

PROGRAMA DE ACTIVIDAD CURRICULAR

I. Identificación de la actividad curricular

Nombre del Programa	Doctorado en Comunicación	Duración (semanas)	4 semanas
Nombre actividad curricular	Seminario optativo doctorado de comunicación: "Adorno y la industria cultural"	Horas totales y semanales	Intra-aula teórica semanal: 6 Intra-aula práctica semanal: 4 Extra-aula semanal: 30 Intra-aula total: 40 Extra-aula total: 120
Tipo de Formación	Electiva	SCT	6
Carácter	Práctico	Requisitos	No
Año académico	2024	Semestre	2do semestre 2024
Docente	Dr. Cristóbal Balbontín	Plataformas en Uso	

II. Perfil del/la graduado/a

El Doctor en Comunicación formado en las Universidades de La Frontera y la Universidad Austral de Chile es un postgraduado con capacidades para desempeñarse en (1) la investigación autónoma en el campo de la comunicación, y (2) la difusión del conocimiento del área a públicos académicos. Su formación es desde una perspectiva crítica de la industria cultural y sus mediaciones, a través de enfoques, teorías y análisis interdisciplinarios para desarrollar estudios sobre los procesos de comunicación. Su formación lo habilita para (1.1.) Identificar nuevos problemas en contextos interculturales, conocidos y emergentes, con diferentes técnicas teórico-metodológicas; (1.2.) Desarrollar investigación en el campo de la comunicación, con herramientas teórico-metodológicas desde una perspectiva interdisciplinaria para contribuir a la comprensión de las problemáticas asociadas a los distintos contextos interculturales; (2.1.) Preparar artículos científicos para su publicación en revistas indexadas del área, en base a la discusión teórica, análisis preliminar de distintos corpus y resultados de investigación propia, y (2.2.) Producir textos científicos para la exposición de resultados de investigación a públicos académicos. Tiene capacidad para comunicarse de manera efectiva con diversos públicos y analizar problemáticas desde un pensamiento crítico. El Doctor en Comunicación postgraduado de las Universidades de La Frontera y la Universidad Austral de Chile podrá desempeñarse

en Centros e Institutos de investigación, instituciones de educación superior, públicas o privadas.

III. Descripción de la actividad curricular

El curso ofrece una aproximación al análisis de la articulación entre los fenómenos de la comunicación y la cultura en la producción de la vida social. Para ello se propone una lectura de la comunicación desde la teoría de las mediaciones, distinguiendo las manifestaciones simbólicas, técnicas, cognitivas y políticas de ésta. La puesta en uso de esta perspectiva se presenta en dos ámbitos de aplicación: 1) El conocimiento de la propia cultura académica en el campo transdisciplinario de los estudios de la comunicación y 2) el estudio de la evolución de los modos de producción de la comunicación desde las sociedades tradicionales a las contemporáneas y de las diversas matrices culturales que éstas generan.

IV. Programa orientado al desarrollo de las siguientes competencias

Genéricas	De especialidad o disciplinares
1) <u>Pensamiento Crítico</u> : habilidad para evaluar o analizar la realidad y los argumentos sobre ella, tanto propios como ajenos.	1.1.) Identificar nuevos problemas de la comunicación en contextos interculturales conocidos y emergentes con diferentes técnicas teórico-metodológicas.

V. Resultados de aprendizaje

Al finalizar con éxito este electivo el estudiante:

- 1) Comprende los principales aportes y limitaciones del análisis del discurso.
- 2) Identifica los elementos de la perspectiva compleja, crítica y argumental.
- 3) Revisa corpus particulares, siguiendo la lógica y operatoria del análisis complejo, crítico y argumental del discurso.

VI. Contenidos

La "Escuela de Frankfurt", cuyo enfoque se basa en una reflexión filosófica y política sobre la sociedad, que mezcla el marxismo, el hegelianismo, el kantismo y también la contribución de ciertas ciencias humanas como la sociología. La dimensión crítica fundamental de esta "escuela" llevó a algunos de estos autores (T. W. Adorno y M. Horkheimer) a una concepción pesimista de la sociedad contemporánea. Vieron signos de la realización incompleta de un proyecto fundamental, el de la "modernidad de la Ilustración". El colapso de los valores provocado por el nazismo hizo que muchos pensadores de todas las clases sociales dijeran que ya no era posible pensar después de Auschwitz. A través de esta tragedia, ahora parecía que el irracionalismo era la última palabra en el pensamiento. Desde este punto de vista, el genocidio, que confirma el colapso de la visión racional del mundo, también conduce a una concepción moral pesimista, como muestra la afirmación de Horkheimer: "Ya no

podemos decir dónde está la justicia, sino sólo dónde está el mal". Esta crisis de la razón, de la metafísica, conduce también a un uso particular, el de la razón instrumental, positivista y científica, que es axiológicamente neutra, por lo menos en apariencia, y que ya no reconoce más valores que los de la eficiencia, la utilidad, el éxito pragmático en el trabajo en el campo de la ciencia y la economía o en una gestión tecnocrática de la sociedad y las relaciones entre los seres humanos.

La primera aproximación de Adorno a la industria cultural como tal fue en 1947 cuando, junto a Max Horkheimer, escribió *Dialéctica de la Ilustración* en Ámsterdam. Esta obra pretende expresar la conciencia de la complejidad de los procesos que dieron lugar a la Modernidad y que ahora están a punto de superarla. En estos procesos puede apreciarse una fuerte ambigüedad que dará pie a una dialéctica que acompañará toda la obra de Adorno. El término de "industria cultural" aparece por primera vez en la obra citada anteriormente dado que antes se refería a este tipo de producciones como "cultura de masas". Se decidió abandonar esta primera terminología para evitar interpretaciones confusas ya que empezó a considerarse que el concepto de cultura de masas servía para referirse a aquellas producciones que surgían espontáneamente de las masas y podían asimilarse al arte popular. La denominación de industria cultural, en cambio, permite referirse al tipo de producción en que sus diferentes campos, como la televisión o la radio, se organizan siguiendo un plan determinado y se analizan los productos para ajustarlos al consumo de las masas. A la vez, estos productos determinan el tipo de consumo de la sociedad. Los diversos sectores de los que se compone la industria tienen toda la misma estructura y encajan los unos con los otros. Esto se consigue gracias a los medios técnicos actuales y a la concentración de la economía y la administración. De la misma manera que la industria cultural consigue una integración y homogeneización de sus sectores, trabaja para conseguir lo mismo con los espectadores o, como Adorno los llama, los consumidores. Precisamente es esta asimilación a las formas de organización el motivo por el que Adorno ve adecuado el uso de la palabra "industria". Se refiere, por tanto, mucho más al sistema organizativo y estructural que no a una producción tecnológica en términos industriales, a pesar de que los avances técnicos facilitaran mucho la implantación de este nuevo sistema. También es interesante tener en cuenta que para aquellos que producen lo que anteriormente se llamó cultura de masas, este cambio de nomenclatura les favorece. De esta manera, pueden escudarse en la idea de que lo que producen no es arte, sino industria.

En síntesis, el seminario se propone abordar los hitos fundamentales en una serie continua de sesiones sobre el nacimiento, desarrollo y abandono del concepto de industria cultural por la crítica social.

VII. Metodologías y estrategias de enseñanza-aprendizaje

Metodología de la clase:

- 1.-Clases expositivas.
- 2.-Discusión a partir de lecturas previamente realizadas.

Trabajo autónomo de los estudiantes:

- 1.-Análisis de la gramática del discurso y estructuras textuales de artículos académicos
- 2.-Lecturas de contenidos
- 3.-Elaboración de un artículo académico

VIII. Evaluación

- Un informe de avance (en formato .doc y enviado vía correo electrónico), asociado a la investigación de tesis (RA 1, 2 y 3): 50%
- Un informe final (en formato .doc y enviado vía correo electrónico), asociado a la investigación de tesis (RA 1, 2 y 3): 50%

PLAGIO: es el uso de un trabajo, idea o creación de otra persona, sin citar la apropiada referencia y constituye una falta ética. En la actualidad, con las herramientas de informática es fácilmente detectable. En ninguna actividad curricular se acepta el plagio, ya sea en presentaciones orales, escritas o visuales, por lo que quien lo cometa será sancionado académicamente.

IX. Bibliografía y Recursos

Básica

- Immanuel Kant (1979). “¿Qué es la Ilustración?” En: Filosofía de la historia. México: Fondo de Cultura Económica. pp. 25-37.
- Theodor Adorno y Max Horkheimer (2007). “Concepto de ilustración” En: Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos. Madrid: Akal. pp. 19-56.
- (2007). “La industria cultural. Ilustración como engaño de masas”. En: Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos. Madrid: Akal. pp. 133-182.
- Vicente Gómez (1998). El pensamiento estético de Theodor Adorno. Madrid: Cátedra. I parte, cap. 1. pp. 25-44.
- Alicia Entel (1999). Escuela de Frankfurt. Razón, arte, libertad. Buenos Aires: Eudeba. Cap. 5 y 6. pp. 171-234.
- Hans Stange (2012). El olvido de lo estético. La recepción latinoamericana de las ideas de Theodor Adorno sobre la industria cultural. Tesis doctoral en Estética y Teoría del Arte. Universidad de Chile.
- Antonio Pasquali (1977). Comunicación y cultura de masas. Caracas: Monte Ávila. I parte, cap.1
- Jesús Martín-Barbero (1987). De los medios a las mediaciones. México: Gustavo Gili. Cap. 3 y 4. pp. 48-94.
- Abril, Gonzalo (2012) “Tres dimensiones del texto y de la cultura visual”. En Revista Científica de Información y Comunicación. No.9: 15-35
- León, Christian (2012) “Imagen, medios y telecolonialidad: hacia una crítica decolonial de los estudios visuales”. En AISTHESIS N° 51: 109-123
- Maturana, Humberto y Varela, Francisco 2013. Los fenómenos sociales. Cap VIII del El Árbol del Conocimiento. Santiago: Editorial Universitaria.
- Marques de Melo, José (2014). La comunicación de los marginados invade la aldea global*. Folkcomunicación en la edad de Internet. Revista Austral de Ciencias Sociales n.27 Valdivia 2014
- McMahan, Duck. 2009. An overview of everyday communication. The basic communication: A relational perspective. Cap 1, pp: 3-23. Thousand Oaks: Sage

Osvaldo, Meira Trigueiro. (2006). O ex voto como veículo de comunicacao popular. En: Folkcomunicacao na Arena Global. Avancos Teóricos Metodológicos. Schmidt, Cristina. Sao Paulo-Brasil: DUCTOR.

Pina-Stranger, Álvaro, Sabaj, Omar, Toro, Paulina y Matsuda, Ken. (2013). Estrategias académicas de inserción científica: Una propuesta metodológica para el estudio de las reivindicaciones epistémicas en los artículos de investigación. Innovar, 23(48), 67-82.

Sabaj, Omar. (2009). Descubriendo algunos problemas en la redacción de Artículos de Investigación Científica (AIC) de alumnos de postgrado. Signos, 42(69), 107-127

Complementaria

Recursos