



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 2023)
 (Programa en trámite de aprobación)
 (Presentado el 09/04/2023 22:08:27)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
TEORIAS DE LA COMUNICACION II	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2023	1° anual

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
---------	---------	-------	------------

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
4 Hs	2 Hs	2 Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoría con prácticas de aula	Anual

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
13/03/2023	18/11/2023	30	120

IV - Fundamentación

La asignatura “Teorías de la Comunicación II” correspondiente a segundo año de la Licenciatura en Comunicación Social es correlativa a “Teorías de la Comunicación I”. Los conocimientos previos otorgan una base propicia para el abordaje del campo académico de la comunicación desde/en América Latina a partir del reconocimiento y la exploración conceptual proveniente de diferentes disciplinas (historia, filosofía, sociología, politología y economía política).

En la primera parte, el estudio está centrado en los recorridos históricos de las investigaciones canónicas y en los debates centrales con el fin de hacer comprensivo un fenómeno que involucra objetos, perspectivas, procesos, concepciones, formación profesional, actores e instituciones, y prácticas socioculturales. La etapa inicial está dada por los modelos interpretativos fundacionales, amparados tanto en lo referido a la tradición positivista cuanto a lo que se denomina “giro crítico”. Posteriormente, durante el período de consolidación del campo, se suman los aportes teóricos originados a instancias de los investigadores latinoamericanos. En la última parte, importa someter algunas problemáticas contemporáneas a la criba de la razón. Para ello se indagan algunas nociones epistémicas tales como cultura mediática, agenda, tecnología, poder, Estado y mercado.

En el trayecto propuesto en “Teorías de la Comunicación II” se busca superar el sesgo mediológico y el carácter ideologizante de la cultura, no cercenado exclusivamente al enunciado crítico que predomina en la universidad, acotado en su capacidad para explicar el contexto de época ya sea por fatiga o por asimilación, sino apelando a la reflexión meta-comunicativa.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

General
- Estudiar el campo académico de la comunicación desde/en América Latina mediante las distintas perspectivas y modelos

teóricos.

Específicos

- Reconocer diferentes contextos históricos y políticos, actores sociales, concepciones comunicacionales y prácticas socioculturales del campo académico de América Latina.
- Comprender los principales planteos teóricos y paradigmas del campo comunicacional.
- Ejercitar la reflexión meta-comunicativa en torno a algunas problemáticas contemporáneas.

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. Políticas públicas audiovisuales: el caso argentino.

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. Las lecturas serán sustentadas con las guías de lecturas correspondientes.

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 informes de lectura entregados, 70% de asistencia a clases. Aprobación de los parciales con nota igual o superior a 4 (cuatro). Para la aprobación final rinden, en forma oral, los contenidos consignados en la bibliografía básica del programa en las fechas de turnos de exámenes estipulados por el Calendario Académico.

- 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 docente. Una vez aprobado el trabajo práctico presentado rinden examen oral sobre la totalidad de los contenidos consignados en la bibliografía básica del programa en las fechas de turnos de exámenes estipulados por el Calendario Académico.

IX - Bibliografía Básica

[1] Unidad N° 1

[2] Fuentes Navarro, R. "El estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en América Latina". En Revista Diálogos de la Comunicación N° 32, Marzo, 1992. Enlace:

<http://dialogosfelafacs.net/wp-content/uploads/2012/01/32-revista-dialogos-la-comunicacion-desde-una-perspectiva-sociocult>

ural1.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. Enlace:

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

[4] White, R. "La teoría de la comunicación en América Latina". En Revista Telos N° 19, 1989. (pp.43-54) Enlace:

http://www.robertexto.com/archivo14/teoria_comunic.htm

[5] Anexo:

[6] Hobsbawm, E. "Una relación de cuarenta años con América Latina". En ¡Viva la revolución!, trad. Alfredo Grieco y Bavio, Buenos Aires, Crítica, 2018. (pp.467-482)

[7] Unidad N° 2

[8] 2.a

[9] Sanguinetti, L. "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)

[10] Verón, E. "Acerca de la producción social del conocimiento: El estructuralismo y la semiología en la Argentina y Chile". En Revista Lenguajes N° 1, 1974.

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

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

[13] 2.b

[14] De Moragas Spa, M. "Latinoamérica. Estudios para las políticas de comunicación" y "UNESCO. Investigación para el desarrollo". En Teorías de la Comunicación, Barcelona, GG, 1981. (pp. 199-216)

[15] Mc Bride, S. 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)

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

[17] Rossi, D. "Acceso y participación en el nuevo siglo. Limitaciones de la Política, condicionamientos de los conglomerados". Mimeo, Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, 2006.

[18] Mastrini, G. y Mestman, M. "¿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)

[19] Monje, D. "Marcar la cancha. Políticas públicas del audiovisual en la Argentina reciente". En La comunicación en tiempos de crisis. II Coloquio Argentina-Brasil de Ciencias de la Comunicación, Cima de Villa, G. y Fagundes Hausen. D. (coord.), Editorial Universidad de Río Cuarto, 2010. (pp.97-112)

[20] Becerra, M. "Cuatro años de la ley audiovisual: un balance". En QUIPU. Políticas, economía y tecnologías de la comunicación. Octubre 2013. Enlace:

<https://martinbecerra.wordpress.com/2013/10/09/cuatro-anos-de-la-ley-audiovisual-un-balance/>

[21] Becerra, M. "La convergencia es más que un proyecto de ley". Presentación en el "Primer debate académico sobre libertad de expresión y convergencia comunicacional en la Facultad de Derecho de la UBA". En QUIPU. Políticas, economía y tecnologías de la comunicación. Mayo 2016. Enlace:

<https://martinbecerra.wordpress.com/2016/05/17/la-convergencia-es-mas-que-un-proyecto-de-ley/>

[22] Anexo:

[23] Bolaño, C.; Mastrini, G. y Sierra, F. "Introducción". En Economía política, comunicación y conocimiento, Buenos Aires, La Crujía, 2005. (pp.17-36)

[24] 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.

[25] 2.c

[26] Ford, A. "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)

[27] Ford, A. "Culturas populares y (medios de) comunicación". En Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis, Buenos Aires, Amorrortu, 1994. (pp.149-157)

[28] Schmucler, H. y Mattelart, A. "Editorial". En Revista Comunicación y cultura N° 1, 1973.

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

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

[31] Martín-Barbero, J. "Memoria narrativa e industria cultural". En Comunicación y cultura N° 10, México, Agosto, 1983.

(pp.59-73)

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

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

[34] Anexo:

[35] Martín-Barbero, J. "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)

[36] Unidad N° 3

[37] 3.a

[38] Mata, M. C. "De la cultura masiva a la cultura mediática". En Revista Diálogos de la Comunicación N° 56, 1999. (pp.80-91)

[39] Anexo:

[40] 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)

[41] 3.b

[42] Ford, A. "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)

[43] Ford, A. "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)

[44] 3.c

[45] Schmucler, H. Conferencia pronunciada en la Universidad Nacional de San Luis, 19 de abril de 2013. s/p.

[46] El material bibliográfico digitalizado, las guías de lectura 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, C. 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, A. Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis, Bs. As., Amorrortu, 1996.

[4] Ford, A. 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, M. Teorías de la comunicación. Barcelona, Gustavo Gili. 1981.

[9] Muñoz, B. Cultura y comunicación. Barcelona, Barcanova, 1989.

[10] Sanguinetti, L. 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

General

-Estudiar el campo académico de la comunicación desde/en América Latina mediante las distintas perspectivas y modelos teóricos.

Específicos

-Reconocer los diferentes contextos históricos y políticos, actores sociales, concepciones comunicacionales y prácticas socioculturales del campo académico en América Latina.

-Comprender los principales planteos teóricos y paradigmas del campo comunicacional.

-Ejercitar la reflexión meta-comunicativa en torno a algunas problemáticas contemporáneas.

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, '80 y '90.

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

XIII - Imprevistos

XIV - Otros

Modalidad de trabajo. Contrato pedagógico:

Durante el año se llevarán a cabo una serie de encuentros y tareas semanales, convenientemente establecidas por el equipo docente. Eso compromete la asistencia y la responsabilidad. Las condiciones académicas están establecidas de acuerdo a la normativa vigente (Régimen Académico Ord. CS N° 13/03):

-El recorrido de las clases teóricas, de consulta y de comisión de trabajos prácticos, estará estructurado a partir de la bibliografía básica 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.

-La bibliografía de la asignatura está organizada en cuadernillos por unidad. Cada cuadernillo o dossier contiene también las guías de lectura correspondientes. Dicho material —así como los videos y/o links de acceso a la bibliografía complementaria (no obligatoria)— permanecerá disponible en el Google Drive “Teorías de la Comunicación II (2023)”. El acceso al mismo se hará efectivo a partir del primer día de clase.

-Durante el encuentro inicial de la asignatura se compartirá el cronograma en el que se consignan los contenidos a desarrollar en cada clase, las fechas de entrega de los trabajos prácticos y las actividades establecidas para la primera etapa del año. La planificación quedará, a su vez, incorporada al Google Drive de la asignatura para su consulta periódica. Cualquier modificación en el cronograma será informada en las instancias presenciales e incorporada al documento.

-Las clases teóricas se desarrollarán los jueves a las 9.00 hs. Aula 27 (I Len, IV Bloque) y las clases de Comisión de Trabajos Prácticos tendrán lugar los lunes a las 7.00 hs. Aula 28 (IV Bloque).

-La presentación de los trabajos prácticos se realizará siguiendo la modalidad y los 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 establecida en el cronograma, siempre en el horario de la 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 al Google Drive “Teorías de la Comunicación II (2023)”, puesto que cada estudiante será asociado al espacio de la asignatura a partir de la casilla de referencia.

-En caso de tener dificultades para acceder al material es preciso que envíen un e-mail a la siguiente casilla de correos: teoriasii@gmail.com

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA**Profesor Responsable**

Firma:

Aclaración:

Fecha: