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 2024)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 11/04/2024 15:14:53)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
TEORIAS DE LA COMUNICACION II	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2024	1° anual

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
DIAZ, EMILIANO	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
GASQUEZ, MARIA GABRIELA	Prof. Colaborador	P.Adj Exc	40 Hs
LENCINA, ENRIQUE OMAR	Responsable de Práctico	JTP Exc	40 Hs
AVILA, SONIA AYELEN	Auxiliar de Práctico	A.1ra 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 - Teoria con prácticas de aula	Anual

Duración			
Desde	**Hasta**	**Cantidad de Semanas**	**Cantidad de Horas**
11/03/2024	15/11/2024	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 en América Latina a partir del reconocimiento y la exploración conceptual proveniente de diferentes disciplinas (historia, filosofía, semiótica, sociología, politología y economía política).
En la primera parte de la asignatura, el recorrido está centrado en las investigaciones canónicas y en los debates centrales con el fin de comprender un fenómeno que involucra objetos, perspectivas, procesos, concepciones, formación profesional, actores y prácticas socioculturales. La propuesta contempla el estudio de las investigaciones pioneras latinoamericanas fundamentadas en los modelos interpretativos amparados tanto en lo referido a la tradición positivista cuanto a lo que se denomina “giro crítico”. Posteriormente, durante el período de institucionalización del campo, se suman asimismo los aportes teóricos en torno a diferentes enfoques del análisis cultural de la comunicación y los medios. En la última parte de la asignatura, importa someter algunas problemáticas contemporáneas a la criba de la razón. Para ello se indagan nociones tales como cultura mediática, agenda, tecnología, Estado y mercado.
En el trayecto comprendido en “Teorías de la Comunicación II” se busca superar el sesgo mediológico y el carácter ideologizante de la cultura. Esto implica no centrar exclusivamente el análisis en el “enunciado crítico” que predomina en la universidad, acotado durante los últimos años en su capacidad para explicar el contexto de época ya sea por vicio, por fatiga o por asimilación. La mirada apela a una 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 en 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 Nº 1. El campo académico de la comunicación en América Latina
Pensar la comunicación desde/en Latinoamérica.
Crisis histórica/crisis del campo.

UNIDAD Nº 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 Nº 3. Sesgos teóricos. Conceptos para su discusión: cultura mediática, agenda y tecnicidad digital
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. Los ecosistemas comunicativos y la tecnicidad digital. Elementos para una reflexión.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

La asignatura 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 asignatura es que se requiere de una metodología que supone, por parte de los estudiantes, la realización de lecturas previas de la bibliografía establecida por el equipo docente y la simultaneidad en el desarrollo de los temas teóricos. Las lecturas serán sustentadas con las guías correspondientes.

VIII - Regimen de Aprobación

La evaluación del cursado de la asignatura implica, eventualmente, la realización de dos parciales.
Serán requisitos de aprobación:

- Alumno regular: 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 rinde, en forma oral, los contenidos consignados en la bibliografía básica del programa. Las fechas de exámenes se ajustan a los turnos estipulados por el Calendario Académico.

- Alumno libre: Para la aprobación final debe presentar (diez días antes de la fecha del examen) un trabajo práctico escrito cuyas pautas de elaboración le serán entregadas a la sazón por el equipo docente. Una vez aprobado dicho trabajo práctico, rinde un examen oral sobre la totalidad de los contenidos consignados en la bibliografía básica del programa. Las fechas de exámenes se ajustan a los turnos estipulados por el Calendario Académico.

IX - Bibliografía Básica

[1] UNIDAD Nº 1
[2] Fuentes Navarro, R. “El estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en América Latina”.

[3] Bello, G., Buenaventura J., & Perez, G. “Concepción de la comunicación y crisis teóricas en América Latina”. En Revista Diálogos de la Comunicación Nº 20, Mayo, 1988.
[4] White, R. “La teoría de la comunicación en América Latina”. En Revista Telos Nº 19, 1989.
[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 Nº 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] Dorfman, A. & Mattelart, A. Para leer al pato Donald, Buenos Aires, Siglo XXI, 2002 [1972].
[11] Verón, E. “Acerca de la producción social del conocimiento: el ‘estructuralismo’ y la semiología en Argentina y Chile” (selección). En Revista Lenguajes Nº 1, 1974.
[12] Schmucler, H. “La investigación (1975): ideología, ciencia y política”. En Memorias de la comunicación, Buenos Aires, Biblos, 1997. (pp. 131-143)
[13] Anexo:
[14] Verón, E. “Acerca de la producción social del conocimiento: el ‘estructuralismo’ y la semiología en Argentina y Chile”. En Revista Lenguajes Nº 1, 1974. (pp. 96-125)
[15] 2.b
[16] 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)
[17] MacBride, S. & 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)
[18] Schmucler, H. “El NOMIC: recuerdo de lo que no fue”. En Memorias de la comunicación, Buenos Aires, Biblos, 1997. (pp. 257-265)
[19] Rossi, D. “Acceso y participación en el nuevo siglo. Limitaciones de la política, condicionamientos de los conglomerados”. Mimeo, Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales (UBA), 2006.
[20] Mastrini, G. & Mestman, M. “¿Desregulación o re-regulación? De la derrota de las políticas a las políticas de la derrota”. En CIC: Cuadernos de Información y Comunicación Nº 2, 1996. (pp. 81-88)
[21] 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, Cimadevilla, G. & Fagundes Haussen, D. (coord.), Editorial Universidad de Río Cuarto, 2010. (pp. 97-111)
[22] Becerra, M. “Cuatro años de la ley audiovisual: un balance”. En QUIPU. Políticas, economía y tecnologías de la comunicación. Buenos Aires, octubre 2013.
[23] 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 Facutad de Derecho de la UBA”. En QUIPU. Políticas, economías y tecnologías de la comunicación. Buenos Aires, mayo 2016.
[24] Anexo:
[25] Quirós, F & Segovia, A. “La Conferencia de San José de Costa Rica (1976)”. En CIC: Cuadernos de Información y Comunicación Nº 2, 1996. (pp. 63-80)
[26] Bolaño, C., Mastrini, G. & Sierra, F. “Introducción”. En Economía política, comunicación y conocimiento, Buenos Aires, La Crujía, 2005. (pp. 17-36)
[27] Marenghi, P., Mastrini, G. & Badillo, A. “Políticas de Comunicación en América Latina: un estudio comparado de los gobiernos de izquierda”. En Comunicación y regeneración democrática, Zallo, R. & Casero-Ripollés, A. (eds). Actas del IV Congreso Nacional ULEPICC, España, 2013. (pp. 615-632)
[28] 2.c
[29] 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)
[30] Ford, A. “Culturas populares y (medios de) comunicación”. En Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis, Buenos Aires, Amorrortu, 1994. (pp. 149-157)
[31] Schmucler, H. & Mattelart, A. “Editorial”. En Revista Comunicación y Cultura Nº 1, 1973.
[32] Schmucler, H. & Mattelart, A. “Al lector” y “Construir la Democracia”. En Revista Comunicación y cultura Nº 7, 1982. (pp. 5-10)
[33] Schmucler, H. “La investigación (1982): un proyecto de comunicación/ cultura”. En Memoria de la comunicación, Buenos Aires, Biblos, 1997. (pp. 145-151)

[34] Martín-Barbero, J. "Memoria narrativa e industria cultural". En Comunicación y Cultura Nº 10, México, 1983. (pp. 59-73)
[35] Schmucler, H. "La investigación (1996): lo que va de ayer a hoy". En Memorias de la comunicación, Buenos Aires, Biblos, 1997. (pp. 153-164)
[36] Schlesinger, P. "Aportaciones de la investigación latinoamericana. Una perspectiva británica". En Revista Telos Nº 19, 1989. (pp. 55-60)
[37] Anexo:
[38] 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)
[39] UNIDAD Nº 3
[40] 3.a
[41] Mata, M. C. "De la cultura masiva a la cultura mediática". En Revista Diálogos de la Comunicación Nº 56, 1999. (pp. 80-91)
[42] Anexo:
[43] Riffo Pavón, I. "La cultura mediática. Reflexiones y perspectivas". En Comuni@cción: Revista de Investigación en Comunicación y Desarrollo Nº 6 (2), julio-diciembre 2015. (pp. 45-57)
[44] 3.b
[45] 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)
[46] 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. 17-92)
[47] 3.c
[48] Cortés, C. E. "El poder de la tecnicidad digital y el reto de la complejidad". En Revista Signo y Pensamiento 44, volumen XXIII, enero-junio 2004, Universidad Pontificia Javeriana, Bogotá.
[49] Schmucler, H. Conferencia pronunciada en la Universidad Nacional de San Luis, 19 de abril de 2013. Mimeo.
[50] La bibliografía, las guías de lectura y los videos y/o links de acceso al material complementario están disponibles en una carpeta alojada en el Google Drive de la asignatura y creada a tal fin.

X - Bibliografia Complementaria

[1] Altamirano, C. Términos críticos de sociología de la cultura. Buenos Aires, Paidós, 2002.
[2] Bolaño, C., Mastrini, G. & Sierra, F. Economía política, comunicación y conocimiento. Buenos Aires, La Crujía, 2005.
[3] Ford, A. Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis, Buenos Aires, Amorrortu, 1996.
[4] Ford, A. La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea. Buenos Aires, Ed. Norma, 1999.
[5] Ford, A. & otros. Medios de comunicación y cultura popular. Buenos Aires, Legasa, 1985.
[6] García Canclini, N. Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. México, Ed. Grijalbo, 1990.
[7] García Canclini, N. Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México, Ed. Grijalbo, 1995.
[8] Mattelart, A. & Mattelart, M. Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona, Paidós, 1997.
[9] Moragas, M. Teorías de la comunicación. Barcelona, Gustavo Gili, 1981.
[10] Muñoz, B. Cultura y comunicación. Barcelona, Barcanova, 1989.
[11] 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

-Reconocer 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 Nº 1. El campo académico de la comunicación en América Latina
UNIDAD Nº 2. Continuidades y discontinuidades: una aproximación a las décadas del ’70, el ’80 y el ‘90
UNIDAD Nº 3. Sesgos teóricos. Conceptos para su discusión: cultura mediática, agenda y tecnicidad digital

XIII - Imprevistos

XIV - Otros

Contrato pedagógico

Durante el año se llevarán a cabo una serie de encuentros y tareas semanales, convenientemente establecidas por el equipo docente. Todo lo cual compromete la asistencia y la responsabilidad de cada estudiante. Las condiciones académicas desplegadas a continuación fueron establecidas de acuerdo a la normativa vigente (Régimen Académico Ord. CS Nº 13/2003):

*Tanto las clases teóricas como las de la comisión de trabajos prácticos están regidas por la bibliografía básica consignada en el programa. Se recomienda asistir a cada instancia con las lecturas realizadas. Ello les permitirá plantear las dudas sobre los contenidos abordados, a la vez que contribuirá paulatinamente a una comprensión eficaz de los temas.

*La bibliografía está organizada en cuadernillos por unidad. Cada cuadernillo —dossier— contiene las guías de lectura y los trabajos prácticos correspondientes. El material de estudio al igual que los videos y/o links de acceso a la bibliografía complementaria (no obligatoria) están disponibles en una carpeta denominada “Teorías de la Comunicación II 2024” alojada en el Google Drive. El acceso a la misma se hará efectivo a partir del primer día de clase.

*Dispondrán asimismo de un cronograma, en el cual constan los contenidos a desarrollar en cada clase, las fechas de entrega de los trabajos prácticos y las actividades pautadas para la primera etapa del año. La planificación quedará 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 días jueves a las 9.00 hs. en el Aula 1 (Anexo del IV Bloque).
*Las clases de comisión de trabajos prácticos se desarrollarán los días miércoles a las 10.00 hs. en el Aula 6 (IV Bloque).

*La presentación de los trabajos prácticos se realiza acorde a la modalidad y los requerimientos (escrita y/o exposición oral; individual o grupal) fijados en cada guía. Cabe aclarar que los trabajos prácticos se entregan al Docente Responsable de la comisión en la fecha consignada en el cronograma y siempre en el horario de la clase de comisión a fin de garantizar la puesta en común de los contenidos vertidos en el escrito.

*Es importante que establezcan una única dirección de correo electrónico, pues ello posibilitará el acceso a la carpeta “Teorías de la Comunicación II 2024”. Cada estudiante será asociado a este espacio a partir de la casilla de referencia.

*En caso de tener dificultades para acceder al material es preciso que se pongan en contacto inmediatamente con el equipo docente mediante un e-mail dirigido a la siguiente casilla de correos: teoriasii@gmail.com

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA	
	Profesor Responsable
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	