



COMUNICACIÓN SOCIAL

Unidad 1

Comunicación y cultura. Modelo telegráfico de la comunicación. Capacidad simbólica.

Teorías sobre la comunicación. Panorama histórico. Escuela de Frankfurt. Escuela de estudios culturales de Birmingham. Mass communication research. Comunicación, cultura y recepción. Medios masivos e industria cultural y productores de sentido. Interpretes y audiencias. Multitud y masa. La mediatización. Audiencias como protagonistas. Lectura dominante, negociada y oposicional.

Unidad 2

El productor cultural y el público. Recepción de la obra. Signos y símbolos en la cultura contemporánea. Productos artísticos y comunicacionales como vías de intercambio entre culturas. Percepción y sensibilización en tanto introducción de los fenómenos artísticos. Aportes de la ciencia y la tecnología en relación con la producción artística y comunicacional.

Unidad 3

Debates teóricos. Adorno y la dialéctica negativa. La industria cultural. Erich Fromm y la ciudad del ser.

La comunicación y las políticas culturales en América Latina. La democratización dentro del horizonte nacional. Culturas desterritorializadas. La industria editorial. Hacia una cultura multimedia. La globalización como organización estética de la multiculturalidad. La producción endógena y la circulación intraregional.