

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CORDOBA.  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN.  
DOCTORADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL.  
TEORIAS DE LA COMUNICACIÓN.  
Diálogos entre lo clásico y lo contemporáneo.**

DR. VICTOR LENARDUZZI

AÑO: 2021

## **I-PRESENTACION.**

Este curso se propone abordar diferentes perspectivas y teorías sobre los procesos de comunicación en las sociedades contemporáneas. Aún cuando algunas de las mismas quizá no puedan ser tratadas estrictamente como “teorías de la comunicación”, debido a que exceden esta problemática y se trata de teorías de la sociedad y la cultura, resultan fundamentales para comprender y reconstruir algunas de las principales reflexiones sobre el tema. En esta oportunidad, nos interesa plantear un diálogo entre los textos clásicos y los abordajes contemporáneos. Es decir, contamos con unas tradiciones teóricas, a las que no podemos renunciar del todo y, a su vez, tenemos redefiniciones recientes de los escenarios comunicacionales, que desafían a esas tradiciones a “volver” a ponerse en funcionamiento con el objeto de pensar la experiencia cultural actual. <sup>1</sup>

Para ello se ha delimitado un conjunto de problemas y textos significativos que abordan tópicos centrales del diverso espectro de temas que incluye la investigación en comunicación. En esta oportunidad, ya que se trata de un curso de doctorado, se propone un punto de partida vinculado a una revisión de algunos planteos conceptuales fundantes para luego dirigirnos a problemáticas contemporáneas que permiten articular textos teóricos clásicos con reflexiones contemporáneas que han sido divididos en 4 unidades que se desarrollarán en los encuentros previstos.

1

## **II-OBJETIVOS.**

El curso se propone los siguientes objetivos

- promover la apropiación y uso crítico de las diferentes perspectivas teóricas.
- profundizar en el conocimiento de corrientes teóricas del campo desde nuevos lugares de abordaje.
- hacer visible la relación (no siempre armónica) que existe entre teorías, métodos y objetos.
- favorecer el contacto de los estudiantes con textos de calidad y densidad teórica (teniendo en cuenta que se hace una selección).
- privilegiar el abordaje interdisciplinario de los fenómenos comunicacionales
- enfaticar la idea de que el lenguaje, el arte, los géneros, etc. no pueden estudiarse prescindiendo de las condiciones históricas.

---

<sup>1</sup> Como punto de partida, se sugiere para quienes no provienen de una formación de base en comunicación, la lectura de los siguientes textos (o su relectura en caso de conocerlos), antes del inicio del curso:

-KATZ, E. y LAZARFELD, P. (1995), **Personal Influence**, Columbia University. (selección)

-BENJAMIN, W. (1989), **Discursos interrumpidos I**, Taurus, Madrid. (“La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”).

-HORKHEIMER M. y ADORNO, T. (1971), **Dialéctica del Iluminismo**, Sur, Buenos Aires. (“La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas”).

-MCLUHAN, M. (1996), **Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano**, Paidós, Barcelona. (“1.El medio es el mensaje”).

-HALL, S. (1993), “Codificar/Decodificar”, en A. Entel, **Teorías de la comunicación. Cuadros de época y pasiones de sujetos**, Hernandarias, Buenos Aires.

### III-CONTENIDOS.

#### **UNIDAD 1. LA DOMINACION ALGORITMICA: NEOLIBERALISMO, PODER Y COMUNICACIÓN.**

La gran mutación de época: de la cultura de masas a la cultura mediática. El pensamiento crítico y los debates sobre el impacto del neoliberalismo en las sociedades contemporáneas. Silicon Valley, el tecnoliberalismo y la nueva colonización del mundo. Big Data y algoritmización de la existencia. La idea de la humanidad deficitaria suplementada/asistida por la técnica y el entrelazamiento de lo biológico y lo maquínico. De las sociedades disciplinarias a la sociedades del control: biopolítica y psicopolítica. Comunicación, libertad y deseo: los nuevos espacios para la dominación. ¿Neoliberalismo o semicapitalismo? Internet, plataformas, redes y reconversión de los medios de comunicación tradicionales. Comunicación y poder en la sociedad-red. La pregunta por las formas de construcción de contrapoder. "Multitud interconectada", efecto enjambre, movimientos sociales.

##### Lecturas básicas.

- LASH, S. (2005), **Crítica de la información**, Amorrortu, Buenos Aires. ("2. Formas tecnológicas de vida").
- SADIN, E., **La silicolonización del mundo. La irresistible expansión del liberalismo digital**, Caja negra, Buenos Aires, 2018. ("Introducción" y Parte 02. Silicon Valley: una "visión de mundo")
- HAN, B. (2014), **Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas de poder**, Herder, Barcelona. ("La crisis de la libertad", "El poder inteligente", "Biopolítica", "El dilema de Foucault", "El Big Brother amable" y "Big Data")
- BERARDI, F., **Fenomenología del fin. Sensibilidad y mutación conectiva**, Caja Negra, Buenos Aires, 2017 (Parte 2- Cap.6. "El efecto enjambre").
- VAN DIJCK, J. (2016), **La cultura de la conectividad. Una historia crítica de las redes sociales**, Siglo XXI, Buenos Aires. (Cap.3. "Facebook, el imperativo de «compartir»").

##### Lecturas sugeridas.

- DELEUZE, G. (1990), "Postdata sobre las sociedades de control", en **Babel**, N° 21, Buenos Aires.
- CASTELLS, M. **Comunicación y poder.**, Alianza, Madrid, 2009. (Capítulo I. "El poder en la sociedad red").
- REGUILLO, R. (2017), **Paisajes insurrectos. Jóvenes, redes y revueltas en el otoño civilizatorio**, NED. ("Paisaje III. Superficies de inscripción digital. Decodificar las expresiones del malestar contemporáneo")
- VIRNO, P. (2003), **Gramática de la multitud. Para un análisis de las formas de vida contemporáneas**, Colihue, Buenos Aires. (Selección).
- DESSAL, G. (2019), **Inconsciente 3.0. Lo que hacemos con las tecnologías y lo que las tecnologías hacen con nosotros**, Xoroi Ediciones, Buenos Aires. (XII. "El inconsciente en la época del yo cuantificado").

#### **UNIDAD 2. ESPECTACULO Y SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA.**

Comunicación, espectáculo y mercancía en la obra de Debord. La representación y la imagen como sustitutos de la experiencia. La política y la escenificación del poder. La estetización de la política (Benjamin) y el problema de la espectacularización. La construcción de la sociedad como una obra de arte: miradas sobre la experiencia del nazismo y el stalinismo. La mirada y el deseo en la construcción de la exhibición. Diferentes modelos de relación espectacular (la fiesta, el carnaval, el circo, el teatro, la pantalla). Espectacularización de la vida cotidiana y desacralización del espectáculo en la TV. Problematicación del lugar del espectador y de las relaciones mirar/conocer/actuar. Espectacularización, estetización y democracia (Ranciere- Rebenisch). Internet y la era de la producción estética masiva: ¿artistas sin espectadores? Nuevas miradas sobre escenas y experiencias desde la "estética relacional".

##### Lecturas básicas.

- DEBORD, G. (2008), **La sociedad del espectáculo**, La Marca, Buenos Aires. (selección).
- GONZALEZ REQUENA, J. (1992), **El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad**, Cátedra, Madrid. ("Elementos para una teoría del espectáculo")
- RANCIERE, J. (2010), **El espectador emancipado**, Manantial, Buenos Aires. (el ensayo del mismo nombre)
- REBENTISCH, J. (2013), "Estetización: ¿qué relación existe entre la estetización y la democracia, por qué se la debería defender, por qué motivo es necesaria la filosofía para hacerlo y qué se sigue de este hecho"

para la crítica de la sociedad?”, en Galfione, M. y Juárez, E. (eds.), **Modernidad estética y filosofía de arte I. La estética alemana después de Adorno**, Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba.

-BOURRIAUD, N. (2006), **Estética relacional**, Adriana Hidalgo, Buenos Aires. (“Prólogo” y “La forma relacional”).

#### Lecturas sugeridas.

-BAUDRILLARD, J. (1984), **Cultura y simulacro**, Kairós, Barcelona. (1. “La precesión de los simulacros”).

-BAJTIN, M. (1989), **La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento**, Alianza, México (selección)

-GROYS, B. (2008), **Obra de arte total Stalin**, Pre-textos, Valencia (“2.El arte estaliniano de vivir”).

-MICHAUD, E. (2009), **La estética nazi. Un arte de la eternidad**, Adriana Hidalgo, Buenos Aires. (“1.Artista y dictador”).

-MORIN, E. (1966), **El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masas**, Taurus, Madrid. (Primera Parte. Cap. VII “Los campos estéticos”).

### **UNIDAD 3. DE LA ERA DE LA REPRODUCCIÓN TÉCNICA A LA ERA DIGITAL.**

De la cultura de masas a la cultura mediática. Los medios de masas y la noción de *nuevos medios*. ¿Qué es lo nuevo/lo viejo de los medios? Convergencia de tecnologías informáticas y mediáticas. El DJ, la música electrónica y la cultura del remix como modelos artísticos: la postproducción como estrategia del uso y el reciclado El concepto de cibercultura y la pregunta por la virtualización: real, virtual y actual en el ciberespacio. Tecnología, arte y expansión sensible. Diseño, cuerpos, inmersión. Prótesis y gadgets. Redes de colaboración y creación colectiva. La “obra abierta”: mixturas/ flujos/ acontecimientos. Recepción, intervención, navegación, participación. El problema del aura revisitado en la era digital: ¿originalidad de la copia?

#### Lecturas básicas.

-BOURRIAUD, N: (2007), **Postproducción**, Adriana Hidalgo, Buenos Aires. (“Introducción” y II.1 “Los años ’80 y el nacimiento de la cultura DJ: hacia un comunismo de las formas”).

-LEVY, P. (1999), **¿Qué es lo virtual?**, Paidós, Barcelona. (1. “¿Qué es la virtualización?”).

-MANOVICH, L. (2006), **El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital**, Paidós, Buenos Aires. (“1. ¿Qué son los nuevos medios?”)

-GROYS, B. (2016), “Modernidad y contemporaneidad: reproducción mecánica vs. Digital” y “Google: el lenguaje más allá de la gramática”, en **Arte en flujo. Ensayos sobre la evanescencia del presente**, Caja Negra, Buenos Aires.

-PRADA, J. (2015), **Prácticas artísticas e Internet en la época de las redes sociales**, Akal, Madrid. (5. “Las nuevas poéticas (online) del registro y de la base de datos”).

#### Lecturas sugeridas.

-MC LUHAN (2005), **Inédito**, La marca, Buenos Aires. (“Leyes de los medios”)

-SUBIRATS, E. (2001), **Culturas virtuales**, Biblioteca Nueva, Barcelona (Cap. 1- “Screened Existence”).

-LENARDUZZI, V. (2019), “Gesamtkunstwerk. Arte contemporáneo y cultura mediática en Boris Groys”, en **Arte e investigación** n° 15, Facultad de Bellas Artes-UNLP, La Plata.

-SEEL, M. (2019), “Antes de la apariencia está el aparecer. Consideraciones sobre una estética de los medios”, en **Avatares de la comunicación y la cultura**, N° 18, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, Buenos Aires.

-SCOLARI, C. (2020), **Cultura Snack**, La marca, Buenos Aires. (“8.Cultura snack en diez píldoras”).

### **UNIDAD 4. SENSIBILIDAD POP Y CONSUMOS CULTURALES.**

Pop: del movimiento artístico a los estilos de vida. Juventud, vidas alternativas y formas contraculturales. La domesticación de la rebeldía: transformación de la contracultura en cultura pop. Algunas ideas para conceptualizar la “cultura pop” (subcultura, after-pop, poder generacional, etc.) La producción de estéticas masivas y el consumo de masas (canción, videoclip, look, indumentaria). Escenas, sensibilidades y performances: el concierto, la fiesta, la pantalla. Acceso total, repetición y retromanía: nostalgia y reinención permanente del rock y el pop. El consumo cultural y las formas de hedonismo actual: música electrónica, drogas y baile.

#### Lecturas básicas.

-OSTERWOLD, T. (2003), **Pop art**, Taschen, Madrid (“Pop Art”, “Los símbolos de la época” y “Los medios de masas y las artes”).

-F. PANERA (2009), **Música para tus ojos. Artes visuales y estética del videoclip. Una historia de intercambios**, FCA, Astorga. (“Introducción” y Octava Parte, “El lenguaje del video musical desde 1990 hasta los comienzos del siglo XXI”).

-BUNZ, M. (2007), “La relación entre el hombre y la máquina. Un alegato para la ampliación de la teoría de los medios tomando como ejemplo Kraftwerk, Underground Resistance y Missy Elliot”, en **La utopía de la copia. El pop como irritación**, Interzona, Buenos Aires.

-FRITH, S. (2014), **Ritos de la interpretación. Sobre el valor de la música popular**, Paidós, Buenos Aires. (“Performance”)

-REYNOLDS, S. (2012), **Retromanía. La adicción del pop a su propio pasado**, Caja Negra, Buenos Aires. (“No mires atrás: nostalgia y retro” y “2. Recuerdo total. Música y memoria en los tiempos de youtube”).

#### Lecturas sugeridas.

-DIEDERICHSEN, D. (2005), “La biopolítica de Britney Spears” y “Fines del verano contracultural”, en **Personas en loop. Ensayos sobre cultura pop**, Interzona, Buenos Aires.

-BAUDRILLARD, J. (1984), **El sistema de los objetos**, Siglo XXI, México (“Conclusión: Hacia una definición del consumo”).

-D. KELLNER (2011), **Cultura mediática. Estudios culturales, identidad y política entre lo moderno y lo posmoderno**, Akal, Madrid. (Cap. 8. “Madonna, moda e imagen”)

-FRITH, S. (2001), “Hacia una estética de la música popular”, en Francisco Cruces y otros (eds), **Las culturas musicales. Lecturas en etnomusicología**, Trotta, Madrid.

-LENARDUZZI, V. (2012), **Placeres en movimiento. Cuerpo, música, y baile en la “escena electrónica”** Aidos, Buenos Aires. (Cap.IV “Cuerpo y baile: los placeres del movimiento”)

#### **IV-MODALIDAD DE DICTADO Y EVALUACION.**

En el contexto de restricción que ha impuesto la pandemia el dictado del curso se realizará utilizando el campus de la universidad y plataforma de videoconferencia. Se organizarán 4 encuentros de 3 horas y 30 minutos cada uno (14 horas) y una serie de actividades asincrónicas como foros, intercambios, etc. (6 horas), que permiten completar el total de 20 horas.

La propuesta para la evaluación consiste en la escritura de un trabajo monográfico y tratándose de un curso de doctorado, se sugiere vincularlo con el área temática del tema de tesis que se haya delimitado, con el fin de contribuir a profundizarlo o precisarlo. En este marco, dado que es un curso de Teorías de la Comunicación, la consigna es –a partir de las lecturas vistas en el curso- poder formular una parte del marco teórico o el estado del arte del trabajo de investigación final, por ejemplo, discutiendo algún concepto clásico y sus usos actuales, encuadre de autor, escuela, debate, etc.

El trabajo, que no es otra cosa que un ejercicio de escritura de las lecturas, pero pensadas en función de un tema y una preguntas propias (que es necesario explicitar y explicar en la introducción) debe tener una extensión de entre 8 y 10 páginas y será entregado dentro de los plazos estipulados por el reglamento del doctorado.



Dr. Víctor Lenarduzzi