



I-IDENTIFICACION:

Carrera: **Lic. en Comunicación Social**

Asignatura: **Teorías de la Comunicación Social II**

Año en que se dicta: **2º**

Prof. Adjunta a/c: **Mgter. Beatriz Castro Chans – Regular**

Auxiliar Docente de Primera: **Lic. Sergio Eduardo Pérez – Regular**

Período Lectivo: **2017 – 1º cuatrimestre**

II – DATOS DE CONTEXTO

1 – Objetivos Generales de la Carrera:

El plan se orienta a formar profesionales con capacidades para:

- Comprender y abordar la práctica profesional del Licenciado en Comunicación Social como práctica social.
- Desarrollar una actitud crítica frente a los problemas éticos, políticos y sociales que plantea la comunicación social.
- Desarrollar las actitudes y aptitudes necesarias para llevar a cabo prácticas innovadoras en el ámbito profesional.
- Desempeñar las actividades inherentes a los diferentes medios de comunicación social., con solvencia teórica-práctica y con actitud crítica.
- Realizar investigaciones relativas a los sistemas, modelos y procesos comunicacionales, los medios de comunicación social y la estructura, organización y significado de los mensajes.
- Diseñar modelos de comunicación social.
- Planificar, instrumentar y evaluar sistemas comunicacionales.
- Efectuar diagnósticos comunicacionales.
- Elaborar, interpretar y evaluar mensajes y discursos.
- Planificar, instrumentar y evaluar campañas comunicacionales.

2- Objetivos del Área a la cual pertenece la Cátedra:

- Adquirir un conjunto de conocimientos relevantes para la estructuración y validación de los saberes y prácticas que definen la carrera (origen y desarrollo, ámbitos teóricos que la integran, perspectivas futuras).
- Identificar paradigmas, marcos de referencia teóricos, sus dimensiones socio-históricas, culturales y prospectivas que enmarcan los procesos de comunicación.

3- Contenidos Mínimos:

La teoría sobre los medios y la cultura en América Latina. Comunicación y desarrollo. De los modelos "integrados" a los modelos "críticos". Las discusiones e interpretaciones del estructuralismo, la semiología, el psicoanálisis y el marxismo. El debate sobre el "Nuevo Orden". Teorías sobre la recepción y nuevos campos para el estudio de los efectos de los medios. Fundamentos psicológicos de los efectos de la comunicación. Paradigmas de la investigación comunicacional de América Latina. Metodologías para abordar el Proyecto del Comunicación Social.



III – DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

1 – Fundamentación

Los estudios de comunicación y cultura han calado en el campo de los estudios de comunicación en las últimas décadas en América Latina. Estos estudios dieron un lugar preferencial a la cultura popular.

En la Inglaterra de la década del '70, el Centro de Estudios Culturales Contemporáneos de Birmingham incorpora definitivamente la dimensión cultural a los estudios de comunicación. Los estudios culturales se especializaron en dos aplicaciones distintas, "por un lado los trabajos sobre la producción de los medios en cuanto sistema complejo de prácticas determinantes para la elaboración de la cultura y de la imagen de la realidad social; por otro lado los estudios sobre el consumo de la comunicación de masas en cuanto lugar de negociación entre prácticas comunicativas extremadamente diferenciadas", como lo plantea Mauro Wolf (1987:123).

Dentro de los estudios de recepción de Birmingham se acentúa el de la lectura de los medios desde la perspectiva de los sujetos inmersos en su cotidianidad. En otra geografía, en la misma década del '70 en América Latina emerge la "comunicación alternativa" como oposición al modelo de los medios masivos y en representación de lo popular. Muchos fueron los aportes y orientaciones que guiaron estudios y prácticas de comunicación en este período coincidente con la constitución del tejido de facultades y federaciones de comunicación social.

En la actualidad, vivimos en una sociedad fuertemente complejizada, donde las concepciones de transformación y desarrollo se modificaron, los cambios económicos y culturales deslocalizan la producción de sentidos y se legitiman otras propuestas de cambio para el mundo.

Como advierte Dominique Wolton (2005) "La información ya no es suficiente para crear comunicación. Al hacer visibles las diferencias culturales y las desigualdades, obliga a un gigantesco esfuerzo de comprensión. He aquí probablemente una de las rupturas más importantes del siglo XXI. El mundo ha pasado de ser una aldea global en el plano técnico y no lo es en los planos social, cultural y político". Los comunicadores debemos plantearnos el desafío de pensar el mundo y pensarnos en este nuevo mundo.

Somos partícipes de una época donde los sujetos se repliegan y buscan construir su propio proyecto en medio de un proceso de desterritorialización y de hibridación de las culturas. Todo lo cual nos convoca a pensar en la búsqueda de nuevas utopías comunicacionales que deben orientar nuestro trabajo y el compromiso con la sociedad. Sin embargo, este proceso de búsqueda y redefinición no es posible sin antes realizar un balance exhaustivo de los procesos vividos (y sufridos) en nuestro Continente.

Teoría de la Comunicación II, integra el eje troncal de formación de los comunicadores sociales, pero como todas las que integran un plan de estudios, deben ser dimensionadas en relación a los demás componentes. Por lo tanto, debe ser analizada considerando los contenidos que los estudiantes de comunicación trabajan en Teoría de la Comunicación I y III.

En ese contexto, entendemos que en el primer encuentro de los estudiantes con las teorías de la comunicación realizan una revisión amplia de las principales corrientes teóricas de la

¹ **María Cristina Mata (1988)** afirma que la **comunicación popular** es aquella que incluye al individuo, a los grupos o actores sociales excluidos del discurso público que le permite autoidentificarse, autoexpresarse y hablar de su realidad. Esta autora denomina comunicación popular a la que trata de transformar la exclusión en presencia.



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE
FACULTAD DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

comunicación, dejando para la segunda oportunidad (teoría de la comunicación II) el análisis de las teorías de la comunicación y la cultura desde América Latina y se profundiza sobre dos ejes de debate centrales y actuales en el ámbito de la comunicación: la comunicación- cultura y la comunicación – desarrollo. Luego se trabaja sobre la construcción de un escenario actual de la investigación en comunicación en América Latina, finalizando el dictado de la asignatura con una rápida revisión que permita situar a los profesionales en formación, en los debates sobre lo que se ha denominado el NOMIC – Nuevo Orden de la Información y la Comunicación - y la actualmente definida Sociedad de la Información, ubicando en ese contexto a los profesionales de la comunicación.

Estos últimos contenidos son retomados más tarde por las asignaturas: Teoría de la Comunicación Social III, que insiste y profundiza sobre las teorías vinculadas a los medios masivos de la comunicación y las escuelas críticas. Los contenidos de Teoría de la Comunicación Social II también serán profundizados luego por las asignaturas correspondientes a los dos últimos años de la Licenciatura: Investigación en Comunicación, Formulación de Políticas de la Comunicación, Estructura de la Industria Cultural e Informática y Sociedad.

2- Objetivos Generales de la Asignatura:

Que el/la alumno/a logre:

- identificar y analizar los supuestos y contenidos epistemológicos y teórico – metodológicos de las teorías de la comunicación y la cultura en América Latina, y logre contextualizarlas con las ideas sociales, políticas y económicas en que surgieron.
- comprender los fundamentos teóricos y las fases de la planificación de procesos comunicacionales.
- reconocer las nociones y enfoques teóricos comunicacionales subyacentes en las prácticas del campo.
- avanzar en la construcción de su rol profesional a partir de la visualización de las diferentes perspectivas teóricas y su análisis crítico.

3- Metodología de Trabajo:

Tipo/s de clases	Recursos Didácticos:	% Estimado de Tiempo / semana
Teóricas	Clases expositivas con apoyo multimedial.	25% (90 minutos)
Prácticas	Trabajos prácticos grupales presenciales y domiciliarios. Clases expositivas con apoyo multimedia (micros radiales, análisis de soportes impresos, etc.)	25% (90 minutos)
Teórico / Prácticas	Proyección y análisis de películas. Presentación y análisis de casos reales presentados por invitados. Elaboración de informes de lectura, mapas conceptuales y comparación bibliográfica. Texto paralelo	25% (90 minutos)
Actividad en el aula Virtual	Repositorio bibliográfico. Foros de debates y de consultas. Publicación de calendario y novedades. Comunicación docente – alumno y entre pares. Actividades colaborativas. Enlaces de interés a revistas y otras publicaciones del campo disciplinar.	25% (90 minutos)
Total hs. Presenciales		4,5 hs. reloj
Total horas virtuales		1,5 horas reloj



Observaciones:

Se promoverá el desarrollo de procesos colectivos de discusión y reflexión, que en lo posible, estén acompañados de prácticas y de evaluación de las mismas. De esta manera se podrán construir referencias comunes entre los participantes, que permitan el aprendizaje a través de la creación colectiva del conocimiento.

Se operará con el método de la pedagogía problematizadora o "de la pregunta". La enseñanza se desarrollará mediante un proceso que reconoce tres fases, en cada una de las cuales se privilegiará un componente del aprendizaje:

- identificación de los conocimientos que los estudiantes poseen sobre el tema (información) ;
- problematización del planteo inicial del tema (motivación); y
- reestructuración del conocimiento (producción).

4- Criterios de Evaluación:

Evaluación continua a través de trabajos grupales y/o individuales en clases prácticas y teórico-prácticas donde se considerará especialmente que: se ajusten a las consignas planteadas, den cuenta de la lectura comprensiva de la bibliografía obligatoria, demuestren capacidad de argumentación, coherencia discursiva, juicio crítico y responsabilidad de los/as alumnos/as respecto de sus producciones.

Evaluación sumativa:

En los exámenes el alumno deberá demostrar precisión en el manejo de los conceptos teóricos y su aplicación adecuada en el análisis de procesos comunicacionales. Además deberá dar cuenta del rol que le compete al comunicador social en la intervención y/o estudio de procesos comunicacionales.

5- Régimen de Promoción (conforme el Régimen Pedagógico de la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional del Nordeste, Resolución N°005/17 CD).

a) **Promoción mediante exámenes parciales y final**

El alumno deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- Participar de **dos evaluaciones parciales** cuya calificación promedio no podrá ser inferior a APROBADO SEIS (6). Cuando los alumnos hubieran obtenido REPROBADO CERO (0) en una de las instancias de las evaluaciones perderán la promoción.
- Participar de las actividades propuestas en el aula virtual de la asignatura.
- Aprobar el 75 % de los trabajos prácticos. El trabajo práctico N°1 es de carácter obligatorio para aprobar la asignatura dado que a través del mismo se alcanzan los objetivos de aprendizaje correspondientes a la Unidad 4.
- La participación en la Feria de Trabajos Prácticos es una actividad de carácter OBLIGATORIA para **todos** los cursantes, en tanto constituye una actividad integradora y de evaluación colectiva. *El incumplimiento de cualquiera de estos requisitos hará que el alumno quede en condición de alumno libre.*
- Aprobar con calificación APROBADO SEIS (6) o más el coloquio final.

b) **Promoción mediante exámenes parciales**

El alumno que aspire a la promoción sin examen final deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- Aprobar tres (3) evaluaciones parciales con calificación 6 (seis).
- Participar en el 100% de los foros de debate publicados en el aula virtual de la



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE
FACULTAD DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

asignatura.

- Aprobar el 100 % de los trabajos prácticos.
- Asistencia al 80% de las clases teóricas y prácticas.
- La participación en la Feria de Trabajos Prácticos es una actividad de carácter OBLIGATORIA para **todos** los cursantes, en tanto constituye una actividad integradora y de evaluación colectiva.

Aquellos estudiantes que se inscriban para cursar una materia con el sistema de promoción por parciales y durante el cursado no pueda cumplir con el requisito de **asistencia o de aprobación de tres (3) parciales**, pasará automáticamente al Régimen de Promoción por exámenes parciales y final, si cumple con las exigencias de dicho Régimen.

c) **Alumnos Libres**

El alumno en condición de libre, deberá presentar el día de la mesa un **proyecto de comunicación educativa** conforme las consignas del Anexo I.

Los estudiantes inscriptos para el cursado de la asignatura en régimen de promoción por exámenes parciales o por exámenes parciales y examen final que quedaran en condición de libres por no haber aprobado alguna de las **evaluaciones parciales** luego de haber participado activamente en la elaboración de trabajos prácticos y la feria de trabajos prácticos, podrá presentar el proyecto elaborado por el grupo durante el cursado de la asignatura. En ninguno de los casos esto se hará automáticamente sino que el docente a cargo de las clases prácticas constatará e informará explícitamente del cumplimiento de tales requisitos.

Acerca del trabajo:

En virtud de temáticas abordadas por el Departamento de Comunicación Social, la Facultad de Humanidades y la Universidad en su conjunto, el proyecto de comunicación educativa para el corriente ciclo académico se encuadrará en el abordaje de: **la violencia como problema social**.

Vale destacar que el trabajo **sólo avanza hasta la instancia de propuesta**, no implica su ejecución, quedando esto a criterio de los estudiantes.

La estructura del trabajo a presentar se encuentra en el **Anexo 1** a este Programa.

El trabajo no puede ser el mismo que el realizado por alumnos regulares o promocionales, de la misma u otra cohorte. En ese caso se considerará como plagio. El plagio de cualquier fuente implicará una calificación 0 (cero) – Reprobado.

Metodología de evaluación: En instancia del examen presencial, se aplicará un cuestionario escrito el cual deberá aprobarse con calificación 6 (seis) o más. De haber aprobado, el alumno tendrá una nueva instancia de evaluación escrita u oral en la cual realizará una defensa de su producción monográfica y, de acuerdo a los criterios del Tribunal, deberá responder a preguntas de cualquier tema de este programa. La no aprobación de cualquiera de las instancias, derivará en la desaprobación del examen final.

6- Programa Analítico: (contenidos por unidad)

Unidad 1: Una mirada sobre la comunicación desde América Latina. Desde los 50` al siglo XXI.

1. De los modelos "integrados" a los modelos críticos.



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE
FACULTAD DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

2. Perspectivas de la comunicación y la cultura. De la Crítica Latinoamericana a la economía política de la comunicación y la cultura.
3. Comunicación / educación. Comunicación popular y alternativa.
4. Del Desarrollismo al Desarrollo local/Global. Perspectivas de análisis de la diada comunicación – desarrollo.
5. Investigación en comunicación en América Latina.
6. Experiencias de comunicación para el cambio en la región NEA.

Unidad 2: Las teorías de la recepción en América latina. El paradigma de las mediaciones.

1. Teorías sobre la recepción y nuevos campos para el estudio de los efectos de los Medios.
2. Perspectivas teórico metodológicas de los estudios de recepción en América Latina.
3. Jesús Martín Barbero y el paradigma de las mediaciones.
4. Guillermo Orozco Gómez y el modelo de las múltiples mediaciones.

Unidad 3 – Desde el NOMIC a la Sociedad de la Información

1. El Nuevo Orden Mundial en la Información y la Comunicación. Antecedentes, propuesta, logros. Actualización de los objetivos del NOMIC.
2. La comunicación como derecho.
3. Los desafíos de la comunicación y la cultura en la sociedad de la información.

Unidad 4 - Metodologías para abordar el proyecto de comunicación educativa

1. Planificación. Ciclo de proyectos. Planificación participativa y planificación externa.
2. La gestión de procesos comunicacionales.
3. Elementos para la planificación de la comunicación en organizaciones sociales.
4. Producción de soportes comunicacionales para la comunicación-educación en sectores populares.

7 - BIBLIOGRAFÍA

- **Básica (obligatoria):**

PRIMERA UNIDAD - Una mirada sobre la comunicación desde América Latina. Desde la segunda mitad del siglo XX al siglo XXI.

- **AGUIRRE ALVIS, José L. (2011)** ENFOQUES TEÓRICOS PARA UNA COMUNICACIÓN ORIENTADA AL DESARROLLO Y RETOS ACTUALES PARA UNA COMUNICACIÓN Y DESARROLLO DESDE LA DIVERSIDAD. En: Revista Argentina de Comunicación de la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social - FADECCOS, Año 5, Nº6, Buenos Aires: Prometeo, pp. 201 - 212.
- **BELTRÁN, Luis Ramiro. (2007).** COMUNICACION PARA EL DESARROLLO EN LATINOAMERICA: un recuento de medio siglo. En: *Participación y democracia en la Sociedad de la Información*. Actas del III Congreso Panamericano de la Comunicación (2007) Prometeo, Buenos Aires, págs. 149 a 187
- **DÍAZ BORDENAVE, Juan. (2011)** EL DESARROLLO DE UN COMUNICADOR PARA EL DESARROLLO. En: Revista Argentina de Comunicación de la Federación Argentina



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE
FACULTAD DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- de Carreras de Comunicación Social - FADECCOS, Año 5, N°6, Buenos Aires: Prometeo, pp. 231 - 240.
- **GUMUCIO DAGRON, Alfonso.** (2015) COMUNICACIÓN, DESARROLLO Y CAMBIO SOCIAL. En: La contribución de América Latina al campo de la comunicación. Historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias en la investigación. Buenos Aires, Prometeo, pags.447 a 478.
 - **KAPLUN, Mario.** (1987) *EL COMUNICADOR POPULAR*. Editorial Humanitas, Buenos Aires, páginas 17 a 71.
 - **KROHLING PERUZZO, C.** (2015) COMUNICACIÓN POPULAR, COMUNITARIA Y CIUDADANA. En: La contribución de América Latina al campo de la comunicación. Historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias en la investigación. Buenos Aires, Prometeo, págs. 419 a 445.
 - **TORRICO VILLANUEVA, Erick** (2013) UNA COMUNICACIÓN PARA SALIR DEL DESARROLLO. En: Revista Quórum Académico, Universidad del Zulia, Vol. 10 N° 2, julio-diciembre 2013, Pp. 263 - 276

SEGUNDA UNIDAD: Las teorías de la recepción en América latina. El paradigma de las mediaciones.

- **COGO, D.** (2009). *LOS ESTUDIOS DE RECEPCIÓN EN AMÉRICA LATINA: PERSPECTIVAS TEÓRICO-METODOLÓGICAS*. En: Portal de la Comunicación InCom-UAB: El portal de los estudios de comunicación, 2001-2011. Lecciones. Febrero/2009. On line http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_def.asp?id=48
- **MARTÍN BARBERO, J.** (1987) *DE LOS MEDIOS A LAS MEDIACIONES. COMUNICACIÓN, CULTURA Y HEGEMONÍA*. Gustavo Gilli, México. Pgs.292 a 310.
- **JAKS, N. y OROZCO GÓMEZ, G.** (2015) INVESTIGACIÓN LATINOAMERICANA DE RECEPCIÓN: UN LARGO CAMINO ANDADO. En: La contribución de América Latina al campo de la comunicación. Historia, enfoques teóricos, epistemológicos y tendencias en la investigación. Buenos Aires, Prometeo, págs. 101 a 130.

TERCERA UNIDAD – Desde el NOMIC a la Sociedad de la Información

- **ESTENIOU MADRID, Javier** (2004) *EL RESCATE DEL INFORME MC BRIDE Y LA CONSTRUCCIÓN DE UN NUEVO ORDEN MUNDIAL DE LA INFORMACIÓN*. En: Revista Razón y Palabra, N° 39, Año 9, Junio-Julio 2004, México. Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n39/jesteinou.html>
- **MARQUEZ LOPEZ, Fernando.** *EL NUEVO ORDEN MUNDIAL DE LA COMUNICACIÓN EN LA ERA DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN*. Revista Virtual: Razón y Palabra n° 35. México, octubre – noviembre 2003. [on line] <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n35/fmarquez.htm>
- **PASQUALI, Antonio.** *COMPRENDER LA COMUNICACIÓN*. 2007. Gedisa, Barcelona. Capítulo 8, págs. 241 a 267.
- **VARGAS, Teresita y ZAPATA, Natalia.** (2010) *ENREDANDO PRÁCTICAS: COMUNICACIÓN DESDE LAS ORGANIZACIONES SOCIALES*. Editorial San Pablo, Buenos Aires. Págs. 29 a 50.

CUARTA UNIDAD: Metodologías para abordar el proyecto de comunicación educativa

- **BALÁN, E., JAIMES, D., ALEGRÍA, H. y BORRI, N.** (2007) *BARRIO GALAXIA. MANUAL DE COMUNICACIÓN COMUNITARIA*. Centro Nueva Tierra, Buenos Aires.
- **ETKIN, Eugenia.** (2014) *COMUNICACIÓN PARA ORGANIZACIONES SOCIALES*. Buenos Aires, La Crujía, cap. 5 y 6, págs. 99 a 142.



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE
FACULTAD DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- **PRIETO CASTILLO, Daniel** (2010). *EN TORNO A PRINCIPIOS DE LA COMUNICACIÓN EDUCATIVA*. En: CENTRO DE COMUNICACIÓN LA CRUJÍA, COMUNICACIÓN COMUNITARIA. Apuntes para abordar las dimensiones de la construcción colectiva. La Crujía, Buenos Aires, págs. 51 a 66.

➤ **Bibliografía Complementaria** (opcional)

PRIMERA UNIDAD

a) Enfoques de comunicación y cultura.

ALBORNOZ, Luis (comp) (2011) *PODER, MEDIOS, CULTURA: UNA MIRADA CRÍTICA DESDE LA ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN*. Paidós, Buenos Aires.

RODRIGUEZ, Clemencia, OBREGON, Rafael y VEGA, M. Fair. (2002). *ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO SOCIAL*. Fundación Friedrich Ebert, Quito (Ecuador), páginas 9 a 18

DIAZ BORDENAVE, Juan y CARVALHO, Horacio Martins de. (1978). *PLANIFICACION Y COMUNICACIÓN*. CIESPAL, Colección Intiyan, Quito (Ecuador), páginas 51 a 103.

MARTÍN BARBERO, Jesús y SILVA, Armando. (2000) *PROYECTAR LA COMUNICACIÓN*. Instituto de Estudios sobre Culturas y Comunicación. TM Editores.

OLMOS, Héctor y SANTILLÁN GÜEMES, R. (2000) *EDUCAR EN CULTURA. Ensayos para una acción integrada*. Ciccus, Buenos Aires, págs. 43 a 50.

SANGUINETTI, Luciano. (2001). *COMUNICACIÓN Y MEDIOS. Claves para pensar y enseñar una teoría latinoamericana sobre comunicación*. Ediciones de Periodismo y Comunicación, UNLP, La Plata (Buenos Aires).

SILVA ECHETO, Víctor. (2008) *TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN EN AMÉRICA DEL SUR: Historia, Actualización y Prospectivas*. En: Portal de la Comunicación InCom-UAB: El portal de los estudios de comunicación, 2001-2011. Lecciones. Septiembre/2008.

GUMUCIO DRAGON, Alfonso. (2001). *HACIENDO OLAS Historia de comunicación participativa para el cambio social*. Plural Editores, La Paz (Bolivia).

b) Comunicación y Desarrollo

APREA, Gustavo (compilador) (2004). *PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN Y DESARROLLO*. Prometeo libros, Buenos Aires.

CERASO, Cecilia y ARRUA, Vanesa. *APORTES DE LA COMUNICACIÓN A LA PLANIFICACIÓN DE PROCESOS DE DESARROLLO*. En: Trampas de la comunicación y la cultura. Año 4, Junio de 2005.

CIMADEVILLA, Gustavo. (2004) *DOMINIOS. CRÍTICA A LA RAZÓN INTERVENCIONISTA, LA COMUNICACIÓN Y EL DESARROLLO SUSTENTABLE*. Prometeo Libros, Buenos Aires.

CONTRERAS BASPINEIRO, Adalid. (2000) *IMÁGENES E IMAGINARIOS DE LA COMUNICACIÓN-DESARROLLO*. CIESPAL, Quito (Ecuador).

CONTRERAS BASPINEIRO, Adalid. *COMUNICACIÓN-DESARROLLO PARA "OTRO OCCIDENTE"*. Revista Razón y Palabra N°18, México, Mayo-Julio 2000.

CORTES, Carlos Eduardo. (1997) *LA COMUNICACIÓN AL RITMO DEL PÉNDULO. MEDIO SIGLO EN BUSCA DEL DESARROLLO*. Mimeo. Bogotá-Quito.

GARCIA CANCLINI, Néstor. (2002) *LATINOAMERICANOS BUSCANDO LUGAR EN ESTE SIGLO*. Buenos Aires.

MATTELART, Armand y MATTELART, Michèle. (2005) *HISTORIA DE LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN. Edición revisada y ampliada*. Paidós, Barcelona.

URANGA, Washington. (2007) *DESARROLLO, CIUDADANÍA, DEMOCRACIA: APORTES DESDE LA COMUNICACIÓN*. En: Participación y democracia en la Sociedad de la Información.



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE
FACULTAD DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Actas del III Congreso Panamericano de la Comunicación. (2007) Prometeo, Buenos Aires. Págs. 201 a 213

URANGA, Washington y GUERRINI, Lucía. (2002) *LA COMUNICACIÓN COMO ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO*, en AA VV, Desarrollo Local, Jefatura de Gabinete de Ministros. Buenos Aires, págs. 65 a 71.

VARGAS T., Vigmar. *TIPOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO*. En: Revista Agujero Negro.S/f.

WAISBORD, Silvio. *Árbol genealógico de teorías, metodologías y estrategias de comunicación para el desarrollo*. Fund. Rockefeller, Mimeo, s/f

c) La investigación de la comunicación en América Latina

GALINDO CÁCERES, Jesús (Coordinador) (1998) *TECNICAS DE INVESTIGACIÓN EN SOCIEDAD, CULTURA Y COMUNICACIÓN*. Pearson, Méjico, pgs 14 a 20.

WOLF, Mauro *LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS*. Paidós, Barcelona, 1990.

AA.VV. *POLÍTICAS CIENTÍFICAS DE LA COMUNICACIÓN. Un enfoque estratégico desde la Universidad Pública*.(1998) Edic. de Periodismo y Comunicación UNLP, La Plata (Bs. As.).

OROZCO GÓMEZ, Guillermo. (1996). *LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN DESDE LA PERSPECTIVA CUALITATIVA*. Edic. Fac. de Periodismo y Comunicación UNLP, La Plata (Bs.As.). Págs. 75 a 85 y 123 a137.

MEDINA HERNÁNDEZ, Ileana. (2004). *LOS ESTUDIOS SOBRE COMUNICACIÓN MASIVA EN AMERICA LATINA*. (on line) <http://www.comminit.com/es/node/149942> o <http://www.comminit.com/la/teoriasdecambio/lacth/lasld-292.html>

SANCHEZ RUIZ, Enrique. *LA INVESTIGACIÓN LATINOAMERICANA DE LA COMUNICACIÓN Y SU ENTORNO SOCIAL: NOTAS PARA UNA AGENDA*. (on line) <http://www.comminit.com/es/node/149928/37>

SEGUNDA UNIDAD:

ALABARCES, Pablo y Rodríguez, M. (2008) *RESISTENCIA Y MEDIACIONES. ESTUDIOS SOBRE CULTURA POPULAR*. Paidós, Buenos Aires.

CASTRO CHANS, Beatriz. (2002) *RECEPCIÓN DE MEDIOS IMPRESOS EN SECTORES RURALES DEL NEA*. Corrientes.

MARTÍN BARBERO, Jesús. (2004). *OFICIO DE CARTÓGRAFO. TRAVESÍAS LATINOAMERICANAS DE LA COMUNICACIÓN EN LA CULTURA*. Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires. Pgs. 207 a 255.

MATA, María Cristina. *NOCIONES PARA PENSAR LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA MASIVA*. CCE La Crujía, Buenos Aires.

MATTELART, A. y NEVEU, Érik (2004) *INTRODUCCIÓN A LOS ESTUDIOS CULTURALES*. Paidós, Barcelona.

OROZCO GÓMEZ, G. (2006) *LOS ESTUDIOS DE RECEPCIÓN: DE UN MODO DE INVESTIGAR, A UNA MODA, Y DE AHÍ A MUCHOS MODOS*. En: Saintout, F. y Ferrante, N. (comp) *¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre el público*. Buenos Aires: La Crujía.

SAINTOUT, Florencia. (1998) *LOS ESTUDIOS DE RECEPCIÓN EN AMÉRICA LATINA*. Edic. Fac. de Periodismo y Comunicación UNLP, La Plata (Bs.As.).

SAINTOUT, Florencia y FERRANTE, Natalia. (2006). *Y LA RECEPCIÓN? BALANCE CRÍTICO DE LOS ESTUDIOS SOBRE EL PÚBLICO*. La Crujía, Buenos Aires.

TRINCHERI, I. Y SANGUINETTI, L. (2001) *Jesús Martín Barbero y la reconfiguración del campo de comunicación en América Latina*. En: *COMUNICACIÓN Y MEDIOS. Claves para pensar y enseñar una teoría latinoamericana sobre comunicación*. Ediciones de Periodismo y Comunicación, UNLP, La Plata (Buenos Aires). Págs. 115 a 147.



TERCER UNIDAD:

BECERRA, Martín. (2003). *SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN. PROYECTO, CONVERGENCIA, DIVERGENCIA*. Editorial Norma, Buenos Aires.

CASTELLS, Manuel (1996) *LA ERA DE LA INFORMACIÓN. ECONOMÍA, SOCIEDAD Y CULTURA*. Siglo XXI, México, Tomo 1- La Sociedad Red.

MARAFIOTTI, Roberto. (2005). *SENTIDOS DE LA COMUNICACIÓN. TEORÍAS Y PERSPECTIVAS SOBRE CULTURA Y COMUNICACIÓN*. Biblos, Buenos Aires. Capítulo 6. Págs. 233 a 268.

MARQUEZ DE MELO, José (2007). *PROBLEMÁTICAS DE LA COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO EN EL CONTEXTO DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN*. En: Participación y democracia en la Sociedad de la Información. Actas del III Congreso Panamericano de la Comunicación. (2007) Prometeo, Buenos Aires. Pgs. 189 a 200.

MASTRINI, Guillermo y de CHARRAS, Diego. (2004) *20 AÑOS NO ES NADA: DEL NOMIC A LA CMSI*. Documento de Cátedra de Políticas y Planificación de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires: UBA. Recuperado de: catedras.fsoc.uba.ar/mastrini/textos/mastrini_decharras.doc

MATTELART, Armand. (2002) *HISTORIA DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN*. Paidós, Buenos Aires.

SCHMUCLER, Héctor. (1987) *MEMORIAS DE LA COMUNICACIÓN*. Biblos, Págs. 257 a 265.

UNESCO. *UN SOLO MUNDO, VOCES MÚLTIPLES*. (1980). Fondo de cultura económica, México. 11 a 40 y 431 a 468.

WOLTON, Dominique. (2004). *LA OTRA MUNDIALIZACIÓN, LOS DESAFÍOS DE LA COHABITACIÓN CULTURAL GLOBAL*. Gedisa, Barcelona. Introducción y Capítulo 1

CUARTA UNIDAD:

CASTAÑEDA, Marisol (2005) *COMUNICACIÓN Y DESARROLLO LOCAL*. Cuadernos de Consulta. Lima: Asociación de Comunicadores Sociales La Calandria, Cap. 1 y 4.

CASTRO CHANS, Beatriz y CREMONA, María Ester. (2013) *ELEMENTOS PARA ABORDAR LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN*. Corrientes.

DIAZ BORDENAVE, Juan y CARVALHO, Horacio Martins de. (1978). *PLANIFICACION Y COMUNICACIÓN*. CIESPAL, Colección Intiyan, Quito (Ecuador).

CERASO, Cecilia y ARRUA, Vanesa. *APORTES DE LA COMUNICACIÓN A LA PLANIFICACIÓN DE PROCESOS DE DESARROLLO*. En: Trampas de la comunicación y la cultura. Año 4, Junio de 2005.

CONTRERAS B., Eduardo. (1985). *EVALUACIÓN DE PROYECTOS DE COMUNICACIÓN*. Vol.1: cuestiones conceptuales. CIESPAL, Manuales Didácticos N° 11, Quito (Ecuador).

GONZAGA MOTTA, Luis. (1979). *PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN PROYECTOS PARTICIPATIVOS*. CIESPAL, Quito (Ecuador). Páginas 81 a 107.

IPRU (2009) Elaboración y formulación de proyectos participativos. Montevideo (Uruguay) Instituto de Promoción Económico Social del Uruguay. Recuperado de: http://www.ipru.edu.uy/inicio/documentos/manuales_de_capacitacion/Elaboraci%C3%B3n%20y%20formulaci%C3%B3n%20de%20proyectos%20participativos.pdf

IZURRIETA, R., PERINA, R. y ARTERTON, C. (2002) *ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN PARA GOBIERNOS*. La Crujía Ediciones, Buenos Aires.

KAPLÚN, Gabriel. *COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL: LA IMPORTANCIA DE LOS BORDES Y LAS VENTAJAS DE AGACHARSE*.

MATA, María Cristina. *DIAGNOSTICAR TAMBIÉN ES PENSAR LA COMUNICACIÓN*. Educación para la Comunicación N° 3. Centro de Comunicación Educativa La Crujía, Buenos Aires, s/f.



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE
FACULTAD DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

- PALMIERI, Ricardo.** (2009) *EN POCAS PALABRAS. MANUAL DE REDACCIÓN PUBLICITARIA PARA AVISOS GRÁFICOS Y FOLLETOS.* La Crujía Ediciones, Buenos Aires. Pgs.139 a 155.
- PICHARDO MUÑIZ, A.** 1997. *PLANIFICACIÓN Y PROGRAMACIÓN SOCIAL*, Edit. Lumen-Humanitas, Buenos Aires.
- PRIETO CASTILLO, Daniel.** (1990). *DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN.* CIESPAL – Quipus, Quito.
- PRIETO CASTILLO, Daniel.** (1994) *INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN RURAL.* INTA – Direcciones de Comunicaciones, Buenos Aires. Páginas 23 a 33.
- PRIETO CASTILLO, Daniel.** (1995) *MEDIACIÓN DE MATERIALES PARA LA COMUNICACIÓN RURAL.* INTA, Buenos Aires.
- SCHUJER, Silvia y SCHUJER, María.** (2005). *APRENDER CON LA RADIO. HERRAMIENTAS PARA UNA COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA.* La Crujía Ediciones, Buenos Aires, Capítulo 110 a 143
- SIEMPRO.** (1999). *GESTIÓN INTEGRAL DE PROGRAMAS SOCIALES ORIENTADOS A RESULTADOS. Manual metodológico para la planificación y evaluación de programas sociales.* Secretaría de Desarrollo Social de la Nación. Fondo de la Cultura Económica de Argentina. Buenos Aires.
- TORTI, Ariel.** (2006) *COMUNICAR PARA COOPERAR.* Espacio Editorial: Instituto para la cultura, la innovación y el desarrollo, Buenos Aires.
- UNICEF** (2006). *ELABORANDO PROYECTOS DE COMUNICACIÓN.* UNICEF, Colección Comunicación y Desarrollo Cartilla N° 2, Buenos Aires,
http://www.unicef.org/argentina/spanish/resources_4656.htm
- URANGA, Washington.** (2007) *MIRAR DESDE LA COMUNICACIÓN: UNA MANERA DE ANALIZAR LAS PRÁCTICAS SOCIALES.*
- VARGAS, Teresita y URANGA, Washington** (2010) *Gestión de procesos comunicacionales: una estrategia de intervención.* En: *Comunicación Comunitaria: Apuntes para abordar las dimensiones de la construcción colectiva* Centro De Comunicación La Crujía, Buenos Aires: La Crujía, págs. 77 a 93.
- VARGAS, Teresita y ZAPATA, Natalia.** (2010) *ENREDANDO PRÁCTICAS: COMUNICACIÓN DESDE LAS ORGANIZACIONES SOCIALES.* Editorial San Pablo, Buenos Aires. Págs. 109 a 137.

Nota: La totalidad de la bibliografía básica es puesta a disposición de los alumnos en formato papel. Además, en el aula virtual, se ofrece bibliografía en formato digital que facilita la ampliación de algunos temas.

IV- PLAN DE TRABAJOS PRACTICOS

1- Objetivos

- **GENERAL**

Que los alumnos logren producir un proyecto de comunicación, proponer alternativas de solución y comprender las prácticas comunicativas en enfoques teóricos y epistemológicos comunicacionales.

- **ESPECÍFICOS**

Que los alumnos logren:

- 1) Elaborar un diagnóstico comunicacional y un proyecto de comunicación educativa, que guarde coherencia interna y respete aspectos formales elementales.
- 2) Proponer, diseñar y producir soportes comunicacionales en el marco de un proyecto de comunicación educativa en consonancia con el proyecto comunicacional.
- 3) Identificar, describir y analizar prácticas comunicacionales en ámbitos comunitarios y, también, en aquellos espacios propios de la vida cotidiana de los estudiantes.



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL NORDESTE
FACULTAD DE HUMANIDADES
DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

4) Contextualizar diversas prácticas comunicativas a partir de los enfoques y conceptos teóricos desarrollados en la asignatura.

2- Modalidad de Desarrollo de Clases:

Las clases prácticas se desarrollarán con la modalidad de taller. A partir de las consignas de los trabajos prácticos, el equipo docente retomará conceptos trabajados en las clases teóricas y aportará las nociones necesarias para la concreción del producto requerido.

Luego, los alumnos avanzarán en la elaboración de sus propuestas con el acompañamiento del docente a cargo.

Se prevén instancias de socialización y evaluación colectiva de los productos generados (además de la evaluación del equipo docente) como parte del proceso de enseñanza y aprendizaje.

Asimismo, se prevé la organización de paneles con disertantes que expongan experiencias y la proyección de audiovisuales que puedan ser enmarcados en el planteo teórico de la asignatura.

3- Criterios de Evaluación:

En la evaluación se considerará especialmente: la precisión y pertinencia en el cumplimiento de las consignas, el uso adecuado de vocabulario específico de la disciplina, la coherencia discursiva y la identificación de una postura crítica grupal basada en la propuesta teórica de la asignatura.

GUIA	TEMAS
Nº 1	Elaboración de un proyecto de comunicación educativa (obligatorio)
Nº 2	Elaboración de un soporte comunicacional impreso (boletín, afiche, folleto) o micro radial o audiovisual enmarcado en proyecto de comunicación realizado en T.P. Nº1. Utilizando tecnologías digitales.
Nº 3	Participación en foro de debate en aula virtual.
Nº 4	Feria de trabajos prácticos. (obligatoria) Exposición y defensa oral con apoyo de soportes comunicacionales de los trabajos prácticos realizados durante el cursado de la asignatura. Evaluación colectiva.



ANEXO I

FORMULACIÓN DE UN PROYECTO DE COMUNICACIÓN

El documento del proyecto a presentar debe contener la siguiente información:

Carátula del proyecto:

UNNE - FACULTAD DE HUMANIDADES LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL II
TÍTULO DEL PROYECTO
Autor/es: (Apellido y nombres)
Año 2017

1. Identificación del Proyecto:

- Denominación o título.
- Responsables del proyecto (*autor/es del proyecto sólo a los fines de este trabajo*)
- Ámbito / espacio institucional, organizacional o comunitario donde se ejecutará el proyecto.

2. Diagnóstico (descripción de la situación actual y comunicacional). **Identificación del problema, demanda o necesidad a abordar.**

3. Marco referencial. Descripción de la temática en la cual se encuadra el problema comunicacional.

4. Alternativas de solución adoptada para elaborar el proyecto. (Descripción y justificación del proyecto)

5. Destinatarios del proyecto (descripción de características – cantidad de personas)

6. Plan de acción

Objetivo General	Objetivo Específicos	Actividades	Cronograma En qué fecha se realizará la actividad
	Objetivo 1	Actividad 1.1	
		Actividad 1.2	
	Objetivo 2	Actividad 2.1	
		Actividad 2.2	