

Medios masivos de comunicación: aportes conceptuales para su análisis.

Curso de Educación Permanente FIC UDELAR

CUPO: 20 estudiantes

Horario: 19 a 22:20 hs.

Horas totales del curso: 20 hs.

Días de clase: Lunes 2 de Julio, Jueves 5 de Julio, Lunes 9 de Julio, Miércoles 11 de Julio, Viernes 13 de Julio y Viernes 19 de Julio.

Docente: Gastón Amen

Licenciado y Magíster en Sociología (FCS–Udelar). Docente del Departamento de Teoría y Metodología y del Departamento de Ciencias Humanas y Sociales del Instituto de Comunicación de la Facultad de Información y Comunicación (Udelar). Docente del Instituto de Profesores Artigas (CFE) en las asignaturas “Sociología” y “Sociología de la Educación”. Investigador del campo de la Sociología de la Comunicación.

Fundamentos generales del curso: El siglo XX fue el siglo de los medios masivos de comunicación, de su implantación y desarrollo así como de los intentos de estudiarlos desde las ciencias sociales. Primero se consolidó la prensa, que ya había experimentado un importante desarrollo en el siglo anterior, luego la radio y el cine, y finalmente la televisión. Medios masivos de comunicación que han tenido un gran peso en nuestras sociedades, marcando los procesos de socialización primarios y secundarios de múltiples generaciones. Además, si bien en la actualidad se constata el avance cada vez mayor de los medios desmasificados de comunicación vinculados a internet y los teléfonos móviles, aquellos aún siguen marcando a fuego a nuestras sociedades del siglo XXI. Partiendo de estas premisas, en este curso pretendemos aportar algunas herramientas conceptuales para su análisis, con la finalidad de desnaturalizarlos y problematizarlos.

Destinatarios: Estudiantes avanzados y graduados de la Licenciatura en Comunicación, graduados de carreras del Área Social, estudiantes de posgrados y personas con un fuerte interés en la temática.

Objetivos: En este curso, con el objetivo de desnaturalizar y problematizar los medios masivos de comunicación, nos proponemos revisar la perspectiva de la Escuela de Fráncfort, poniendo especial atención a los aportes de Theodor Adorno y Jürgen Habermas; repasar las contribuciones de Jean Baudrillard en las distintas etapas de su obra; releer las críticas de Pierre Bourdieu a la televisión, la vedette de los medios masivos de comunicación; y reexaminar los cuestionamientos de Noam Chomsky a estos en su rol de fabricantes de consentimiento. Asimismo se buscará aplicar dichas miradas críticas para analizar fenómenos puntuales de nuestra contemporaneidad, para de esa manera iluminar sobre su pertinencia para pensar nuestra actualidad.

Contenidos:

- 1- Introducción a los medios masivos de comunicación y a su estudio con pretensiones científicas.
- 2- Presentación de la Escuela de Fráncfort.

- 3- Theodor Adorno: crítica a la industria cultural.
- 4- Jürgen Habermas: acción comunicativa, lógica sistémica y medios de comunicación.
- 5- Jean Baudrillard: objeto-signo en la sociedad de consumo; simulación e hiperrealidad; el éxtasis de la comunicación y la violencia de la imagen.
- 6- Pierre Bourdieu: sobre la televisión.
- 7- Noam Chomsky: la fabricación del consentimiento.

Metodología: El curso es de carácter presencial. Cada clase se inicia con una exposición a cargo del docente a través de la cual se buscará presentar conceptos teóricos que den lugar a una reflexión y debate grupal.

Evaluación: La evaluación se basará en la participación desplegada durante el curso y en la presentación oral en la última clase de un análisis breve (10 minutos aproximadamente) de algún fenómeno de actualidad utilizando categorías teóricas vistas en el curso. **Se obtiene certificado mediante asistencia +aprobación.**

Bibliografía recomendada:

- Adorno, T. y Horkheimer, M.(1988/1944). La industria cultural. En *Dialéctica del Iluminismo* (pp.146-200). Buenos Aires: Sudamericana.
- Amen, G. (2016). Acción comunicativa y lógica sistémica en la perspectiva de Jürgen Habermas. *Question*, 1(51), 3-11. Recuperado de <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/3372>
- Amen, G. (2014). Algunos aportes teóricos de Jean Baudrillard para pensar los medios masivos de comunicación. *Anales Instituto de Profesores "Artigas"*. Segunda época. N°5, 159–166.
- Amen, G. (2013). El sensacionalismo como modo de ocultar mostrando en los noticieros uruguayos. En *XII Jornadas de Investigación de la Facultad de Ciencias Sociales "Derechos Humanos en el Uruguay del siglo XXI: libertades, diversidad y justicia"*. Montevideo: FCS.
- Amen, G. (2012). Los informativos televisivos uruguayos en la era de la simulación. En *XI Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación*. Montevideo: ALAIC. Recuperado de <http://xa.yimg.com/kq/groups/15026808/1131809683/name/convivencia+2.pdf>
- Baudrillard, J. (2006). Violencia de la imagen. Violencia contra la imagen. En *La agonía del poder*. Madrid: Ediciones Pensamiento, Círculo de Bellas Artes, Universidad Autónoma de Madrid.
- Baudrillard, J. (1991/1990). *La transparencia del mal. Ensayo sobre los fenómenos extremos*. (pp.19, 58-66). Barcelona: Editorial Anagrama.
- Baudrillard, J. (1988/1987). *El otro por sí mismo* (pp.9-23 y 49-64). Barcelona: Editorial Anagrama.
- Baudrillard, J. (1984/1978). La precesión de los simulacros. En *Cultura y Simulacro*. Barcelona: Editorial Kairós.
- Baudrillard, J. (1993/1976). *El intercambio simbólico y la muerte* (Cap. II "El orden de los simulacros")- Venezuela: Monte Avila Latinoamericana.

- Baudrillard, J. (1989/1972). *Crítica de la economía política del signo* (Capítulo 2). México: SXXI.
- Baudrillard, J. (2009/1970). *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras* (Capítulo 4). Madrid: SXXI.
- Baudrillard, J. (1969/1968). *El sistema de los objetos* (Conclusión). México: SXXI.
- Bourdieu, P. (2012/1996). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Chomsky, N. *¿Qué hace que los medios convencionales sean convencionales?* (De una charla en el Z Media Institute, Junio 1997).
- Chomsky, N. *Consentimiento sin consentimiento. La uniformización de la opinión pública*.
- Chomsky, N. *Sobre la prensa en los EEUU*.
- Chomsky, N. (2004/1993). *Fabricando el consenso. El control de los medios masivos de comunicación*.
- Vázquez Anderson, A. (2004). Más allá de Habermas: la realidad de los medios de comunicación. *Comunicación y Sociedad*, (2), 247-273.