

**PROGRAMA COMUN PARA:**  
**PLAN DE ESTUDIOS 2004**  
**COMUNICACIÓN Y TRABAJO SOCIAL**  
**PLAN DE ESTUDIOS 1986**  
**COMUNICACIÓN Y PROMOCION SOCIAL**

Prof. Titular: Roberto von Sprecher

Profesora Adjunta: Eugenia Boito.

**Ubicación en el plan de estudios**

Segundo año, segundo cuatrimestre.

**Carga horaria**

Tres horas semanales.

**Fundamentación**

Seguimos los contenidos mínimos establecidos por el plan de estudios: “- Reconocimiento y análisis del papel de la acción educativa y promocional. Concepciones teóricas y metodológicas sobre comunicación educativa y popular: participación y horizontalidad en los proceso de codificación-descodificación de mensajes. Estrategias comunicacionales adecuadas para los grupos humanos con quienes se desarrolla el trabajo social.”

La comunicación es una dimensión componente de todas las prácticas sociales, incluyendo, claro está, las prácticas de los trabajadores sociales. Pretendemos que las disposiciones comunicacionales previas de los alumnos, que generalmente funcionan a nivel irreflexivo, pueda pasar a un nivel reflexivo, para modificarlas, de ser necesario, y perfeccionarlas, como elementos de una intervención más racional y conciente del trabajador social.

Consideramos el recurso a la comunicación como un poder y como un recurso posible para construir poder, que pueda colaborar a contrarrestar el poder social y comunicacional de los sectores dominantes de la sociedad.

Nuestra opción como Cátedra no es promover cualquier tipo de comunicación sino, centralmente, aquellas que apunten a un intercambio más horizontal, menos asimétrico, tanto entre docentes y alumnos, como en el futuro entre trabajadores sociales y la ciudadanía, como asimismo entre trabajadores sociales y comunicadores sociales en cuanto coincidan en su trabajo como profesionales. Pretendemos colaborar en la formación de profesionales empeñados en promover relaciones más igualitarias y democráticas en la sociedad. Eso supone también una comunicación más igualitaria y democrática que la dominante en la sociedad actual. Este es el sentido que pondremos en juego en la dimensión comunicacional de nuestras prácticas docentes.

Pero, consideramos que la promoción de una comunicación y de relaciones sociales más igualitarias no es una cuestión de mero voluntarismo, ni una cuestión de meras declamaciones teóricas. Por ello planteamos una teoría que pueda permitir analizar como concurren como dimensiones de nuestras prácticas lo cultural, lo social y lo comunicacional, y partimos de la comprensión crítica de las comunicaciones actuales, en el marco del modelo excluyente de la sociedad neoliberal, para poder realizar

intervenciones profesionales fundadas, reflexivas y competentes. Ello requiere también una preparación y unas competencias en estrategias de diagnóstico e intervención en lo comunicacional.

## **Objetivos**

Qué se promueve y qué se espera -progresivamente- de los alumnos? Qué no dependen absolutamente de los docentes, sino que desarrollen una autonomía gradual para profundizar en sus estudios.

Seriedad y compromiso en la tarea que emprenden.

La aspiración a un alto nivel de formación, que implica que también demanden un alto nivel académico a los docentes.

Una perspectiva científica como orientación general, pero también técnica y creativa.

Que desarrollen la capacidad de ser críticos con fundamentos y argumentos.

Que sean capaces de comparar, de elaborar, de pensar por sí mismos, de ser creativos e imaginativos.

Que sean capaces de desarrollar procesos de auto educación, auto reflexionar y autoevaluarse permanentemente.

## **Modalidad de evaluación**

Prácticos que se aprueban por asistencia, por realizar la tarea encomendada en clase y evaluación de los informes; y prácticos evaluables de producción comunicacional.

CONDICIONES PARA ESTUDIANTES (% asistencia, TP y características de evaluaciones parciales y finales)

REGULARES: Aprobar ambos parciales con no menos de 4 (cuatro) puntos.

80% de asistencia a prácticos y aprobar los prácticos con informe con no menos de 4 (cuatro) puntos.

PROMOCIONALES: Aprobar ambos parciales con no menos de 7 (siete) puntos.

80% de asistencia a teóricos y prácticos, y aprobar los prácticos con informes con no menos de 7 (siete) puntos.

LIBRES: Escrito y oral en el examen final.

## **CONTENIDOS.**

### **PROGRAMA ANALÍTICO.**

#### **MODULO 1. Lo social, lo cultural y lo comunicacional. Propuesta de un concepto de comunicación social.**

¿Desde dónde pensar la comunicación social? Construcción de un concepto de comunicación social como caja de herramientas conceptuales.

Niveles de análisis: macro, meso y microsocio-comunicacional. Lo comunitario y lo grupal como posibles niveles de análisis de lo comunicacional: mediaciones y redes. Posiciones y relaciones desiguales en la constitución de las redes comunicacionales, culturales y sociales. La comunicación en las luchas socioculturales y la comunicación como capital y como poder.

Lo cultural, lo social y lo comunicacional como dimensiones de un fenómeno común, relaciones. Comunicación y cultura. La cultura como matriz significante. Las prácticas

comunicacionales como prácticas significantes. Condicionamientos y construcción de lo social. Comunicación e información.

Análisis de los elementos componentes del concepto de comunicación social propuesto: Sentido. Los discursos como soportes materiales de sentido. Condiciones de producción del sentido; puesta en juego y competencia de sentidos.

Desigualdades y asimetrías en la codificación y en la decodificación. Lo dominante, la hegemonía y la oposición.

Verticalidad y horizontalidad como extremos en la construcción de las redes comunicacionales.

La comunicación en la construcción de sentidos del orden social: la competencia por la Hegemonía. El papel de los medios masivos y de las nuevas tecnologías.

Poder y luchas simbólicas en las redes socio-comunicacionales, intervención de trabajadores y comunicadores sociales. Luchas por la producción y legitimación de visiones del mundo. Violencia simbólica y poder simbólico. Los intelectuales, incluyendo los comunicadores y trabajadores sociales, como posibles aliados de los dominantes y/o de los dominados. Empresas de construcción de visiones del mundo alternativas, de movilización, organización y de constitución de identidades.

## **MODULO 2. Estudios y situación de las redes de comunicación en Latinoamérica.**

Los estudios sobre comunicación social en América Latina. Las condiciones de producción y de posibilidad particulares. Posturas integradas, críticas y búsqueda de transformaciones.

a. El desarrollismo y el difusionismo: la comunicación como promotora del desarrollo económico y promoción social, y la aplicación del “modelo de difusión de innovaciones”.

b. Denuncia y denunciismo. Teoricismo y simplificaciones del denunciismo. Las vanguardias. La comunicación masiva como lugar de luchas ideológicas.

Aportes al conocimiento de las estructuras de propiedad de los medios y del papel del poder y las desigualdades de clase. El fracaso de los proyectos revolucionarios.

c. Comunicación popular y alternativa. Alternativas a la comunicación dominante. El papel del comunicador en el acompañamiento del pueblo y su integración al mismo.

Métodos de los profesionales orientados hacia el cambio de la realidad social y a poner la comunicación, investigación y prácticas al servicio de dicha transformación.

Comunicación educativa. El rescate de la cultura popular.

Propuestas de democratización de la comunicación: la búsqueda de la horizontalidad en las relaciones comunitarias y grupales. Canales comunicativos para el intercambio y el análisis de experiencias y animadores de la acción colectiva. La socialización de los conocimientos y de los modos de producirlos.

Crítica al alternativismo. Desencanto y abandono de experiencias.

d. Comunicación y cultura. Barrio y comunidad como mediaciones. Redescubrimiento del pueblo: la cultura como espacio de hegemonía. La comunicación desde la cultura. Asunción de los márgenes. Lógicas de la producción y de los usos. La decodificación y el consumo activos.

e. Los tiempos recientes:

El neoliberalismo globalizado como sistema de exclusión social. El desarrollo informático, nuevas tecnologías de la comunicación y la información y aumento del poder transnacional y de las desigualdades socio-comunicacionales.

Extensión de la lógica del mercado y retirada del Estado de lo social. El marketing comunicacional y el control social. Desregulación de los medios masivos y de las nuevas tecnologías.

Lo nuevo en los movimientos sociales y nuevos movimientos sociales. La representación política problematizada. Nuevas formas, globales y locales, de la comunicación alternativa. El recurso a la mediatización como forma de visibilidad social, como forma de mediación y de negociación.

### **MODULO 3. Análisis, diseño y planificación de prácticas comunicativas en relación al trabajo social y a las intervenciones de los trabajadores sociales.**

#### **Posibles relaciones y trabajo conjunto entre comunicadores y trabajadores sociales.**

El conocimiento profesional. Trabajo con las contradicciones, con los grupos y con lo cotidiano de las comunidades y de los movimientos populares. Beneficios a mediano y a largo plazo en el trabajo.

Acciones y negociaciones para obtener visibilidad pública. Representación social de los sujetos de la protesta, negociación y estrategias contra la criminalización mediática de la protesta social.

Reconocimiento y análisis del papel de la acción educativa y promocional. Diseño y producción de tecnología educativa. Educación a distancia.

Diagnósticos socio-comunicacionales. Relevamiento de posiciones, relaciones y poderes. Grados de asimetría, verticalidad y de horizontalidad en lo comunicacional.

Estrategias de comunicación y organizaciones comunitarias. Comunicación interna, inter-organizacional, interinstitucional y externa. Escenarios de comunicación y diagnósticos de situación.

Proyectos y campañas de comunicación. Diagnóstico de la situación que se busca modificar. Planificación. Objetivos generales, específicos, destinatario/s, Plan de trabajo: actividades, responsables, presupuesto y cronograma.

Planificación de estrategias comunicativas, producción de mensajes y campañas. Diseño con recursos disponibles y recursos accesibles: gráfica, audio, video y nuevas tecnologías. Cartelería, periódicos, boletines y otros recursos gráficos. Parlante y radios populares. La imagen audiovisual y el auto-reconocimiento. Acceso a las nuevas tecnologías como recurso: uso de computadoras para el diseño de los mensajes, las campañas y el establecimiento y mantenimiento de redes. Internet, chats, foros, blogs y correo electrónicos. Participación popular y socialización de las competencias.

Evaluación de la planificación y del desarrollo de estrategias y campañas comunicacionales.

### **BIBLIOGRAFIA GENERAL**



- Ander Egg, E. (1984) *Metodología y práctica de la animación socio-cultural*. Humanitas. Buenos Aires.
- AAVV (1987) *Comunicación y Desarrollo*. IPAL Instituto para América Latina. Lima.
- AAVV (1987) *Comunicación y Culturas Populares en Latinoamérica*. Seminario del Consejo Latinoamericano en Ciencias Sociales. FELAFACS-Gustavo Gili. México.
- Alfaro, Rosa María (1988) “*Un enfoque político de la participación en comunicación popular*”. En Revista *Dia-logos* N°22. Lima.
- Alvarez Tejeiro, C. y Otros (2002) *Medios de comunicación y protesta social en la crisis argentina*. Diciembre 2001. Fundación Konrad Adenauer y La Crujia Ediciones. Buenos Aires.
- Auge, M. (1998) *Los «No lugares». Espacios del anonimato*. Gedisa. Barcelona.
- Barbero, J. M. (1983) “*Comunicación popular y los modelos transnacionales*”. en revista Chasqui N°8.
- (1987) *De los Medios a las Mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili. México.
- (1991) “*Recepción: uso de medios y consumo cultural*”. En revista *Dia-logos*. FELAFACS. Lima. 1991.
- (1994) “*Mediaciones urbanas y nuevos escenarios*”. Revista *Sociedad*. UBA. Buenos Aires.
- (1996) “*Descentramiento cultural y palimpsestos de identidad*”. Ponencia en el Seminario Fronteras culturales: identidades y comunicación en América Latina. Universidad de Stirling. Edimburgo. Mimeo.
- (1998) “*Prefacio a la quinta edición. Pista para entre-ver medios y mediaciones*”. Prefacio a *De los medios a las mediaciones*. Convenio Andrés Bello. Bogota.
- (2002) “*De las políticas de comunicación a la reimaginación de la política*”. En Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación. [www.eptic.com.br](http://www.eptic.com.br) Vol.IV, n.3.
- (2004) *La educación desde la comunicación*. Norma. Buenos Aires.
- Bourdieu, P. (1988a) *La distinción*. Taurus. Madrid.
- (1988b) *Cosas dichas*. Gedisa. Buenos Aires.
- (1997a) *Capital cultural, escuela y espacio social*. Siglo XXI. México.
- (1997b) *Razones Prácticas*. Anagrama. Barcelona.
- (1997c) *Sobre la televisión*. Anagrama. Madrid
- (2002) *Pensamiento y acción*. Libros del Zorzal. Buenos Aires.
- Bourdieu, P. y Wacquant, I. (1995) *Respuestas para una antropología reflexiva*. Grijalbo. México.
- Castels, M.(1996) *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Tres volúmenes. Alianza. Madrid.
- CEHAS (s/d/f) *La noticia*. Servicio Habitacional de Acción Social. Córdoba. Mimeo.
- (s/d/f) *Periódico informativo o boletín comunitario*. Servicio Habitacional de Acción Social. Córdoba. Mimeo.
- (s/d/f) *Periódico mural*. Servicio Habitacional de Acción Social. Córdoba. Mimeo.
- (s/d/f) *Reuniones*. Servicio Habitacional de Acción Social. Córdoba. Mimeo.

- (s/d/f) *Los altoparlantes*. Servicio Habitacional de Acción Social. Córdoba. Mimeo.
- CELADEC (1980) *Periodismo popular*. CELADEC. Cuadernos de Capacitación. Lima.
- (1981) *Equipos y técnicas de impresión*. CELADEC. Cuadernos de Capacitación. Lima.
- (1981) *¿Cómo leer los periódicos?*. CELADEC. Cuadernos de Capacitación. Lima.
- Contreras Bunge, E. (1985) “*Comunicación y desarrollo: más allá de los mitos modernizantes y modismos maniqueístas*”. En revista *Chasqui* N° 14. Quito.
- Curran, J. y otros (1981) *Sociedad y comunicación de masas*. Fondo de Cultura Económica. México.
- Díaz Bordenave, J. (1985) *Comunicación y Sociedad*. Búsqueda. Bs. Aires.
- De Certeau, M. (1996) *La invención de lo cotidiano*. I. Artes de hacer. Universidad Iberoamericana. México.
- Delfino, S. (Comp.) (1993) *La mirada oblicua. Estudios culturales y democracia*. La Marca. Buenos Aires.
- De Ipola, E. (2005) *La bamba. Acerca del rumor carcelario*. Siglo XXI. Buenos Aires.
- De Piero, S. (2005) *Organizaciones de la sociedad civil. Tensiones de una agenda en construcción*. Paidós. Buenos Aires.
- Díaz Bordenave, J. (1987) “*Comunicación y educación*”. En AAVV (1987) *Comunicación y Desarrollo*. IPAL Instituto para América Latina. Lima.
- Equipo Pueblo (s/d/f) *La problemática barrial en América Latina*. Cuadernos de Educación Popular. Quito.
- Festa, R. y otros (1986) *Comunicación popular y alternativa*. Ediciones Paulinas. Buenos Aires.
- Finquelevich, S. (Coord.) (2000) *¡Ciudadanos a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio*. Ediciones CICCUS/La Crujía. Buenos Aires.
- Frederick, H. (1984) “*Comunicación democrática en teoría y práctica*”. En revista *Chasqui* N° 11. Quito.
- Fuenzalida, V. (2002) *Televisión abierta y audiencia en América Latina*. Norma. Buenos Aires.
- García Canclini, N. (1987) “*¿De qué estamos hablando cuando hablamos de lo popular?*”. En AAVV (1987) *Comunicación y Culturas Populares en Latinoamérica*. Seminario del Consejo Latinoamericano en Ciencias Sociales. FELAFACS-Gustavo Gili. México.
- (1991) “*El consumo sirve para pensar*”. En revista *Dia-logos*. FELAFACS. Lima. 1991.
- (Ed.) (1993) *El consumo cultural en México*. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. México.
- (2000) *La globalización imaginada*. Paidós. Buenos Aires.
- García Delgado, D. (2001) *Estado y sociedad. La nueva relación a partir del cambio estructural*. FLACSO/Norma. Buenos Aires. (Primera edición 1994)
- (2003) *Estado-nación y la crisis del modelo. El estrecho sendero*. Norma. Buenos Aires.
- Gerbardo, J. (1999) *Comunicación. Capacitación para organizaciones de base*. Paquete Audiovisual Didáctico. Cuaderno de Trabajo N°4. CENOC. Buenos Aires.

- Giddens, A. (1994) *Consecuencias de la modernidad*. Alianza. Madrid.
- (1995) *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Amorrortu. Buenos Aires.
- (1995) *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Península/Ideas. Barcelona.
- Gonzaga Motta, L. (1979) *Planificación de la comunicación en proyectos participativos*. CIESPAL. Quito.
- (1982) "Crítica a las políticas de comunicación". En revista *Comunicación y cultura* N°7. México.
- (1983) "Comunicación popular: contradicciones y desafíos". En revista *Chasqui* N°8. Quito.
- (1987) "Las prácticas de planificación participativa en los movimientos populares". En AAVV (1987) *Comunicación y Culturas Populares en Latinoamérica*. Seminario del Consejo Latinoamericano en Ciencias Sociales. FELAFACS-Gustavo Gili. México.
- Gonzaga Motta, L. y de Silva, U. (1982) "Críticas a las políticas de comunicación: entre el Estado, la empresa y el pueblo". En *Comunicación y Cultura* N° 7. México.
- Grandi, R. (1995) *Texto y contexto de los medios de comunicación. Análisis de la Información, publicidad, entretenimiento y su consumo*. Bosch. Barcelona.
- Graziano, M. (1980) "Para una definición alternativa de la comunicación" en Revista ININCO N° 1. Venezuela.
- Grimson, A. y Varela, M. [1999] *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*. EUDEBA. Buenos Aires.
- Groscore, G. y otros (1987) "Políticas de comunicación para el desarrollo". En AAVV (1987) *Comunicación y Desarrollo*. IPAL Instituto para América Latina. Lima.
- Gutiérrez, A.B. (2004) *Pobre, como siempre... Estrategias de reproducción social en la pobreza. Un estudio de caso*. Ferreyra Editor. Córdoba.
- Hall, S. (1980) "Codification/decodification". En Hall, S. Y otros: *Culture, media, lenguaje*. Hutchinson & Co. And The Centre for Contemporary cultural Studies. London. 1980. (Traducción de Roberto von Sprecher)
- Hamelink, C. (1985) *Hacia una autonomía cultural en las comunicaciones mundiales*. Ediciones Paulinas. Buenos Aires.
- Hernández, I. (Comp.) (1985) *Saber popular y educación en América Latina*. Ediciones Búsqueda. Buenos Aires.
- Jara, A. (2000) "Las redes comunitarias en el ciberespacio: el caso de argentina". En Finquelevich, S. (Coord.) (2000) *¡Ciudadanos a la red! Los vínculos sociales en el ciberespacio*. Ediciones CICCUS/ La Crujía. Buenos Aires.
- Kaplún, M. (1983) "La comunicación popular. ¿Alternativa válida?". En revista *Chasqui* N°7. Quito.
- (1987) *El comunicador popular*. Ed. Humanitas. Buenos Aires.
- Laclau, E. y Mouffe, Ch. (1987) *Hegemonía y estrategia socialista*. Siglo XXI. Madrid.
- Lash, S. (2005) *Crítica de la información*. Amorrortu. Buenos Aires.



- López Vigil, J. (1983a) *La entrevista*. ALER. Manuales de Capacitación. Quito.
- (1983b) *Audiodebate. Discoforo*. ALER. Manuales de Capacitación. Quito.
- Martínez Terrero, J. (1986) *Comunicación grupal liberadora*. Ediciones Paulinas. Buenos Aires.
- Mastrini, G. y Bolaños, C. (editores), *Globalización y monopolios en la comunicación de América Latina*. Biblos. Buenos Aires.
- Mata, M.C. (1998) "Investigar lo alternativo". En Revista *Chasqui* N°1. 1981.
- (1988) "Comunicación popular de la exclusión a la presencia". Mimeo. Córdoba.
- (1989) "Las radios en la cultura popular urbana". Informe de Investigación a CONICET. Mimeo. Córdoba.
- (1991) "Radio: memorias de la recepción. Aproximación a la identidad de los sectores populares". Revista *Dia-logos* N°30. FELAFACS. Lima.
- (1997a) "Medios masivos: lo que nombra el consumo". Revista *Estudios*. N°7. Centro de Estudios Avanzados. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba.
- (1997b) *Públicos y consumos culturales en Córdoba*. Centro de Estudios Avanzados. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba. Argentina.
- Mattelart, A. (1998) *La mundialización de la comunicación*. Paidós. Barcelona.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997) *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós. Barcelona.
- Mattelart, A. y Schmucler, H. (1983) *América Latina en la encrucijada telemática*. Paidós Comunicación. Buenos Aires.
- Mattelart, A., Schmucler, H. y otros (2005) *Democracia y ciudadanía en la sociedad de la información: desafíos y articulaciones regionales*. Escuela de Ciencias de la Información. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba.
- Minujin, A. (Ed.) (1993) *Desigualdad y exclusión. Desafíos para la política social en la Argentina de fin de siglo*. UNICEF/Losada. Buenos Aires.
- Minujin, A. y otros (1992) *Cuesta abajo. Los nuevos pobres: efectos de la crisis en la sociedad argentina*. UNICEF/Losada. Buenos Aires.
- Monsaváis, C. (1987) "La cultura popular en el ámbito urbano". En AAVV (1987) *Comunicación y Culturas Populares en Latinoamérica*. Seminario del Consejo Latinoamericano en Ciencias Sociales. FELAFACS-Gustavo Gili. México.
- Morley, D. (1996) *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Amorrortu. Buenos Aires.
- Morley, D. Y Robins, K. (1995) *Spaces of identity. Global media, electronic landscapes, and cultural boundaries*. Routledge. Londres.
- Oesterheld, H. (2004) *Latinoamérica y el imperialismo 450 años de guerra*. Doeyo y Viniegra Editores. Buenos Aires. (Recopila las historietas guionadas por Oesterheld para *El Descamisado*)
- Orozco Gómez, G. (1996) *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*. Ediciones de Periodismo y Comunicación. Universidad Nacional de La Plata. La Plata.

- (2002) *Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina*. Norma. Buenos Aires.
- O'Sullivan, T. y otros (1997) *Conceptos claves en comunicación y estudios culturales*. Amorrortu editores. Buenos Aires.
- Pardo, M. y Noelia, M. (Ed.) (2000) *Globalización y nuevas tecnologías*. Editorial Biblos. Buenos Aires.
- Park, w. y Lloyd, L. (2004) *Planificación de la movilización y comunicación social para la prevención y control del dengue. Guía paso a paso*. Organización Mundial de la Salud. Impreso en china.
- Portales, d. (1981) “*Perspectivas de la comunicación alternativa en América Latina*”. En Simpson Grinberg, M. (Comp.) *Comunicación alternativa y cambio Social*. Universidad Autónoma de México. México.
- Prieto Castillo, D. (1980) Prieto Castillo, Daniel. *Discurso autoritario y comunicación alternativa*. Edicol. México. 1980.
- (1990) *Diagnóstico de comunicación*. CIESPAL. Quito.
- (2004) *La comunicación en la educación*. Editorial Stella/La Crujía. Buenos Aires.
- Ramonet, I. (1998) *La tiranía de la comunicación*. Debates. Madrid.
- Rifkin, J. (1996) *El fin del trabajo. Nuevas tecnologías contra puesto de trabajo: el nacimiento de una nueva era*. Paidós. Barcelona.
- (2000) *La era del acceso. La revolución de la nueva economía*. Paidós. Barcelona.
- Reguillo Cruz, R. (2000) *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. Norma. Buenos Aires.
- Reyes Matta, F. (1983) *Comunicación alternativa y búsquedas democráticas*, ILET-Fundación Friedrich Ebert. México.
- Schenkel, P. y Romero Sanjinés, C. (1987) “*Comunicación, ciencias y nuevas tecnologías*”. En AAVV (1987) *Comunicación y Desarrollo*. IPAL Instituto para América Latina. Lima.
- Schmucler, H. (1987) “*Comunicación y cultura*”. En AAVV (1987) *Comunicación y Desarrollo*. IPAL Instituto para América Latina. Lima.
- (1997) *Memoria de la comunicación*. Biblos. Buenos Aires.
- (2005) “*Conocimiento y poder en «la sociedad de la información»*”. En Mattelart, A., Schmucler, H. y otros (2005) *Democracia y ciudadanía en la sociedad de la información: desafíos y articulaciones regionales*. Escuela de Ciencias de la Información. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba.
- Silverstone, R. y Hirsch, E. [Eds.] (1996) *Los efectos de la nueva comunicación. El consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia*. Bosch. Barcelona.
- Sennet, R. (1998) *La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo*. Anagrama. Barcelona.
- Seoane, M. (2003) *El saqueo de la Argentina*. Editorial Sudamericana. Buenos Aires.

- Sirven, P. (1998) *Quién te ha visto y quién TV. Historia informal de la televisión argentina*. Nueva edición puesta al día y aumentada. Ediciones de La Flor. Buenos Aires.
- Stevenson, N. (1998) *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*. Amorrortu editores. Buenos Aires.
- Svampa, M. (editora) (2003) *Desde Abajo. La transformación de las identidades sociales*. Universidad General de Sarmiento y Editorial Biblos. Buenos Aires. (Primera edición 2002)
- (2005) *La sociedad excluyente. La Argentina bajo el signo del neoliberalismo*. Taurus. Buenos Aires.
- Svampa, M. y Pereyra, S. (2003) *Entre la ruta y el barrio. La experiencia de las organizaciones piqueteras*. Editorial Biblos. Buenos Aires.
- Terrero, P. (1999) *Santa Fe-Paraná: culturas locales y cambios tecnológicos*. Facultad de Ciencias de la Educación. Universidad Nacional de Entre Ríos. Paraná.
- Thompson, John B. (1998) *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós. Barcelona.
- Verón, E. (1993) *La Semiosis Social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Gedisa Editorial. Barcelona.
- von Sprecher, Roberto (1996) *Paneoclip. Introducción a la Comunicación Social*. Segunda edición corregida y actualizada. Area de Educación a Distancia. Escuela de Ciencias de la Información. Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba.
- (1997) *Comunicación e identidad en la era de la utopía tecno- comunicacional de mercado*. Ediciones JCV. Córdoba.
- (1998) *Investigaciones sobre comunicación social en América Latina: las décadas de los sesentas, setentas y ochentas*. Universidad Nacional de La Rioja. La Rioja. Mimeo.
- (1999) *La red comunicacional. Introducción a la comunicación social*. JCV Editorial. Córdoba.
- (2000) *El Proyecto de los Indicadores Culturales y la teoría del cultivo*. Universidad Católica de Santa Fe. Santa Fe. Mimeo.
- (2005) *Concepto de Comunicación Social*. Universidad Católica de Santa Fe. Santa Fe. Mimeo.
- von Sprecher, R. y Di Santo (1998) “*La mediatización súbita y los jóvenes riojanos. El desanclaje de lo local y la ausencia de referentes.*” Ponencia presentada en las Cuartas Jornadas de Investigadores de la Cultura. Instituto Gino Germani. Universidad Nacional de Buenos Aires.
- (1999) “*Efectos de la globalización y el nuevo orden mundial. Tradición, consumos y desajustes en sociedades mediatizadas.*”. En Revista Latina de Comunicación Social. Nº 13. <http://www.lazarillo.com/latina>. La Laguna (Tenerife). Enero. 1999.
- Williams, R. (1981) *Cultura. Sociología de la comunicación y del arte*. Paidós. Barcelona.
- Wolf, M. (1987) *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós. Barcelona.



<b>MODALIDAD DE EVALUACIÓN</b>	.
--------------------------------	---

<b>CONDICIONES PARA ESTUDIANTES</b>
<b>Regulares:</b> rendir un parcial, con no menos de 4 (cuatro) puntos, con posibilidad de recuperar uno. 80% de los prácticos aprobados.
<b>Promocionales:</b> rendir un parcial, con no menos de 7 (siete) puntos. 80% de los prácticos aprobados.
<b>Libres:</b> escrito y oral

<b>CRONOGRAMA POR MES</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>FECHA</b>
	Prácticos: Guía previa . Discusión e informe escrito en clase..	A fijar
	Material especial para los alumnos.	En preparación
	parciales	En las fechas que establezca la institución. a mediados de octubre.