

Sociología de la Comunicación

Introducción-

Al constituirse no sólo en relación con un territorio, sino también en conexión con redes internacionales de mensajes y bienes, necesitamos una definición no únicamente socioespacial sino sociocomunicacional de la identidad

Néstor García Canclini

Quizás por ser un campo relativamente nuevo con relación a las otras ciencias sociales, las denominadas, así, en plural, ciencias de la comunicación, constituyen al presente, el ámbito más interdisciplinario de éstas.

Esta situación conlleva ventajas y desventajas.

La ventaja más obvia es la confluencia en sí misma de las distintas disciplinas que al retroalimentarse una a otras, alrededor del eje de la comunicación, generan nuevos saberes.

La desventaja está pautada por cierta tendencia, que a veces se verifica, a ver el fenómeno en sí de la comunicación demasiado desde "el ojo de la cerradura" de la disciplina científica de la cual el docente es portador, descuidando la necesaria amalgama entre su especialidad y la comunicología.

Por ello considero relevante la cita de García Canclini que nos incita a los sociólogos a generar una dimensión sociocomunicacional de la identidad, entendiendo como identidad básicamente a la cultura contemporánea profundamente permeada por la globalización.

Por ello, en el momento de recrear el programa de la asignatura, creo que debe dársele un especial énfasis a:

- a) Ubicar en su contexto actual el debate acerca de la relación entre las ciencias de la comunicación y las demás ciencias sociales, particularizando la relación sociología – comunicación.
- b) Analizar las corrientes teóricas de la sociología que han tomado nota del fenómeno comunicacional.
- c) Determinar la influencia de la estructura social en la estructura y contenido de la comunicación tanto mediática como interpersonal.
- d) Realizar un abordaje, desde la sociología, de los soportes de comunicación.
- e) Evaluar el impacto sociocomunicacional de la globalización y de las comunicaciones mediadas por computadora.
- f) Analizar, como un fenómeno puntual, la formación de la denominada "opinión pública", en lo que hace a su relación con la comunicación desde sus formas

sociológicas más formales (la encuesta de opinión pública) a sus formas más difusas (el rumor).

- g) Estudiar a los grupos sociales en tanto receptores y emisores de medios de comunicación.
- h) Repasar las reflexiones realizadas sobre el rol de los medios masivos de comunicación, priorizando las investigaciones concretas realizadas en Uruguay.
- i) Brindar herramientas para permitir a los estudiantes comenzar a consolidar su perfil en tanto futuros investigadores.

Este contenido para la asignatura no es un proyecto cerrado, sino que estará atento a:

- a) Los aportes teóricos que en el campo de la comunicología se están produciendo.
- b) A las inquietudes encuadrables en la asignatura, que los estudiantes vayan planteando a partir de su experiencia en la disciplina y de su propia experiencia vivencial.
- c) Al contenido curricular de los programas de Sociología de la Comunicación de las universidades latinoamericanas, francesas y españolas, por ser éstas las más cercanas en tradiciones y experiencias a nuestra Universidad, para de este modo compartir con éstas zonas en común de modo de no alejarnos de un lenguaje similar que sería incongruente con el proceso de globalización en el que estamos inmersos. También se ha procurado, en lo posible, no superponer bibliografía con las otras asignaturas de nuestra Licenciatura.

Lic. Alvaro Gascue

Programa y bibliografía de Sociología de la Comunicación

1) ¿Sociología de la comunicación? (8 horas)

- El cambio dinámico del objeto de estudio de la sociología de la comunicación (medios + mediaciones + globalización) -¿Por qué "ciencias de la comunicación" en plural? - Teoría vs. Práctica -¿Es ciencias de la comunicación estrictamente una ciencia? -¿Por qué no un arte o una técnica? - La problemática de las orientaciones- Finalmente...¿se puede o no hablar de una "sociología de la comunicación"?

Tema de debate: ¿seremos comunicadores o comunicólogos?

Moragas, Miquel de - El lugar de la sociología en la investigación sobre comunicación de masas

Luna Cortés, Carlos - La tensión teoría-práctica en la enseñanza de la comunicación

Tedesco, Juan Carlos – Conocimiento y sociedad

Lucas, Antonio – García, Carmen- Ruíz - José Atonio -

- Hacia la sociedad de la información
- La comunicación en las ciencias sociales
- La comunicación de masas como objeto de estudio

Wellman, Barry - The three ages of Internet studies: ten, five, and zero years ago (no es una lectura obligatoria)

Postman, Neil – El ángel caído (no es de lectura obligatoria)

2) Marcos teóricos sociológicos aplicados al estudio de la comunicación

(12 horas)

- Funcionalismo- Marxismo - Teoría Crítica – Interaccionalismo Simbólico - Escuela de Palo Alto – Estructuralismo – Postmodernismo – Otras corrientes sociológicas

Tema de debate: ¿Es posible generar desde América Latina una escuela teórica acerca de la comunicación?

Mattelart, A.- Mattelart, M.-

- La sociología funcionalista de los medios de comunicación
- La teoría crítica
- El colegio invisible
- El estructuralismo
- El regreso de lo cotidiano
- El planeta híbrido
- La Unesco y el nuevo orden mundial de la comunicación

3) Globalización y comunicación (6 horas)

Los nuevos desafíos de la globalización – Efectos sociales e implicancias comunicacionales – Internet

Tema de debate: El proceso de globalización ¿villano o héroe de la película?

Castells, Manuel - Redes globales de comunicación, audiencias locales y reguladores estatales

Rifkin, Jeremy - La entrada a la era del acceso

Gordo López, Angel – Megías, Ignacio – Conclusiones (en construcción) en Jóvenes y cultura messenger

Vídeo: La batalla de los medios - Atilio Borón entrevista a Armand Mattelart

4) Globalización, migración y culturas populares (8 horas)

- Las migraciones - ¿Culturas nacionales o culturas híbridas? -El desafío de la integración- El impacto de los nuevos medios masivos de comunicación globales - Telenovelas, grafitis e historietas

Tema de debate: ¿Es la uruguayana una cultura híbrida?

García Canclini, Néstor -

- Globalizarnos o defender la identidad: como salir de esta opción
- Descoleccionar y desterritorializar
 - Géneros impuros: Grafitis e historietas

Bauman, Zygmunt – Turistas y vagabundos

Steimberg, Oscar - Estilo contemporáneo y desarticulación narrativa. Nuevos presentes, nuevos pasados de la telenovela.

Vídeo: Border Brujo - Guillermo Gomez Peña

5) Emisores, receptores y mediaciones (30 horas)

-La confluencia de los soportes

Ramonet, Ignacio - Prensa, poderes y democracia

5.1) La escritura

-Sociedad y prensa escrita – Prensa y poder - Dictadura, democracia y prensa escrita -
¿Quién lee diarios en Uruguay?- Prensa escrita alternativa (periódicos, revistas,
fanzines) -

Tema de debate: La prensa escrita en Uruguay

Borrat, Héctor - Las estrategias

Bissio, Roberto - Diez mitos y paradojas sobre la comunicación y democracia en el
Cono Sur

Material de la Cátedra- El Observador, una particular simbiosis entre noticias y editoriales

Vídeo: Fahrenheit 451- François Truffaut

5.2) El sonido

En la época de auge de la radio los marcianos invadieron la Tierra- Radio y sociedad en Uruguay -¿Porqué Uruguay supo ser un país pionero en el mundo de la radiotelefonía?- Radios comunitarias-

Tema de debate: La radio en Uruguay

Cantril, Hadley – La invasión desde Marte

Moliné, Marçal - El programa de radio con el que Orson Welles llenó la calle de marcianos

Astiazarán, Pablo – El mito de Maracaná

Rosenberg, Joel – Maracaná (no es material de lectura obligatoria)

Audio: La historia del relato de fútbol en la radio uruguaya - (recopilación Joel Rosenberg)

5.3) La imagen

5.3.1) La televisión

-La televisión entre los paradigmas de Orwell y Huxley -¿Qué muestra la televisión? - Impacto de la televisión por abono

Tema de debate: ¿Cuál debería ser el rol del Estado con relación a la televisión en nuestro país?

Berbier, F. – **Bertho Lavenir, C** – La edad clásica de la televisión.

Wolton, Dominique - La unidad teórica de la televisión
Televisión fragmentada contra televisión generalizada

Postman, Neil - El medio es la metáfora
La era del "show business"

Castells, Manuel – La cultura de la virtualidad real: la integración de la comunicación electrónica, el fin de la audiencia de masas y el desarrollo de las redes interactivas

Gascue, Alvaro - El día en que casi se acabó el mundo

Bourdieu, Pierre - La censura invisible
Ocultar mostrando
La circulación circular de la información

Ramonet, Ignacio - Ser periodista hoy

5.3.2- La fotografía, el cine y el vídeo

-La fotografía en Uruguay -Cine latinoamericano y sociedad- Cine y vídeo nacional.

Tema de debate: ¿Qué ocurre con el cine nacional?

Bourdieu, Pierre - La definición social de la fotografía

Clarín – Fotografía (no es de lectura obligatoria)

Martín Barbero, Jesús - Los procesos: de los nacionalismos a las transnacionales

5.4) – La convergencia

5.4.1 - La telefonía móvil

Castells, Manuel – La sociedad móvil en red

6) Un símbolo mediático de nuestro siglo: Andy Warhol (4 horas)

La sociedad estadounidense de los 60 y el pop art- Andy Warhol: artista plástico, locutor, publicista, cineasta, editor, promotor de Velvet Underground.

- Tema de debate: ¿Existe alguna relación entre el arte y la estructura socioeconómica de una sociedad?

Honnef, Klaus -

- El camino hacia la fama. De dibujante publicitario a celebrado artista del "pop art"
- De cineasta underground a tigre social

Posdata- Andy Warhol, los Velvet Underground y la Factory (no es material de lectura obligatoria)

Video: Superstar, the life and times of Andy Warhol- Chuck Workman

7) Medios y opinión pública (16 horas)

El impacto de los medios masivos en la formación de la opinión pública- Comunicación, marketing político y elecciones

Tema de debate: ¿Puede la publicidad influir en el resultado de una elección?

Lucas, Antonio – García, Carmen – Ruíz, José Antonio

- Estudios generales sobre los efectos de los medios de comunicación
- Teorías sobre los efectos de los medios de comunicación de masas

Bayce, Rafael - Las cuatro realidades: material-concreta, ideal-simbólica, hiperrealidad y virtual

Postman, Neil - Alargad la mano y votad a alguien

Mercader, Antonio - ¿Quién le teme al marketing político?

Aronson, Elliot – Comunicación de masas, propaganda y persuasión

Ianni, Octavio – O príncipe eletrônico (no es material de lectura obligatoria).

8) Comunicación organizacional (2 horas)

Comunicación interna – Canales formales e informales- Comunicación externa

Tema de debate: Comunicación interna ¿apoya o manipula al personal?

Lucas, Antonio – García, Carmen – Ruíz, José Antonio – La comunicación en las organizaciones

9) Apoyo a la Monografía Final (4 horas)

Dieterich, Heinz – El planteamiento del problema
La entrevista

Total: 90 horas

Fuentes bibliográficas-

Los capítulos o fragmentos pertenecen a las siguientes publicaciones cuya lectura completa, en carácter de material complementario, se recomienda a los estudiantes:

Módulo 1 -

Moragas, Miquel (compilador) et al- *Sociología de la comunicación de masas*- GG Mass Media, tercera edición, volumen 1- Barcelona- 1986 (1º edición Barcelona, 1985)

Luna Cortés, Carlos- en *Revista Dia-Logos de la Comunicación* n° 35- Lima- 1991

Tedesco, Juan Carlos – *Educación en la sociedad del conocimiento*- Fondo de Cultura Económico – Buenos Aires – Buenos Aires – 2000

Lucas, Antonio – García, Carmen – Ruíz, José Antonio – *Sociología de la Comunicación* – Editorial Trotta – Madrid - 1999

Wellman, Barry - *The Three Ages of Internet Studies: Ten, Five and Zero Years Ago in New & Media Society* – Sage Publications – Thousand Oaks - 2004

Postman, Neil – *El fin de la educación, una nueva definición del valor de la escuela* – Eumo Octaedro – Barcelona – 1999 (1º edición Nueva York, 1995)

Módulo 2 –

Mattelart, A. - Mattelart, M. - *Historia de las teorías de la comunicación*- Paidós- Barcelona- 1997 (1º edición París, 1995)

Módulo 3 -

Castells, Manuel – *La era de la información, volumen II, El poder de la identidad* – Alianza Editorial, Madrid, 1998 (1º edición Cambridge, 1997)

Rifkin, Jeremy - *La era del acceso. La revolución de la nueva economía* - Paidós - Barcelona - 2000

Gordo López, Angel – Megías, Ignacio – *Jóvenes y cultura messenger. Tecnología de la información y la comunicación en la sociedad interactiva* – FAD – INJUVE- Madrid – 2006

Módulo 4 -

García Canclini, Néstor- *La globalización imaginada* – Paidós – Buenos Aires - 1999
Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad- Grijalbo- Mexico- 1990

Bauman, Zygmunt – *La globalización, consecuencias humanas* – Fondo de Cultura Económica – San Pablo – 1999

Stiemberg, Oscar et al. - *Telenovela, ficción popular y mutaciones culturales*- Gedisa- Barcelona- 1997

Módulo 5 –

Ramonet, Ignacio - *La tiranía de la comunicación* - Debate- Madrid - 1998

5.1

Borrat, Héctor- *El periódico, actor político*- Ed. Gustavo Gili- Barcelona- 1989

Bissio, Roberto et al.- en *Medios de comunicación y democracia en el Cono Sur*- CIIDU- Montevideo- 1985

5.2

Cantril, Hadley et. al. – *Sociología de la comunicación de masas* - GG Mass Media, tercera edición, volumen 2- Barcelona- 1986 (1º edición Barcelona, 1985)

Moliné, Marçal - *La fuerza de la publicidad* - Mc Graw Hill - Madrid – 2000

Astiazarán, Pablo – *El mito de Maracaná* – en revista *Teorema*, año II nº 6 – Montevideo - 1992

Rosenberg, Joel - *Un grito de gol* - Santillana - Montevideo - 1999

5.3.1

Berbier, F. – Bertho Lavenir, C – *Historia de los medios. De Diderot a Internet* – Editorial Colihue – Buenos Aires – 1999 (1º edición, París, 1996)

Wolton, Dominique- *Elogio del gran público una teoría crítica de la televisión*- Gedisa Editorial- Barcelona- 1992 (1º edición, París, 1990)

Postman, Neil- *Divertirse hasta morir, el discurso público en la era del "show business"*- Ediciones de la Tempestad- Barcelona- 1991 (1º edición, Nueva York, 1985)

Castells, Manuel – *La era de la información, volumen I, La sociedad red* – Alianza Editorial, segunda edición – Madrid – 2000 (1º edición, Cambridge, 1996)

Gascue, Alvaro- en Revista *Temas de comunicación* nº 2- Licenciatura en Ciencias de la Comunicación - Universidad de la República- Montevideo- 1993

Bourdieu, Pierre - *Sobre la televisión*- Anagrama- Barcelona- 1997 (1º edición París, 1996)

Ramonet, Ignacio - *La tiranía de la comunicación* - Debate- Madrid - 1998

5.3.2

Bourdieu, Pierre - *La fotografía, un arte intermedio* - Ed. Nueva Imagen - México - 1979 (1º edición París, 1965)

Clarín – *Manual de estilo* – Clarín Aguilar- Buenos Aires - 1997

Martín Barbero, Jesús - *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía* - Gili - México - 1987

5.4

Castells, Manuel – *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global* – Editorial Ariel – Barcelona - 2006

Módulo 6 –

Klaus, Honnef- *Andy Warhol*- Ed. Benedickt Taschen- Colonia- 1992

Posdata- *Andy Warhol, los Velvet Underground y la Factory*- Revista Posdata nº 15- Montevideo - 1995

Módulo 7 -

Lucas, Antonio – García, Carmen – Ruíz, José Antonio – *Sociología de la Comunicación* – Editorial Trotta – Madrid - 1999

Bayce, Rafael et al.- en *Medios de comunicación y vida cotidiana*- Ediciones Multiplicidades- Montevideo- 1995

Postman, Neil- *Divertirse hasta morir, el discurso público en la era del "show business"*- Ediciones de la Tempestad- Barcelona- 1991 (1º edición, Nueva York, 1985)

Mercader, Antonio- (Sergio Israel, compilador) en *Marketing político en el Uruguay, la búsqueda de votos*- Ediciones Eme- Montevideo- 1989

Aronson, Elliot – *El animal social, introducción a la psicología social* – Alianza Editorial – Madrid, 1992 (1º edición 1972)

Ianni, Octavio et alt. – *Desafios da comunicação* – Editora Vozes – Petrópolis – 2003

Módulo 8 –

Lucas, Antonio – García, Carmen – Ruíz, José Antonio – *Sociología de la Comunicación* – Editorial Trotta – Madrid - 1999

Módulo 9 -

Dieterich, Heinz – *Nueva guía para la investigación científica* – Editorial 21 – Buenos Aires - 1999

La bibliografía se complementará con Materiales de la Cátedra.

Lecturas recomendadas -

Por ser novelas de referencia en varios autores se recomienda la lectura de:

Huxley, Aldous - *Un mundo feliz* - Ed. Borocaba - Buenos Aires - 1955
(1° edición, Londres - 1932)

Orwell, George - *Mil novecientos ochenta y cuatro* - A. Guerrero Editor - Mexico - 1999
(1° edición, Londres. 1949)

Bibliografía por orden alfabético -

Astiazarán, Pablo – *El mito de Maracaná* – en revista *Teorema*, año II n° 6 – Montevideo - 1992

Aronson, Elliot – *El animal social, introducción a la psicología social* – Alianza Editorial – Madrid – 1992 (1° edición San Francisco, Londres, 1972)

Bauman, Zygmunt – *La globalización, consecuencias humanas* – Fondo de Cultura Económica – San Pablo – 1999

Bayce, Rafael et al.- en *Medios de comunicación y vida cotidiana*- Ediciones Multiplicidades- Montevideo- 1995

Bissio, Roberto et al.- en *Medios de comunicación y democracia en el Cono Sur*- CIIDU- Montevideo- 1985

Berbier, F. – Bertho Lavenir, C – *Historia de los medios. De Diderot a Internet* – Editorial Colihue – Buenos Aires – 1999 (1° edición, París, 1996)

Borrat, Héctor- *El periódico, actor político*- Ed. Gustavo Gili- Barcelona- 1989

Bourdieu, Pierre - *Sobre la televisión*- Anagrama- Barcelona- 1997 (1° edición París, 1996)
- *La fotografía, un arte intermedio* - Ed. Nueva Imagen - México - 1979 (1° edición Paris, 1965)

Cantril, Hadley et. al. – *Sociología de la comunicación de masas* - GG Mass Media, tercera edición, volumen 2- Barcelona- 1986 (1° edición Barcelona, 1985)

Castells, Manuel – *La era de la información, volumen I, La sociedad red* – Alianza Editorial, segunda edición – Madrid – 2000 (1° edición, Cambridge, 1996)

– *La era de la información, volumen II, El poder de la identidad* – Alianza Editorial, Madrid, 1998 (1° edición Cambridge, 1997)

– *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global* – Editorial Ariel – Barcelona - 2006

Clarín – *Manual de estilo* – Clarín Aguilar- Buenos Aires - 1997

Dieterich, Heinz – *Nueva guía para la investigación científica* – Editorial 21 – Buenos Aires - 1999

García Canclini, Néstor- *La globalización imaginada* – Paidós – Buenos Aires - 1999
Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad- Grijalbo- Mexico- 1990

Gascue, Alvaro- en Revista *Temas de comunicación* n° 2- Licenciatura en Ciencias de la Comunicación - Universidad de la República- Montevideo- 1993

Gordo López, Angel – Megías, Ignacio – *Jóvenes y cultura messenger. Tecnología de la información y la comunicación en la sociedad interactiva* – FAD – INJUVE- Madrid – 2006

Ianni, Octavio et alt. – *Desafios da comunicação* – Editora Vozes – Petrópolis – 2003

Klaus, Honnef- *Andy Warhol*- Ed. Benedickt Taschen- Colonia- 1992

Lucas, Antonio – García, Carmen – Ruíz, José Antonio – *Sociología de la Comunicación* – Editorial Trotta – Madrid - 1999

Luna Cortés, Carlos- en Revista *Dia-Logos de la Comunicación* n° 35- Lima- 1991

Martín Barbero, Jesús - en Revista *Dia-Logos de la Comunicación* n° 28- Lima- 1990
De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía - Gili - México - 1987

Mattelart, A. - Mattelart, M. - *Historia de las teorías de la comunicación*- Paidós- Barcelona- 1997 (1° edición París, 1995)

Mercader, Antonio- en *Marketing político en el Uruguay, la búsqueda de votos*- Ediciones Eme- Montevideo- 1989

Moliné, Marçal - La fuerza de la publicidad - Mc Graw Hill - Madrid - 2000

Moragas, Miquel (rec.) et al- *Sociología de la comunicación de masas*- GG Mass Media, tercera edición, volumen 1- Barcelona- 1986 (1º edición Barcelona, 1985)

Posdata- *Andy Warhol, los Velvet Underground y la Factory*- Revista *Posdata* nº 15- Montevideo - 1995

Postman, Neil – *El fin de la educación, una nueva definición del valor de la escuela* – Eumo Octaedro – Barcelona – 1999 (1º edición Nueva York, 1995)

Divertirse hasta morir, el discurso público en la era del "show business"- Ediciones de la Tempestad- Barcelona- 1991
(1º edición, Nueva York, 1985)

Ramonet, Ignacio - *La tiranía de la comunicación* - Debate- Madrid - 1998

Rifkin, Jeremy - *La era del acceso. La revolución de la nueva economía* - Paidós - Barcelona - 2000

Rosenberg, Joel - *Un grito de gol* - Santillana - Montevideo - 1999

Stiemberg, Oscar et al. - *Telenovela, ficción popular y mutaciones culturales*- Gedisa- Barcelona- 1997

Tedesco, Juan Carlos – *Educación en la sociedad del conocimiento*- Fondo de Cultura Económico – Buenos Aires – Buenos Aires – 2000

Wellman, Barry - *The Three Ages of Internet Studies: Ten, Five and Zero Years Ago in New & Media Society* – Sage Publications – Thousand Oaks - 2004

Wolton, Dominique- *Elogio del gran público una teoría crítica de la televisión*- Gedisa Editorial- Barcelona- 1992 (1º edición, París, 1990)

Plan de actividades -

Cronograma y evaluación-

Cronograma-

La duración del dictado de la asignatura es anual (90 horas).

El fin del curso está previsto para diciembre.

Se recuerda a los estudiantes que al rendir el primer parcial presencial ya no deberán tener Sociología General (de primer año) como previa.

Pruebas de evaluación-

Durante el curso se instrumentarán las siguientes instancias de evaluación:

- 1) Primer Parcial Presencial- Consistirá en un trabajo escrito a realizar en clase que abarcará todos los temas dictados hasta ese momento. Se formularán cuatro preguntas de las cuales deberán contestarse, como máximo tres (fecha aproximada: junio-julio)
- 2) Producto Periodístico - Consistirá en un trabajo grupal (**grupos de no más de 5 –cinco- estudiantes**) o individual de carácter periodístico, preparatorio del Trabajo Final (fecha aproximada: agosto). Soportes (uno a elección): dos carillas tabloide, diez minutos cuña radio, diez minutos cuña televisión.
- 3) Segundo Parcial Presencial - Consistirá en un trabajo escrito a realizar en clase que abarcará todos los temas posteriores a los comprendidos en el primer Parcial Presencial. Se formularán cuatro preguntas de las cuales deberán contestarse, como máximo tres (fecha aproximada: noviembre).
- 4) Trabajo Final - El Trabajo Final consistirá en la entrega, en fecha a fijar en el período de exámenes, de una Monografía en cual habrá de realizarse una investigación de campo relativa a un grupo social (a elección de los redactores de la misma) en tanto receptores y/o emisores de medios de comunicación. La monografía puede ser realizada en forma individual o grupal (**grupos de no más de cinco estudiantes**). Por mayor información acerca del Trabajo Final leer el capítulo respectivo.

ATENCIÓN, PARA PODER APROBAR EL CURSO SE DEBERÁ NECESARIAMENTE APROBAR LA MONOGRAFÍA, EN CASO DE QUE ÉSTA NO ALCANCE EL PUNTAJE MÍNIMO (3) DEBERÁ SER REFORMULADA Y ENTREGADA NUEVAMENTE EN OTRO PERÍODO DE EXÁMENES.

Al entregar cada trabajo se debe incluir: Nombre del estudiante, número del carné de identidad, turno al cual el estudiante pertenece. NO SE PUEDEN REALIZAR LOS PARCIALES PRESENCIALES NI ENTREGAR TRABAJOS EN EL TURNO AL CUAL NO SE PERTENECE (cualquier trámite para cambiar de turno por razones justificadas debe hacerse ante bedelía). En caso de pertenecer a otro servicio universitario y estar cursando la asignatura como optativa se indicará la Facultad o Escuela correspondiente. Los datos deberán incluirse en el trabajo mismo, en forma clara y precisa, nunca solamente en un sobre que contenga al

mismo o en una hoja separada. En caso de tratarse de una grabación de audio o video se incluirá, también, al final de la misma.

Si bien algunas notas se adquieren en forma grupal al promediarse con las de los trabajos de carácter individual, la nota final será de este último tipo.

ATENCIÓN: Durante el curso se podrán conformar grupos de hasta 5 (cinco) estudiantes a los efectos de exponer temas en clase. En caso de que la exposición sea correcta los ponentes obtendrán 0,5 adicional sobre la nota final del curso. Estas exposiciones no son obligatorias y se podrán realizar hasta un mes antes de finalizar las clases. Solamente se podrá exponer una vez a lo largo del curso.

Aprobación del curso

Se utilizará la escala de uso en la Licenciatura: 0-12 (aplazado menos de 3, los trabajos aplazados serán clasificados con 0 a los efectos de la nota final ya que el Equipo Docente considera que sería una paradoja que la asignatura se aprobara con puntos provenientes de trabajos aplazados). Para el Trabajo Final también se aplicará la escala 0-12.

La aprobación del curso se concreta del siguiente modo:

- a) El primer y tercer parcial totalizan el 70% del promedio final (35% + 35%).
- b) El segundo parcial y el Trabajo Final el otro 30% (5% + 25%).
- c) Si el estudiante participó en una exposición de tema se le sumará al promedio la nota obtenida en ésta (un punto).
- d) La aprobación de la monografía final.

Para aprobar el curso el **promedio final** deberá ser igual o mayor que 3 (escala 0-12).

Ningún estudiante quedará inhabilitado para presentar el Trabajo Final por no haber rendido alguna o la totalidad de las pruebas realizadas durante el año en clase (para determinar la nota final se aplicará el mismo cálculo del promedio que se aplica al resto de los estudiantes de la asignatura). (VER MODALIDAD APLICABLE A LOS ESTUDIANTES QUE NO REALIZARON NINGUNA PRUEBA PARCIAL O FUERON APLAZADOS EN TODOS ELLOS)

Se recuerda a los estudiantes que en todas las pruebas parciales y en el Trabajo Final se deberá acompañar el nombre con el número del carné de identidad, así como el turno al cual se pertenece. Los trabajos presenciales deberán realizarse con lapicera (tinta).

PARA RENDIR EL EXAMEN HAY QUE INSCRIBIRSE VÍA INTERNET EN EL TURNO CORRESPONDIENTE (PERÍODO ORDINARIO = TURNO

MATUTINO, PERÍODO EXTRAORDINARIO = TURNO NOCTURNO). EL EXAMEN CONSISTE EN LA ENTREGA LA MONOGRAFÍA LO CUAL SE PUEDE HACER EN CUALQUIER PERÍODO.

SI UN ESTUDIANTE APLAZA EL CURSO Y OPTA POR RECURSARLO, UNA VEZ RECURSADO EL TEMA DE LA MONOGRAFÍA NO PODRÁ SER EL MISMO CON QUE SE PRESENTÓ A LOS PERÍODOS DE EXÁMENES ANTERIORES.

Trabajos domiciliarios entregados fuera de fecha

Los trabajos domiciliarios entregados, sin una causa justificada, **fuera de fecha** serán penalizados con una quita del 50% de la nota que éste obtenga (el límite para entregar un trabajo fuera de fecha, con causa justificada, es de 7 días). De todos modos la nota perdida total o parcialmente por la no realización de un parcial o su entrega tardía puede recuperarse mediante la intervención oral en clase prevista en este Programa. Esta disposición no se aplica para la Monografía final, por tratarse de un examen se deberá entregar necesariamente en el día y hora indicado por Bedelía.

NO SE LE RECIBIRÁ EL EXAMEN DE LOS ESTUDIANTES QUE PREVIAMENTE NO SE HAYAN INSCRIPTO EN BEDELÍA PARA RENDIRLO.

Faltas de ortografía o errores gramaticales

Las faltas de ortografía u otros errores gramaticales serán tomados en cuenta en el momento de calificar. Aquellos estudiantes que padezcan dislexia o problema similar deberán acreditarlo ante el Equipo Docente en el primer mes del curso a los efectos de que las faltas no los perjudiquen.

Modalidad de examen aplicable a los estudiantes que no realizaron ninguna prueba parcial o resultaron aplazados en todas ellas

Dichos estudiantes deberán cumplir con los requisitos que indica el Reglamento de Estudios y el examen consiste en:

- a) Realización de una prueba escrita que abarcará la bibliografía de la asignatura (65%)
- b) Entrega del producto periodístico previsto en el presente Programa (5%).
- c) Entrega de la Monografía prevista en el presente Programa (30%).

Para aprobar la nota final resultante debe ser igual o mayor a 3.

La prueba escrita se rendirá el día indicado por Bedelía y al concurrir a ella se deberán entregar los otros trabajos (producto periodístico y monografía)

Día y horario de consulta de la asignatura -

Turno matutino: los miércoles de 12 a 13 horas.

Turno nocturno: los martes de 19 a 20 horas.

También es posible realizar consultas estudiantiles mediante email:
(pero es preferible hacerlas en persona)

Alvaro Gascue: agascue@liccom.edu.uy

Fabiana Espíndola: fabiana@fcs.edu.uy

Gabriela Fleiss: gfleiss@netgate.com.uy

Web de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República:

www.liccom.edu.uy

Información acerca del Trabajo Final

El Trabajo Final consiste en la entrega de una monografía que habrá de contener una investigación de campo relativa a algún grupo social en tanto emisor y/o receptor de comunicación.

El grupo social será elegido por quienes presenten el Trabajo y la investigación de campo deberá comprender a una representación del mismo físicamente abarcable.

Por ello se sugiere a los estudiantes que elijan temas que realmente los motiven y que les sean de fácil abordaje a los efectos investigatorios.

El trabajo debe ser necesariamente de campo por ello no es correcto presentar solamente investigaciones bibliográficas o similares (recopilaciones, transcripción de datos de archivo, artículos de Internet, etc.).

Con el fin de contemplar los diversos intereses de los estudiantes el concepto grupo social será tomado del modo más abarcativo posible y la comunicación estudiada podrá ser mediática o interpersonal.

También se sugiere que los trabajos sean de carácter descriptivo, aunque si alguien desea realizar un trabajo basado en una hipótesis también podrá hacerlo.

La monografía tentativamente deberá comprender:

Secciones de la monografía final

- **Título.** (El trabajo podrá tener un título fantasía y deberá tener un subtítulo que indique con claridad cual es el tema tratado).

Ejemplo: Mastrini, G. – Becerra, M. – 2006 - Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina – Buenos Aires.

Palabras claves. Cinco o seis palabras que permitirán que alguien que está buscando material en Internet o en una biblioteca para realizar un trabajo sobre el mismo tema que el de ustedes rápidamente encuentre vuestra monografía.

Introducción. Primer acercamiento al tema, donde se fundamenta la relevancia del mismo. También puede incluirse el espacio físico-temporal y el espacio geográfico de la investigación (dónde y cuándo se realizó).

Objetivos de la investigación. Exponen en forma clara qué se pretende investigar. Dichos objetivos deben poder cumplirse con la investigación.

Preguntas guía y/o hipótesis. Las preguntas guías revelan las interrogantes centrales desde las que los investigadores se acercan al tema. Son las preguntas que la investigación tratará de responder.

No es necesario por tratarse de una monografía, la existencia de una hipótesis. Sin embargo, si la hubiera, debería ser general y posible de confirmar o refutar sobre la base de la información recabada en la investigación.

Metodología (Recomendado: corte cualitativo-descriptivo). En este apartado se especifican y justifican las técnicas que se utilizaron. Debe aparecer también una descripción del universo, de las entrevistas realizadas (a quién y cuándo) y de las demás técnicas -si las hubiera.

Marco teórico. No es una condición imprescindible si el tema no lo amerita, pero siempre que se aborda un tema es pertinente la existencia de un marco teórico que sustente el análisis que se realizará.

El marco teórico está compuesto por los conceptos y las ideas centrales que de alguna manera guían el enfoque de la investigación. Sin embargo, no debe ser una simple exposición de distintos planteos de autores, sino que debe presentar también la relación de éstos con el tema específico a investigar.

Análisis. Consta de la descripción y el análisis de lo encontrado en la investigación. Las entrevistas en profundidad (en caso de utilizarse este método) deben ser ordenadas por ejes temáticos y comparadas entre sí.

Conclusiones. Luego del análisis deben desprenderse ciertas conclusiones que ilustren los hallazgos más relevantes.

Bibliografía – Ocurre a veces que el tema que vamos a investigar ya ha sido tratado o incluso investigado con anterioridad, en esos casos se aconseja acceder a la bibliografía que pudiera existir. (Google, en su versión académica, es un muy buen buscador de trabajos universitarios, obviamente otro lugar natural para la búsqueda son las bibliotecas)

Anexos - Deberán anexarse las transcripciones de las entrevistas en profundidad u otro material que se considere de interés.

El Trabajo Final está fuertemente relacionado con el trabajo de carácter periodístico que se realizará a mitad de año ya que la idea es que éste último sirva de exploración del tema a investigar.

De todos modos será posible cambiar de tema de un trabajo a otro así como la composición del grupo con la previa autorización del Equipo Docente, pero el grupo nunca podrá tener más de 5 (cinco) integrantes. También se puede presentar el trabajo en forma individual). En el caso de cambio de tema dicha acción será considerada un motivo de baja en la nota final, ya que se habría incurrido en un error en la primera elección.

No es obligatorio encuadrar la monografía dentro de un marco teórico o en el de la misma bibliografía del curso si el tema tratado es original, pero es acertado hacer una búsqueda bibliográfica y la lectura de material referente al tema concreto que se está investigando.

En nuestra asignatura no existe una cantidad de hojas prefijada ni in formato del texto para la monografía, pero se recomienda basarse en el siguiente modelo: 15 páginas A4, letra arial 12 a ½ espacio por ser el de uso académico más frecuente.

Generalmente, si se realizan entrevistas estas no deben incluirse en forma "taquigráfica" en el cuerpo de la monografía. Lo correcto es transcribir fragmentos de éstas que sirvan para ilustrar los hallazgos. Las entrevistas se hacen con el objetivo de ser analizadas no meramente de transcribirlas.

La pertinencia de la inclusión de una entrevista entera debe ser consultada con el Equipo Docente.

También la inclusión de fotografías o dibujos debe ser consultada con el Equipo Docente.

Algunos errores frecuentes:

- No se debe emplear un lenguaje propio de un artículo periodístico, se trata de una monografía de carácter académico.
- Cuando cite un texto se debe señalar con exactitud la fuente.
- No se deben deslizar por parte de los autores opiniones valorativas personales, en particular si éstas, no están apoyadas por datos constatados durante la investigación. (Ej.: Afirmar que una Iglesia Carismática es un "negociado" o que sus postulados son "heréticos").
- A veces es útil incluir datos tales como la edad de los integrantes del grupo que se está investigando. (Ej.: Es relevante saber si los integrantes del grupo de rock que se está investigando tienen 15 años o 30).
- No se deben dejar datos "en el aire". (Ej.: Antes que afirmar que alguien está vestido en forma extravagante es mejor describir como lo está).
- Toda afirmación debe estar sustentada en los hallazgos de la investigación de campo o en una fuente a la cual, en todos los casos, debe hacerse referencia.

Todas las afirmaciones relevantes cuya base sea un trabajo de terceros deben citarse señalando la fuente original (ver ejemplo en el próximo apartado).

Fuentes bibliográficas o similares -

Al realizar una cita de carácter bibliográfico o similar deberá indicarse la fuente.

Ejemplos:

No es el poder de una clase, o aquel que deriva de la posesión de los medios de producción; es el poder que nace de la manipulación del material simbólico, el que usamos en las situaciones sociales.

Wolf - 1988:90

El concepto de institución total, acuñado por Goffman, es el resultante del juego de las categorías que Goffman utiliza para sus análisis y no es necesario en su marco teórico recurrir al arsenal estructural para justificarla. Como señala Sebastián de Erice, Goffman, quiso aprender algo sobre el mundo social de los pacientes hospitalizados, según ellos mismos lo experimentan subjetivamente (Sebastián de Erice - 1994:11).

Cita de una fuente:

Pero además al continuar con su análisis remonta la génesis del concepto maquinal a Max Weber quien fue el primero en escribir acerca de este tipo de organización al referirse a la racionalidad burocrática (Mintzberg - 1992:165).

Citas bibliográficas -

Wolf, M. - 1988 - Sociologías de la vida cotidiana - Cátedra - Madrid.

Sebastián de Erice, J. - 1994 - Erving Goffman: de la interacción focalizada al orden interaccional - Siglo XXI - Madrid.

Mintzberg, H. - 1992 - *El poder en la organización* - Ed. Ariel - Barcelona.

En el texto: *Wolf (autor)* - 1988 (año de la edición): 90 (página).

En la bibliografía: Wolf, M. (autor) - 1988 (año de la edición) - Sociología de la vida cotidiana (título del trabajo) - Cátedra (editorial) - Madrid (lugar en donde se editó).

En la mención de la fuente: (Mintzberg -autor - 1992 - año de edición - 165 - número de página)

En las citas o fragmentos tomadas de Internet deberá indicarse, en todos los casos, el URL del original, fecha en que se localizó el material

en Internet, autor y fecha de redacción si está indicada en la página Web.

De no incluirse el URL los fragmentos utilizados serán considerados por el Equipo Docente un plagio. (Esta disposición se aplica también para los productos periodísticos).

A los efectos de ampliar acerca de la presentación de la monografía es posible recurrir al trabajo de Heinz Dieterich señalado en la bibliografía.

En la monografía se deberá indicar con claridad:

Nombre o nombres de los estudiantes.

Número de carné de identidad.

Turno al cual se pertenece o perteneció cuando se cursó la asignatura.

Año en que se cursó la asignatura.

De tratarse de un estudiante que no pertenece a la Licenciatura deberá indicar su Facultad de Origen.

La monografía debe estar firmada (firma y aclaración de firma) por todos los que la redactaron.

Los datos deberán incluirse en la monografía misma, nunca en un sobre o similar que la contenga

<p>ATENCIÓN: Además de la monografía sobre papel deberá entregarse un disquete conteniendo la misma a los efectos de su archivo en la Licenciatura.</p>
--

Ejemplos de algunos temas investigados en años anteriores:

Niños en situación de calle (Capitanes de la Arena) – Programas radiales (Musicalísimo) – Noticieros centrales de televisión (Telenoche) - Radios Alternativas (El Puente) - Murga (Falta y Resto) - Hábitos e inventario de soportes de comunicación mediática en hogares estudiantiles (Hogar de estudiantes de Tacuarembó) - Grupos religiosos (Sai Baba) – Músicos ambulantes (entrevistas a músicos de est tipo) – Homosexualidad (boliche gay) – Tercera edad (estudio comparativo de la recepción de medio masivos de comunicación entre dos residencias para ancianos) – Radioaficionados (Radio Club Uruguayo) – Medio rural (estudio acerca de una familia de puesteros en una estancia de Salto y la recepción de los medios masivos) – Drogadicción (Fundación Manantiales) – Programas radiales étnicos (Hora armenia) – Clubs de fans (Natalia Oreiro) – Pokemanía (estudio con escolares) – Danza Tropical (Inter) – Antártida (la comunicación entre Montevideo y los habitantes de la base Artigas) - ¿Durazno argentinizado? (estudio comparativo acerca de los afiliados a los

sistemas de cable de Durazno)- Cárcel de mujeres (grupo de presidiarias) – No videntes (Fundación Braille) – Depresión (Caza bajones) - Voto de silencio (Hermanas Clarisas)- Prensa sindical (audición y periódico del Sunca) – Pescadores artesanales, accidentes en el mar y la prensa (estudio de caso con pescadores del Cerro) – Prensa alternativa (revista Barrikada) - Organización de difusión cultural (Centro Cultural Cerrense) - Recepción de los medios masivos de comunicación en zona rural sin red de corriente eléctrica (Alfárez - Rocha) (Cardozo Grande - Tacuarembó) - Los payadores como emisores de comunicación (entrevistas en profundidad a payadores) - Caricatura política (entrevistas en profundidad a caricaturistas) - Formación de parejas (programa radial encuentros, radio Sarandí) - Revistas digitales (El gato negro) - Los jueces de fútbol como comunicadores interpersonales (escuela oficial de árbitros de fútbol) – Una torre parroquial al servicio de la comunicación en una comunidad (José Enrique Rodó) – Interferencia del ruido en el aprendizaje escolar (Escuela n° 47) – Hábitos comunicacionales de personas que viven sin televisor (personas que optaron por no tener televisor en su hogar) – Propaganda rodante en Ismael Cortinas (Milroz Propaganda), Cultura queer (página WEB y publicación digital Actitud Queer), Animación de fiestas infantiles (Alegrifiestas) – Pictogramas de las cajillas de cigarrillos y la lucha antitabaquismo (fuentes varias) – Comunicación al exterior de las marcas que exportan (CONAPROLE y ARTECH), Comunicación a través de celular, televisión y computador (Telechat).

En la Biblioteca es posible consultar monografías (casi todas ellas en disquete) de años anteriores, su mayor interés reside en los datos que contienen (atención: algunas de estas monografías pueden tener problemas en la forma de presentación).

Equipo Docente

Fabiana Espíndola, Gabriela Fleiss y Alvaro Gascue

Colaboradores Honorarios:

Eloísa Capurro y Pablo Lecha