



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Ciencias Humanas
Departamento: Comunicación
Area: Area 8: Integración y Praxis

(Programa del año 2022)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
TEORIAS DE LA COMUNICACION II	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2022	1° anual

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
GASQUEZ, MARIA GABRIELA	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
DIAZ, EMILIANO	Responsable de Práctico	JTP Exc	40 Hs
LENCINA, ENRIQUE OMAR	Responsable de Práctico	JTP Exc	40 Hs
SALINAS, MARTIN ALEJANDRO	Auxiliar de Práctico	A.1ra Exc	40 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
4 Hs	Hs	Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoría con prácticas de aula	Anual

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
21/03/2022	18/11/2022	14	120

IV - Fundamentación

La asignatura “Teorías de la Comunicación II” correspondiente al segundo año de la Licenciatura en Comunicación Social se articula con la materia “Teorías de la Comunicación I”. Los contenidos propuestos en este programa implican saberes previos que posibilitan la entrada al campo de la comunicación reconociendo algunos de sus objetos, textos clásicos, fundamentos epistémicos, filosóficos, teóricos y metodológicos, debates y polémicas. Este programa está destinado a recuperar algunas corrientes críticas de pensamiento y sus posibles implicancias para pensar la problemática particular que abren los estudios sobre comunicación en el contexto latinoamericano. Finalmente, a partir del recorrido realizado en las dos primeras unidades se pretende reconocer y analizar algunos sesgos teóricos que configuran el campo de estudios de la comunicación; sesgos que obedecen a los requerimientos y demandas sociales, culturales, políticas, ideológicas y económicas materializadas en prácticas, saberes, instituciones y sujetos. Para ello se retomarán algunas nociones/problemáticas consideradas centrales, tales como las de: cultura mediática, visibilidad, poder, mercado, agenda y tecnología.

De esta manera, la asignatura “Teorías de la comunicación II” correspondiente al plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social pretende ser un espacio de reflexión en la formación del Comunicador Social en tanto mirada crítica de los desarrollos teóricos formulados en América Latina. En síntesis, se trata de abordar tanto las particularidades que adquiere la investigación en comunicación en la región cuanto la complejidad del campo de estudios ante la imposibilidad de definir un objeto único, esto último reconociendo además la necesidad de una mirada que supere la relación comunicación-medios.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Generales

- Propiciar un recorrido que dé cuenta de las diferentes posturas teóricas (corrientes críticas) y problemáticas actuales.
- Valorar la reflexión teórica en torno a los estudios sobre la comunicación en/desde América Latina.
- Ejercitar la capacidad de distanciamiento y reflexión crítica.

Específicos

- Identificar los aportes de las corrientes críticas trabajadas y analizar sus alcances y limitaciones.
- Lograr una visión comprensiva y analítica de los principales planteos y paradigmas del campo comunicacional en América Latina.
- Reconocer los contextos históricos, sociales y culturales de los fenómenos comunicacionales y de los desarrollos teóricos que los explican.

VI - Contenidos

UNIDAD N° 1. El campo académico de la comunicación en América Latina

Pensar la comunicación desde/en Latinoamérica.

Crisis histórica/crisis del campo.

UNIDAD N° 2. Continuidades y discontinuidades: una aproximación a las décadas del '70, el '80 y el '90

2.a. La crítica ideológica: estructuralismo, semiología, ciencia y política como ejes de discusión.

2.b. La constitución de la Industria Cultural como conflicto comunicativo. Comunicación y dependencia. Nuevo orden internacional. Políticas Nacionales de Comunicación.

2.c. Un proyecto de Comunicación/Cultura. Medios de comunicación y cultura popular.

UNIDAD N° 3. Sesgos teóricos. Conceptos para su discusión: cultura mediática, agenda y optimismo tecnológico

3.a. La cultura mediática. Características e implicancias en la reconfiguración del espacio público. Modificación en los regímenes de visibilidad.

3.b. Las mediaciones de las agendas globales contemporáneas. La 'agenda global' como metáfora de control social.

3.c. Las nuevas tecnologías de la información. Aportes para una discusión.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

La materia se desarrolla con un régimen de cursado anual de 120 horas, con clases teórico-prácticas de acuerdo con los contenidos del programa.

La modalidad de clase será de seminario. Dadas las características eminentemente teóricas de la materia es que se requiere de una metodología que supone, por parte de los estudiantes, la realización de lecturas previas del material bibliográfico establecido por el docente y la simultaneidad en el desarrollo de los temas teóricos.

TRABAJOS PRÁCTICOS

Se establecen dos tipologías de trabajos prácticos. Por un lado, guías de lectura orientadas a la comprensión textual y al reconocimiento de categorías teóricas. Por otro lado, trabajos prácticos destinados al análisis de los planteos comunicacionales que se abordan en las Unidades N° 2 y N° 3.

El Plan de Trabajos Prácticos consta de siete presentaciones en total que se distribuyen entre el primer y el segundo cuatrimestre. La modalidad y fecha de presentación de cada trabajo práctico consta en el Cronograma de la materia disponible en el Google Drive de Teorías de la Comunicación II.

VIII - Regimen de Aprobación

La evaluación del cursado de la materia implica, tentativamente, la realización de dos parciales.

Serán requisitos de aprobación, los siguientes:

- Alumnos regulares: 100 % de los trabajos prácticos entregados. Aprobación de los parciales con nota igual o superior a 4 (cuatro). Para la aprobación final rinden, en forma oral, los contenidos del programa en las fechas de turnos de exámenes.
- Alumnos libres: Para la aprobación final deben presentar (diez días antes de la fecha del examen) un trabajo práctico escrito cuyas pautas le serán entregadas por los integrantes del equipo de cátedra. Una vez aprobado el trabajo práctico presentado rinden examen oral sobre la totalidad de los contenidos del programa en las fechas de turnos de exámenes.

IX - Bibliografía Básica

[1] UNIDAD N° 1

[2] Fuentes Navarro, Raúl. “El estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en América Latina”. En Revista Diálogos de la Comunicación N° 32, Marzo, 1992. Recuperado de: <http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/32-revista-dialogos-la-comunicacion-desde-una-perspectiva-sociocultural1.pdf>

[3] Bello, G., Buenaventura J., y Perez, G. “Concepción de la comunicación y crisis teóricas en América Latina”. En Revista Diálogos de la Comunicación N° 20, Mayo, 1988. Recuperado de:

<http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/20-revista-dialogos-concepcion-de-la-comunicacion.pdf>

[4] White, Robert. “La teoría de la comunicación en América Latina”. En Revista Telos N° 19, 1989. (pp. 43-54)

[5] Anexo:Hobsbawm, Eric. “Una relación de cuarenta años con América Latina”. En ¡Viva la revolución!, Buenos Aires, Crítica, 2018. (pp.467-482)

[6] UNIDAD N° 2

[7] 2.a. Sanguinetti, Luciano. “Cap. IV América Latina: fundación de una perspectiva”. En Comunicación y medios. Claves para pensar y enseñar una teoría latinoamericana sobre comunicación, La Plata, Ed. De Periodismo y Comunicación, 2001. (pp. 77-92)

[8] Verón, Eliseo. “Acerca de la producción social del conocimiento: El estructuralismo y la semiología en la Argentina y Chile”. En Revista Lenguajes N° 1, 1974.

[9] Dorfman, A. y Mattelart, A. Para leer al pato Donald, Buenos Aires, S. XXI, 1972.

[10] Schmucler, Héctor. “La investigación (1975): ideología, ciencia y política”. En Memorias de la comunicación, Buenos Aires, Biblos, 1997. (pp. 131-143)

[11] 2.b. De Moragas Spa, Miguel. “Latinoamérica. Estudios para las políticas de comunicación” y “UNESCO. Investigación para el desarrollo”. En Teorías de la Comunicación, Barcelona, GG, 1981. (pp. 199-216)

[12] Mc Bride, Sean y otros. “Presentación”, “Introducción” y “Comentarios generales”. En Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e Información en nuestro tiempo, México, FCE, 1993. (pp. 11-16/17-24/259-265)

[13] Schmucler, Héctor. “El NOMIC: recuerdo de lo que no fue”. En Memorias de la comunicación, Buenos Aires, Biblos, 1997. (pp.257-265)

[14] Rossi, Diego. “Acceso y participación en el nuevo siglo. Limitaciones de la Política, condicionamientos de los conglomerados”. Mimeo, Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, 2006.

[15] Mastrini, Guillermo y Mestman, Mariano. “¿Desregulación o rerregulación?: de la derrota de las políticas a las políticas de la derrota”. En CIC: Cuadernos de Información y Comunicación N° 2, 1996. (pp.81-88)

[16] Anexo: Bolaño, César; Mastrini, Guillermo y Sierra, Francisco. “Introducción”. En Economía política, comunicación y conocimiento, Buenos Aires, La crujía, 2005. (pp.17-36)

[17] Marengi, P., Mastrini, G. y Badillo, A. “Políticas de Comunicación en América Latina: un estudio comparado de los gobiernos de izquierda”. En Actas de Congreso Nacional ULEPICC, España, 2013.

[18] 2.c. Ford, Aníbal. “Cultura dominante y cultura popular”. En Ford, A., Rivera, J.B. y Romano, E. Medios de comunicación y cultura popular, Buenos Aires, Legasa, 1985. (pp. 20-23)

[19] Ford, Aníbal. “Culturas populares y (medios de) comunicación”. En Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis, Buenos Aires, Amorrortu, 1994. (pp.149-157)

[20] Schmucler, H. y Mattelart, A. “Editorial”. En Revista Comunicación y cultura N° 1, 1973.

[21] Schmucler, H. y Mattelart, A. “Al lector” y “Construir la Democracia”. En Revista Comunicación y cultura N° 7, 1982. (pp.5-10)

[22] Schmucler, Héctor “La investigación (1982): un proyecto de comunicación/ cultura”. En Memoria de la comunicación, Buenos Aires, Biblos, 1997. (pp. 145-151)

[23] Martín-Barbero, Jesús. “Memoria narrativa e industria cultural”. En Comunicación y cultura N° 10, México, Agosto, 1983. (pp.59-73)

[24] Schmucler, Héctor. “La investigación (1996): lo que va de ayer a hoy”. En Memorias de la comunicación, Buenos Aires, Biblos, 1997. (pp.153-164)

[25] Schlesinger, P. “Aportaciones de la investigación latinoamericana”. En Revista Telos N° 19, 1989. (pp. 55-60)

[26] Anexo: Martín-Barbero, Jesús. “II. Los métodos: de los medios a las mediaciones”. En De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía, G. Gili, México, 1987. (pp.203-259)

[27] UNIDAD N° 3

[28] 3.a.Mata, M. Cristina. “De la cultura masiva a la cultura mediática”. En Revista Diálogos de la Comunicación N° 56, 1999. (pp. 80-91)

- [29] Anexo:Riffo Pavón, I. “La cultura mediática. Reflexiones y perspectivas”. En Comuni@cción: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo N° 6 (2), 2015. (pp. 45-57)
- [30] 3.b.Ford, Aníbal. “De la aldea global al conventillo global. Algunos campos críticos en la problemática de homogeneización, heterogeneización y fragmentación en las culturas de América Latina”. En Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis, Buenos Aires, Amorrortu, 1996. (pp.42-64)
- [31] Ford, Aníbal. “La narración de la agenda o la mediación de los problemas globales”. En La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea, Buenos Aires, Norma, 1999. (pp.19-92)
- [32] 3.c.Schmucler, Héctor. Conferencia pronunciada en la Universidad Nacional de San Luis, 19 de abril de 2013. s/p.
- [33] El material bibliográfico digitalizado, las guías de lectura, las consignas de los trabajos prácticos y los videos y/o links de acceso al material complementario están disponibles en el Google Drive de la materia asignado a tal fin. El enlace al mismo se facilita a los estudiantes al inicio del ciclo lectivo.

X - Bibliografía Complementaria

- [1] Altamirano, Carlos. Términos críticos de sociología de la cultura. Bs. As., Paidós, 2002.
- [2] Bolaño, C., Mastrini, G. y Sierra. Economía política, comunicación y conocimiento. Bs. As., La Crujía, 2005.
- [3] Ford, Aníbal. Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis, Bs. As., Amorrortu, 1996.
- [4] Ford, Aníbal. La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea. Bs. As., Norma, 1999.
- [5] Ford, A. y otros. Medios de comunicación y cultura popular. Bs. As., Legasa, 1985.
- [6] García Canclini, N. Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México, Ed. Grijalbo, 1995.
- [7] Mattelart, A. y Mattelart, M. Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona, Paidós, 1997.
- [8] Moragas, Miguel. Teorías de la comunicación. Barcelona, Gustavo Gili. 1981.
- [9] Sanguinetti, Luciano. Comunicación y medios. Claves para pensar y enseñar una teoría latinoamericana sobre comunicación, La Plata, Ed. de Periodismo y Comunicación, 2001.

XI - Resumen de Objetivos

- Propiciar un recorrido que dé cuenta de las diferentes posturas teóricas (corrientes críticas) y problemáticas actuales.
- Valorar la reflexión teórica en torno a los estudios sobre la comunicación en/desde América Latina.
- Ejercitar la capacidad de distanciamiento y reflexión crítica.

XII - Resumen del Programa

- UNIDAD N° 1. El campo académico de la comunicación en América Latina
- UNIDAD N° 2. Continuidades y discontinuidades: una aproximación a las décadas del '70, el '80 y el '90
- UNIDAD N° 3. Sesgos teóricos. Conceptos para su discusión: cultura mediática, agenda y optimismo tecnológico

XIII - Imprevistos

Modalidad de trabajo. Contrato pedagógico:

En función de las modificaciones institucionales producidas en los dos últimos años como consecuencia de la pandemia Covid-19 y tomando en consideración lo establecido por las autoridades de la Universidad Nacional de San Luis (UNSL) mediante Ord. CS N° 66/21 es que el equipo docente de la materia ha tomado una serie de recaudos para garantizar por un lado, el pasaje a la modalidad de cursado presencial sin desconocer las particularidades que la virtualidad impuso sobre los procesos de formación universitaria y por otro lado, para intentar restituir lo previsto en la normativa vigente (Régimen Académico. Ord. CS N° 13/03) respecto a la dimensión académica.

-El recorrido de las clases teóricas, de consulta y de comisión de Trabajos Prácticos estará estructurado a partir de la bibliografía estipulada en el programa. Se recomienda asistir a cada instancia con las lecturas previas realizadas, ello les permitirá plantear las dudas sobre los contenidos abordados, a la vez que contribuirá a una mayor comprensión de los temas.

-El material bibliográfico de la materia está organizado en cuadernillos por unidad. Asimismo, cada dossier contiene las guías de lectura correspondientes. Dicho material, así como los videos y/o links de acceso a la bibliografía complementaria (no obligatoria) estarán disponibles en el Google Drive de Teorías de la Comunicación II (2022). El acceso al mismo se hará efectivo a partir del primer día de clase.

-En el encuentro inicial de la materia, previsto por Calendario Académico para el día lunes 21 de marzo de 2022, se compartirá el cronograma en el que se consignan los contenidos a desarrollar en cada clase, las fechas de entrega de las guías de lectura y las actividades establecidas para la primera etapa del año. A su vez, la planificación quedará incorporada al Google Drive de la materia para su consulta periódica. Cualquier modificación en el cronograma será comunicada en las instancias presenciales e incorporada al documento.

-Las clases teóricas se desarrollarán los días lunes a las 10 hs. Aula 32 (IV Bloque).

Las clases de comisión de Trabajos Prácticos tendrán lugar los días jueves a las 14 hs. Aula 7 (IV Bloque).

-La presentación de las guías de lectura se realizará siguiendo la modalidad y requerimientos (escrita y/u oral; individual o grupal) enunciados en cada guía. Cabe aclarar que los trabajos se presentan al Profesor Responsable de la Comisión de Trabajos Prácticos en la fecha consignada en el cronograma, siempre en el horario de clase de comisión a fin de garantizar la puesta en común de los contenidos expuestos en el escrito.

-Es importante que establezcan una única dirección de correo electrónico para poder acceder a la Drive de Teorías de la Comunicación II (2022), puesto que cada uno será asociado al espacio de la materia con un mail de referencia.

-En caso de tener dificultades para acceder al material es preciso que se pongan en contacto con el equipo docente a través del siguiente mail: teoriasii@gmail.com

XIV - Otros