Ministerio de Cultura y Educación **(Programa del año 2006)**
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Ciencias Humanas
Departamento: Fonoaudiologia y Comunicacion
Area: Formación General en Comunicación

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
TEORIA DE LA COMUNICACION II	LIC.COM. SOCIAL	2/99	2	1c

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
GASQUEZ, MARIA GABRIELA	Auxiliar de Práctico	A.1RA SEM	20 Hs
LENCINA, ENRIQUE OMAR	Auxiliar de Práctico	A.1RA SEM	20 Hs
LOBO, CLAUDIO TOMAS	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**
2 Hs	2 Hs	Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
C - Teoria con prácticas de aula	1 Cuatrimestre

Duración			
Desde	**Hasta**	**Cantidad de Semanas**	**Cantidad de Horas**
12/05/2006	01/09/2006	11	60

IV - Fundamentación

La asignatura “Teorías de la Comunicación II” correspondiente al segundo año de la Licenciatura en Comunicación Social se articula verticalmente 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 estará destinado a recuperar/desarrollar algunas corrientes críticas de pensamiento y sus posibles implicancias para pensar la comunicación, a su vez se trabajará sobre el desarrollo y características de la investigación en comunicación en América Latina a partir de algunos de sus itinerarios.

Finalmente, a partir del recorrido mencionado, se pretende reconocer y analizar algunos problemas actuales en el campo de estudios de la comunicación teniendo en cuenta la situación histórico-social en la que se desarrollan. Para ello se retomarán algunas nociones/problemáticas consideradas centrales, tales como las de: poder, mercado, imaginario, cultura mediática, tecnología, lenguaje, visibilidad, ‘transparencia’, etc.

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 el campo que dan cuenta de la imposibilidad del ‘objeto único’ pero reconociendo además la necesidad de un mirada que supere la relación comunicación-medios.

V - Objetivos

Generales

- Propiciar un recorrido que de cuenta de las diferentes posturas teóricas (corrientes críticas) y problemáticas actuales.

- Conocer textos claves en la constitución del campo disciplinar de la comunicación en 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.
- Definir problemas comunicacionales y contextualizarlos teórica e históricamente.
- Analizar problemáticas actuales del campo de la comunicación a partir de las categorías teóricas trabajadas.

VI - Contenidos

UNIDAD Nº 1. El campo de estudio de la Comunicación. Corrientes críticas.

1. El sentido común y el mito como obstáculos epistemológicos para pensar la comunicación.
2. Economía política crítica. Antecedentes. Economía política de medios y crítica a la economía política del signo.
3. Estructuralismo y post-estructuralismo. Aportes para pensar la constitución del discurso ideológico de los medios.

UNIDAD Nº 2. El campo de la comunicación en América Latina.

1. Pensar la comunicación desde/en Latinoamérica. Crisis histórica/crisis del campo.
2. Un proyecto de Comunicación/Cultura. Medios de comunicación y cultura popular.
3. Dos propuestas en/desde Latinoamérica: Jesús M. Barbero y Néstor G. Canclini.

UNIDAD Nº 3. Problemáticas actuales del campo

1. La cultura mediática. Características e implicancias en la reconfiguración del espacio público. Modificación en los regímenes de visibilidad.
2. Las mediaciones de las agendas globales contemporáneas. La ‘agenda global’ como metáfora de control social.
3. Las nuevas tecnologías de la información. Sociedad informatizada: entre el mercado y la vigilancia.
4. Intercambio simbólico y configuración de imaginarios en la cultura mediática.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

La materia se desarrolla con un régimen de cursado cuatrimestral de 60 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 alumnos, la realización de lecturas previas del material bibliográfico establecido por el docente y la simultaneidad en el desarrollo de los temas teóricos. Las lecturas previas serán sustentadas con las guías de lecturas correspondientes.
El trabajo en las comisiones estará orientado por un lado, a la comprensión de la bibliografía específica, y por otro, a realizar análisis comparativos y de contextualización. Este tipo de actividades se desarrollará tanto en las instancias presenciales como en los trabajos trabajos extraulicos que los alumnos realizarán.

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: 80% de asistencia a clases, 80% de los informes de lectura 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: rinden examen escrito y oral sobre la totalidad de los contenidos del programa en las fechas de turnos de exámenes.

IX - Bibliografía Básica

[1] Unidad Nº 1
[2] 1. SARLO, Beatriz. “Las ideas caen del cielo” en Instantáneas. Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo. Bs. As., Ariel, 1996 (pp.113-116)
[3] BARTHES, Roland. “Prólogo” y “Mitologías” a seleccionar en Mitologías, México, Siglo XXI, 1980 (pp.7-9)
[4] BACHELARD, Gastón. “Cap. I La noción de obstáculo epistemológico. Plan de la obra” en La formación del espíritu científico. México, Siglo XXI, 2004 (pp. 15-26)
[5] 2. MATTELART, M. y MATTELART, A. en Historia de las teorías de la comunicación Barcelona, Paidos. 1997 (pp. 77-88).
[6] GARNHAM, Nicholas. “Contribución a una economía política de la comunicación de masas” en Moragas, Miguel de (ed) Sociología de la comunicación de masas. Barcelona, Gustavo Gili. Vol. 1,1985.
[7] HERSCOVICI,BOLAÑO y MASTRINI."Economía política de la comunicación y la cultura, una presentación" en G. MASTRINI y C. BOLAÑO (ed.) Globalización y monopolios en la comunicación en América latina. Bs. As., Biblos, 2000.
[8] MURDOCK, N.y GOLDING, P. "Capitalismo, comunicaciones y relaciones de clase" em Curran, J., Gurevitch, M. y Woollavot, J. Sociedad y comunicación de masas. México, FCE, 1981.(pp.22-57)
[9] BAUDRILLARD,J. Economía política del signo, Bs. As., S. XXI. 3. MUÑOZ, Blanca. “El estructuralismo: aportaciones temáticas a la teoría de la comunicación y la sociedad de masas” en Cultura y comunicación. Barcelona, Barcanova. 1989 (pp. 205-257)
[10] SAUSSURE, Fredinand. Curso de lingüística general. Bs. As., Losada, 2003.
[11] LEVI-STRAUSS, Claude. “Introducción” en Antropología estructural. 1970 (pp. 21-47)
[12] FOUCAULT, Michel, “Verdad y poder” en Microfísica del poder. Madrid, La Piqueta, 1992. (pp. 185-200)
[13] Unidad Nº 2
[14] 1.FUENTES NAVARRO, Raúl,"El estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en América Latina", en Revista Diá-logos de la Comunicación, Nº 32, Marzo, 1992.
[15] BELLO, G., BUENAVENTURA J., y PEREZ, G. "Concepción de la comunicación y crisis teóricas en América Latina", en Revista Diálogos Nº 20.
[16] WHITE, R. "La teoría de la comunicación en América Latina" en Revista Telos Nº 19, 1989. (pp.43-54).
[17] SCHLESINGER, P. "Aportaciones de la investigación latinoamericana" en Revista Telos Nº 19, 1989. (pp.55-60).
[18] 2.SCHMUCLER, Héctor "La investigación (1982):un proyecto de comunicación/cultura" en Memoria de la comunicación, Bs. As., Biblos,1997.(145-151)
[19] ORTÍZ, Renato “Notas históricas sobre el concepto de cultura popular” en Revista Diá-logos de la Comunicación, Nº 23.
[20] BARBERO, J. Martín “Memoria narrativa e industria cultural”, en Comunicación y cultura, Nro. 10, Méjico, Agosto, 1983.
[21] 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.
[22] GARCÍA CANCLINI, N. “De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular” de N. en Seminario de Comunicación y Culturas Populares, CLACSO, Bs. As. 1980.
[23] GARCÍA CANCLINI, N. "Ni folklórico ni masivo ¿qué es lo popular?" en Revista Diálogos de la Comunicación N º 17.
[24] GONZÁLEZ SANCHEZ,J. A. “Cultura(s) popular(es) hoy” en Revista Comunicación y Cultura 10, México, 1983.
[25] RODRÍGUEZ, Mariángela "Cultura popular- Cultura de masas" en Revista Estudios sobre Culturas Contemporáneas, Vol IV/ Nº12,
[26] FORD, A. (1994): “Culturas populares y (medios de) comunicación”, en Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis, Amorrortu, Buenos Aires.
[27] 3. BARBERO, J.M. De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía,G. Gili, México,1987.
[28] GARCÍA CANCLINI, N.Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad, Sudamericana, Bs. As., 1992.
[29] Unidad Nº 3
[30] 1.MATA, M. Cristina. “De la cultura masiva a la cultura mediática” Ponencia presentada al Seminario Tendencias y retos de la investigación en comunicación en América Latina. FELAFACS-PUC del Perú. Lima. Julio de 1999.
[31] CALETTI, Sergio. “Repensar el espacio público” Ponencia presentada al Seminario Tendencias y retos de la investigación en comunicación en América Latina. FELAFACS-PUC del Perú. Lima. Julio de 1999.
[32] 2.FORD, Anibal. “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, Bs. As., Amorrortu, 1996 (pp.42-64)
[33] FORD, Anibal. "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, Bs. As, Norma, 1999 (pp.19-92)
[34] 3.SCHMUCLER, Héctor. "Tecnologismo" en Memoria de la comunicación, Bs. As. , Biblos, 1997.
[35] 4.CASTORIADIS, Cornelius. "Prefacio" en La Institución Imaginaria de la Sociedad, Vol. I, Tusquets, Bs. As., 1999 (pp.7-13)
[36] BAUDRILLARD, Jean. El intercambio simbólico y la muerte. Caracas, Monte Ávila ed., 1992. simbólicola
…" el Intercambio simbólico y la muerte

X - Bibliografia Complementaria

[1] •Altamirano, Carlos. Términos críticos de sociología de la cultura. Bs. As., Paidos, 2002.
[2] •Bachelard, Gastón. La formación del espíritu científico. Contribución a un psicoanálisis del conocimiento objetivo. México, Siglo XXI, 2004.
[3] •Bajtín, M. La cultura popular en la edad media y en el Renacimiento. El contexto deFrancois Rabelais. Madrid, Alianza Editorial, 1988.
[4] •Barthes, Roland. Mitologías, México, Siglo XXI, 1980.
[5] •Barthes, Roland. Cómo vivir juntos. Simulaciones novelescas de algunos espacios cotidianos, Bs. As., Siglo XXI, 2003.
[6] •Bolaño, C., Mastrini, G. y Sierra. Economía política, comunicación y conocimiento. Bs. As., La crujía, 2005.
[7] •Ferguson, M. y Golding, P. (comp.) Economía Política y Estudios Culturales. Barcelona, Bosch, 1998.
[8] •Ford, Aníbal. Navegaciones. Comunicación, cultura y crisis, Bs. As., Amorrortu, 1996.
[9] •Ford, Aníbal. La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea, Bs. As, Norma, 1999.
[10] .Ford, A. y otros. Medios de comunicación y cultura popular. Bs. As., Legasa, 1985.
[11] .García Canclini, N. Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México, Ed. Grijalbo, 1995.
[12] •Mattelart, A. y Mattelart, M. Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona, Paidos. 1997.
[13] •Moragas, M. (comp.). Sociología de la comunicación de masas. Barcelona, Gustavo Gili. 1982.
[14] •Moragas, Miguel. Teorías de la comunicación. Barcelona, Gustavo Gili. 1981.
[15] .Moraña, Mabel (ed) Nuevas perspectivas desde/sobre América Latina. El desafío de los Estudios Culturales. Chile, Ed. Cuarto Propio, 2000.
[16] •Muñoz, Blanca. Cultura y comunicación. Barcelona, Barcanova, 1989.
[17] •Ortíz, Renato. Otro territorio. Bs. As., Universidad Nacional de Quilmes, 1996.
[18] •Sarlo, Beatriz. Instantáneas. Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo. Bs. As., Ariel, 1996 .
[19] •Schmucler, Héctor. Memoria de la Comunicación. Bs. As. , Biblos, 1997.
[20] •Smith, A. (comp.) Comunicación y Cultura (3 tomos). Nueva Visión. Buenos Aires. 1984.
[21] •Wolf, M. La investigación de la Comunicación de Masas. Paidós. México. 1991.

XI - Resumen de Objetivos

-Realizar un recorrido que de cuenta de las diferentes posturas teóricas (corrientes críticas) y problemáticas actuales.
-Conocer textos claves en la constitución del campo disciplinar de la comunicación en América Latina.
-Identificar los aportes de las corrientes críticas trabajadas y analizar problemáticas actuales del campo de la comunicación.

XII - Resumen del Programa

UNIDAD Nº 1. El campo de estudio de la Comunicación. Corrientes críticas.
Algunos aportes de la Economía política de medios y del Estructuralismo y post-estructuralismo para pensar la comunicación.
UNIDAD Nº 2. El campo de la comunicación en América Latina.
Principales planteos y paradigmas del campo comunicacional en/desde Latinoamérica.
UNIDAD Nº 3. Problemáticas actuales del campo.

XIII - Imprevistos