

ANÁLISIS Y RELACIÓN TEXTOS 1, 2, 3, 4, 5, Y 9

Nombre	Texto 1: Salinas, Claudio y Stange, Hans (2013) "Un panorama de las teorías de la comunicación."	Texto 2: Torrico, Erick (2010) "Las matrices teóricas sociales".
Tesis	El campo de la comunicación es interdisciplinario, plural y pragmático, donde coexisten distintos enfoques, métodos y teorías con motivaciones políticas y científicas, que han intentado dar respuesta a los problemas estudiados.	Los estudios en ciencias sociales y por consiguiente la investigación en comunicación se basa en cuatro matrices teóricas que llevan intrínsecas diversas perspectivas ideológicas.
Argumentos	Interdisciplinar: acuden a él investigadores de distintas disciplinas y enfoques teóricos.	La teoría como un prisma de observación
	Plural: no tiende a la acumulación de resultados ni a la unificación teórica.	Enfoque crítico determina una "concepción política de la ciencia como parte del integrante conflicto social que pretende describir, comprender y transformar"
	Pragmático: intenta con su trabajo, en mayor o menor grado, influir en los procesos sociales y comunicacionales mismos.	Estructural-funcionalismo : busca dar cuenta de las estructuras, ya sea individuos, grupos e instituciones que en sus funciones y relacionadas entre sí permiten mantener el <i>status quo</i> en la sociedad
	Diversidad de enfoques (empíricos, críticos e interaccionales) y diferentes metodologías (análisis de contenido, análisis de discurso, cualitativas y cuantitativas, agenda setting, framing, centradas en el receptor, en el mensaje, en el emisor, etc.)	Estructuralismo: Priorización del papel de la estructura sobre las partes que la componen
	Motivaciones científicas: buscan comprender el problema de la comunicación, sus procesos y su importancia en la sociedad.	Sistemismo: La realidad es un conjunto jerarquizado de suprasistemas, sistemas en sí y subsistemas que interrelacionan dinámicamente. Lo que define a un sistema es la interacción entre las partes que lo componen.
	Motivaciones políticas: La investigación no es ajena a los intereses políticos, económicos e institucionales que la fomentan (o restringen) ni es indiferente a los valores, sentidos comunes o expectativas de los distintos grupos que forman su contexto social.	Una teoría para ser asumida como válida (...) deberá responder a una matriz interpretativa cimentada en una concepción epistemológica, es decir, desde una posición filosófica ".

ANÁLISIS Y RELACIÓN TEXTOS 1, 2, 3, 4, 5, Y 9

Nombre	Texto 4: Busquet, Jordi. Reflexiones críticas sobre el mito de la “sociedad de masas”	Texto 3: Edward Shils (1979) La sociedad de masas y su cultura	Texto 5: Dwight McDonald. Masscult y midcult.
Tesis	El concepto de “sociedad de masas” ya no debe ser utilizado en el ámbito de los estudios de la comunicación.	La sociedad de masas como un nuevo orden trajo consigo la instauración de la cultura de masas. La cual provocó un aumento en el consumo de cultura mediocre y brutal, disminución en la cultura superior.	La nueva cultura de masas (Masscult) y la cultura intermedia (Midcult) trajo una decadencia de la cultura
Argumentos	Problemas ideológicos: Los autores apocalípticos consideran los mass media como un poderoso instrumento de control y manipulación al servicio de las élites y subestiman “los mecanismos de defensa”. Esconde un dejo de nostalgia de una soc. feudal	La instauración de la sociedad de masas: Periodo Post primera guerra mundial Sociedades Industriales, Juventudes como nueva potencia consumidora.	Período histórico donde prima el consumo de la cultura, por determinados contextos socio-históricos.
	La perspectiva de la “sociedad de masas” parte de un conjunto de supuestos que hoy resultan insostenibles y que dificultan la comprensión del papel de los <i>mass media</i> en la sociedad contemporánea.	M.M.C apuntan a elevar la producción y el consumo de las culturas mediocre y brutal, al ser más abierta a las masas (no es necesario ser especializado). M.M.C: Lógicas de mercado: llegar a más público para generar más dinero y mantener el negocio.	Cultura de Masas (Masscult): parodia de la cultura tradicional. Se sustenta en los nuevos medios de comunicación: TV, Radio y cinematógrafo
	Problemas metodológicos: público como una masa de individuos indiferenciados que, desde sus casas, asisten como espectadores pasivos a los distintos programas.	La mayor parte de la población – la masa – tiene más relación con el centro: inclusión de más grupos a la sociedad.	La Masscult es indiferente a cualquier criterio de valoración y tampoco existe ninguna comunicación entre los individuos, porque es consumo (espectador pasivo).
	Se debe considerar el contexto social donde se produce la recepción.	División de la cultura: Superior: tradicional (+ creación) Mediocre: imitativa; nueva pero con elementos altamente de c. superior. Brutal: no simbólica.	Diferenciación de la cultura: Superior: mayor valoración Masscult: de consumo para la masa Midcult: cultura engañadora y altamente perjudicial

ANÁLISIS Y RELACIÓN TEXTOS 1, 2, 3, 4, 5, Y 9

Nombre	Texto 6: Hadley Cantril (1942-1985) "Invasión de marte".	Texto 9: Lasswell (1948) "Estructura y función de la comunicación en la sociedad"
Tesis	Los efectos de los mensajes de los medios de comunicación en las respuestas de los individuos no son directos. Pues existen otras factores que influyen en las respuestas que los individuos tienen frente a un mismo estímulo, lo que produce por consiguiente, que las respuestas sean variadas.	La comunicación debe ser entendida como un proceso, es decir, como un acto parcelado que constituye diferentes elementos –que incluyen análisis respectivos a cada elemento-. Dicho proceso posee una estructura y funciones determinadas, para que los valores de una sociedad se sigan perpetuando.
Argumentos	Grado de confianza y credibilidad de los mensajes que son propagados por la radio. Los individuos actuaron con más o menos temor según su grado de vínculo con este medio.	La comunicación es un acto que responde a las siguientes preguntas (parcelaciones): ¿Quién; dice qué; en qué canal; a quién; con qué efecto? Respecto a cada pregunta existen diferentes análisis los que se dividen en: análisis de control, de contenido, de audiencias, de medios y de efectos.
	Hay elementos del contexto que interfieren en las reacciones que se tendrán bajo un mismo estímulo, pues el mensaje de un estímulo no será suficiente para determinar una reacción en específica	La comunicación además de ser entendida como un proceso, posee ciertas funciones (ideológicas): a. Vigilancia b. Correlación c. Transmisión
	Ya entendiendo que frente a un estímulo, la respuesta no fue la misma, el autor divide a los individuos según la forma en cómo han reaccionado (Por lo tanto, no se puede hablar de una masa indiferenciada).	Estas funciones son evidenciadas para que las instituciones las integren, pues estas serán las responsables de que los valores de una sociedad determinada continúen en la sociedad. Es por ello, que existen diferentes instituciones que responden a las distintas funciones de la comunicación.
	La utilización de la norma o estándar de juicio para interpretar los hechos. Algunos utilizaron uno "correcto", mientras que otros incurrieron en un juicio falso.	Para que estos valores sean perpetuados, es necesario que la comunicación sea eficiente. Con ello se busca un conocimiento equivalente respecto a la concepción de la realidad y que los integrantes de una sociedad compartan los mismos valores
	Las respuestas a los efectos dependerán del ego de la persona y los valores que asocie el individuo como parte de él.	La comunicación y sus medios, también pueden ser entendidos no solo para la conservación de los valores de una sociedad democrática, sino que también como herramienta de los grupos de poder. Por tanto, esta constituiría como una última función de la comunicación.