</i>		
Módulo(s): (Será completado por la Comisión de Carrera)	<input type="checkbox"/> <i>Lenguajes y Medios</i> <input type="checkbox"/> <i>Metodología</i> <input type="checkbox"/> <i>Profesional-Integral</i> <input type="checkbox"/> <i>Sociedad, Cultura y Políticas de Comunicación</i> <input checked="" type="checkbox"/> <i>Teoría y Análisis de la Comunicación</i>	
Departamento o áreas: <input type="text" value="Teoría de la Comunicación"/>	Semestre/s: <input type="checkbox"/> 1ro: <input type="checkbox"/> 2do: <input type="checkbox"/> 3ro: <input type="checkbox"/> 4to: <input checked="" type="checkbox"/> 5to: <input type="checkbox"/> 6to: <input type="checkbox"/> 7mo: <input type="checkbox"/> 8vo:	
Tipo de curso: <input type="text" value="Teórico"/> (Será completado por la Comisión de Carrera) Descargar Tipología de Cursos	Turno/s: <input type="checkbox"/> <i>Matutino</i> : <input type="checkbox"/> <i>Vespertino</i> : <input type="checkbox"/> <i>Nocturno</i> :	
Docente/s responsable/s del curso: <input type="text" value="JORGE RASNER"/>		
A partir de aquí, la información deberá ser aportada por el/los docente/s responsable/s del curso		
Docente/s encargado/s del curso: <input type="text" value="JORGE RASNER"/> (pueden coincidir o no con el docente responsable) <input type="text" value="EDUARDO ÁLVAREZ PEDROSIAN"/>		
Docente/s invitado/s al curso: <input type="text"/>		
Forma de evaluación: <input type="checkbox"/> <i>Parciales (Individual)</i> <input type="checkbox"/> <i>Parciales (Grupal)</i> <input type="checkbox"/> <i>Trabajos Prácticos (Individual)</i> <input type="checkbox"/> <i>Trabajos Prácticos (Grupal)</i> <input type="checkbox"/> <i>Examen (Individual)</i> <input type="checkbox"/> <i>Examen (Grupal)</i> <input type="checkbox"/> <i>Trabajo de Pasaje de Curso (Individual)</i> <input type="checkbox"/> <i>Trabajo de Pasaje de Curso (Grupal)</i> <input type="checkbox"/> <i>Informe (Individual)</i> <input type="checkbox"/> <i>Informe (Grupal)</i> <input checked="" type="checkbox"/> <i>Monografía (Individual)</i> <input checked="" type="checkbox"/> <i>Monografía (Grupal)</i> <input type="checkbox"/> <i>Producto u Obra (Individual)</i> <input type="checkbox"/> <i>Producto u Obra (Grupal)</i> <input type="checkbox"/> <i>Control de Lectura (Individual)</i> <input type="checkbox"/> <i>Control de Lectura (Grupal)</i>		Régimen de asistencia: <input type="text" value="Asistencia libre"/> Horas semanales de aula: <input type="text" value="3"/> Horas semanales de trabajo estudiantil (estimadas): <input type="text" value="6"/>
Descargar Normativa del Plan referida a este asunto		
Modalidad de cursado: <input type="text" value="Presencial"/>	Créditos incrementales (en caso de corresponder): <input type="text" value="Sí"/>	

Explicite en forma más detallada la modalidad de evaluación elegida (sin límite)\*:

*Se solicitará a los estudiantes la elaboración de un trabajo monográfico de entre 10 y 15 carillas sobre temáticas, autores y problemas analizados durante el curso.*

Breve resumen de la actividad curricular (máximo 500 caracteres)\*: restan:148

*Se presentarán las temáticas a abordar de manera presencial, solicitando una activa participación de los estudiantes -a través de inquietudes propias o como resultado de las lecturas realizadas- a efectos de mantener un permanente intercambio en el aula.*

*Se incentivará la presentación de temáticas por parte de los estudiantes en un formato de taller*

Objetivos del curso (sin límite)\*:

(generales y específicos)

*La comunicación es un fenómeno omnipresente, tan inherente al ser humano como lo son sus funciones vitales y las apetencias que las sostienen. Pretender hablar específicamente de esta constante que atraviesa al ser humano, constituyéndolo e instituyéndolo como ser social, lejos de resultar ventajoso se presenta como una tarea plena de dificultades; ¿cómo será posible recortar al fenómeno comunicacional de ese entramado vital que lo impregna todo?*

*Muy probablemente se haga imperioso seccionar el fenómeno en áreas específicas tratando de no perder en ningún momento la noción del conjunto. Desde el mensaje trivial, cotidiano e imprescindible para el intercambio en sociedad hasta las campañas de manipulación informativa en aras de intereses diversos, pasando por las expresiones artísticas, científicas, publicitarias y, en fin, culturales en el más amplio significado de la acepción.*

*Quizá la más obvia de las conclusiones sea que el fenómeno comunicacional es inabarcable en toda su extensión y en su multiplicidad de expresiones, por lo que se hace preciso encararlo punto por punto, expresión por expresión, perspectiva por perspectiva, aspirando a establecer algunas síntesis siempre provisionarias por su parcialidad y siempre acotadas a un espacio de acción concreto.*

*Por lo pronto comenzaremos por acotar su complejidad a un contexto social históricamente situado. Hacia allí apuntamos, no hacia las conceptualizaciones aisladas de toda referencia como lo son las abstracciones que hablan de emisores, emisiones, receptores y recepciones en el más absoluto vacío, sino hacia las que se especifican en ámbitos determinados y cobran particular relevancia y significación en ellos. A esa dinámica de transformaciones es hacia donde apuntamos.*

*No aislaremos ningún fenómeno comunicacional sino a condición de considerarlo analíticamente para luego enmarcarlo en el ámbito donde quedarán definidas prácticas, actitudes y creencias. Esto es: su repercusión como efecto creador de sentido.*

*Si, como sostiene Hannah Arendt, no es la verdad la que impulsa a la razón en su búsqueda sino la necesidad de otorgar significado a las acciones sobre el entorno, proponemos entonces tomar al fenómeno comunicacional como aquel que provee los significados necesarios para hacer del mundo una entidad comprensible, y, en consecuencia, recorreremos una serie de lecturas que nos ayudarán a percibir las condiciones de su producción y las críticas que sobre éstas se formulan desde distintos puntos de vista a efectos de posibilitar una comprensión racional del proceso.*

Conocimientos previos recomendados (sin límite)\*:

*Se requiere la aprobación de la asignatura Epistemología de las Ciencias de la Comunicación*

Metodología de trabajo (sin límite)\*:

(detallar actividades previstas con los/as estudiantes)

El curso tendrá una duración semestral y se compondrá de un total de 60 horas, de las cuales 45 horas serán presenciales (15 clases de 3 horas cada una de frecuencia semanal) y las restantes 15 horas se dedicarán al seguimiento de los proyectos de investigación que planteen los alumnos.

Las clases de modalidad presencial se dictarán por el equipo docente.

Se exigirá que los alumnos realicen lectura previa de los materiales indicados ya que se propenderá no a una clase de tipo magistral sino a un intercambio y elucidación conjunta de las temáticas propuestas, sin perjuicio de que si así se lo estima se integren otras lecturas no previstas.

La modalidad de aprobación del curso será únicamente a través de trabajo monográfico escrito, realizado individual o grupalmente sobre temática a convenir en cada caso entre el o los alumnos y el equipo docente.

#### Contenidos del curso (sin límite)\*:

##### Primera parte

###### Concepto de medio masivo de comunicación

- CASTELLS, Manuel: *La era de la información*, Vol. 1, La sociedad Red. Alianza, Madrid, 1998.
- CASTELLS, M y otros: *Comunicación móvil y sociedad, una perspectiva global*. En <http://www.eumed.net/libros/2007c/312/indice.htm>
- GOULDNER, Alvin: *La dialéctica de la ideología y la tecnología*. Alianza, Madrid, 1978.

###### Mitos y realidades de la manipulación mediática: Dos perspectivas fundacionales en Teoría de la Comunicación: MassCommunication Research Escuela de Frankfurt

- Katz y Lazarsfeld – *Personal Influence*, Transaction Publishers, 2005
- Lazarsfeld y Merton – *Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada*, *Sociología de la comunicación de masas*, Vol. II, M. De Moragas Ed., Ed. G. Gili, Mexico, 1993.
- Pollak, M – Paul Lazarsfeld, fondateur d'une multinationale scientifique, *Actes de la recherche en sciences sociales*, 1979, Vol 25, N° 1, pp. 45-59
- Pooley, J – *Fifteen pages that shook the field*, *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 2006, 608, 130.
- Adorno, T – *Televisión y cultura de masas*, en [www.avizora.com/publicaciones](http://www.avizora.com/publicaciones)
- Adorno, T – *Consignas*, Amorrotu ed., Bs. As. 2003
- Horkheimer y Adorno – "La industria cultural" en *Dialéctica del Iluminismo*. En [www.edicionesimbióticas.info/IMG/pdf](http://www.edicionesimbióticas.info/IMG/pdf)
- Williams, R – *Teoría cultural*, en [www.geocites.com/nomfalso](http://www.geocites.com/nomfalso)

###### Concepto de hegemonía, concepto de manipulación N. Chomsky – *El control de los medios de comunicación*, en [www.tijuana-artes.blogspot.com](http://www.tijuana-artes.blogspot.com)

###### ¿Qué tan real es la realidad?

- Ryszard Kapuscinski, en [www.etcetera.com.mx](http://www.etcetera.com.mx)
- U. Eco, *Para una guerrilla semiológica*, en [www.geocites.com/nomfalso](http://www.geocites.com/nomfalso)
- E. Verón, *Construir el acontecimiento*, Gedisa, Bs. As. 1987 En: <http://www.inabima.org/Biblioteca/INABIMA---/M-Z/V/Ver%F3n,%20Eliseo%20-%20El%20cuerpo%20reencuentro/Ver%F3n,%20Eliseo%20-%20Construir%20el%20acontecimiento.pdf>

###### Acerca de los receptores de los estímulos informativos E. Verón, *Interfaces. Sobre la democracia audiovisual evolucionada*. En: [www.nombrefalso.com.ar](http://www.nombrefalso.com.ar) U. Eco - *La estrategia de la ilusión*. En: [www.nodo50.org](http://www.nodo50.org) .

- A. Huxley – *Propaganda bajo una dictadura*, en [www.tijuana-artes.blogspot.com](http://www.tijuana-artes.blogspot.com)
- D. Wolton : *Salvemos la comunicación*. Gedisa. 2006

## Segunda Parte

### Arqueología de las ciencias de la comunicación

- La comunicación en el contexto de las ciencias humanas y sociales
- La configuración de una nueva dimensión epistemológica

#### Bibliografía básica:

ÁLVAREZ PEDROSIAN, E. (2008 [2004]) «Los problemas para asumir la incompletud en el campo de las ciencias de la comunicación», en Del Valle, C. et. alt. (eds.) *Contrapuntos y entrelíneas sobre cultura, comunicación y discurso*. Universidad de la Frontera, Temuco, pp. 59-71.

BAUDRILLARD, J. (1993 [1978]) «La precesión de los simulacros», en *Cultura y simulacro*. Kairós, Barcelona, pp. 7-80.

MATTELART, A. MATTELART, M. (1997 [1995]) *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós, Barcelona.

### Comunicación y virtualización de la subjetividad

- Pensar la comunicación desde los procesos de subjetivación
- Transversalidad: salir-se y entrar-en

#### Bibliografía básica:

ÁLVAREZ PEDROSIAN, E. (2009) «La cuarta dimensión del triedro: ciencias de la comunicación y virtualización de la subjetividad», en *F@ro* N° 9, Año 5. Dpto. Cs. de la Comunicación y de la Información, UPLA, Valparaíso. Ed. Electrónica: <http://web.upla.cl/revistafaro/>

FOUCAULT, M. (1997 [1966]) *Las palabras y las cosas. Una arqueología de las ciencias humanas*. Siglo XIX, México.

LÉVY, P. (1999 [1995]) *¿Qué es lo virtual?* Paidós, Barcelona.

MATTELART, A. MATTELART, M. (1997 [1995]) *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós, Barcelona.

### El horizonte de las etnografías de la comunicación

- El estar flotante, entre conexiones y desconexiones
- Esferas de mediación y procesos expresivos

#### Bibliografía básica:

ÁLVAREZ PEDROSIAN, E. (2010) «Etnografías de la comunicación», en *Etnografías de la subjetividad. Alcances filosóficos de la práctica antropológica contemporánea*. Tesis de Doctorado en Filosofía: Historia de la subjetividad, Universidad de Barcelona, Barcelona, pp. 339-350.

ARDÈVOL, E. BERTRÁN, M. CALLÉN, B. PÉREZ, C. (2003) «Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea», en *Athenea Digital. Revista de pensamiento e investigación social*, N° 3, primavera, Dpto. Psicología de la Salud y Psicología Social de la Universitat Autònoma de Barcelona, p. 89. Disponible online en: <http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital>.

SORIANO, J. (2007) *Las nuevas reglas de la etnografía de la comunicación*. Portal de la Comunicación del Instituto de la Comunicación, InCom–UAB, Barcelona.

Bibliografía o filmografía básica\*:

(máximo 15 entradas)

*ya establecida en el apartado anterior*

Bibliografía o filmografía recomendada (sin límite)\*: