

PROGRAMA DE LA CÁTEDRA

AÑO 2012

ASIGNATURA

Comunicación y Trabajo Social

UBICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIO	AÑO	PLAN

PROFESOR TITULAR	Dr. Roberto Héctor von Sprecher (semidedicado)
PROFESOR ADJUNTO	Dra. Eugenia Boito (simple)

CARGA HORARIA	Teóricos	Prácticos	Horarios de consulta
	Teóricos/prácticos: 3 Hs. Semanales por turno	Dos prácticos de tres horas como base, que se amplía con prácticos no evaluables según la situación lo requiera	Tres horas semanales (entre Titular y Adjunta)

FUNDAMENTACIÓN

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, cultural 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

Posibilitar que los alumnos adquieran conocimientos teóricos que les permitan de un modo personal y grupal, analizar e interpretar, utilizando los conceptos teóricos sobre comunicación social, sociedad y cultura como herramientas, temas y problemas de la intervención de los Trabajadores Sociales, comprendiendo la dimensión comunicacional y aplicando la misma, práctica y planificadamente, en la intervención.

Comparar y relacionar, con amplitud y pluralismo, los principales modelos y enfoques de las teorías, manteniendo como horizonte sus posibilidades de aplicación para colaborar a transformar situaciones de América Latina y en especial de Argentina.

Buscar una comprensión crítica de la realidad, tendiendo a relacionar y ubicar los fenómenos de índole coyuntural en el contexto de los condicionamientos macrosociales propios de la sociedad global y la posibilidad de modificar dichos condicionamientos.

Orientar la labor creativa de los alumnos, a partir del marco teórico, estimulando la observación de las prácticas sociales, impulsando el análisis e interpretación de problemas sociales, detectando necesidades y demandas relacionadas con el Trabajo Social y la utilización de herramientas comunicacionales.

Emprender el aprendizaje entre docentes y alumnos con una relación pedagógica personal de sensibilidad humana y prácticas democráticas, en las que existan condiciones de apertura, estimulando entre los propios alumnos el respeto y la convivencia pluralista.

METODOLOGÍA

¿Qué se promueve y qué se espera -progresivamente- de los alumnos? Qué no dependan 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.

¿Cómo trabajamos en el desarrollo de la asignatura para lograr estos objetivos generales en concordancia con los específicos de la asignatura ?

Con clases teórico, orientadas a las prácticas, en las cuales el docente desarrollará los contenidos teóricos promoviendo a través de diversas actividades la participación de

los alumnos, para conectar las teorías con la realidad y con las experiencias previas de los alumnos.

Con el estudio, previo y a posteriori de las clases teórico y prácticas, de la Bibliografía Básica Obligatoria, teniendo en cuenta las guías proporcionadas por los docentes.

Con trabajos prácticos, con y sin informes escritos, en los cuales los alumnos, a partir de una guía, realicen actividades de indagación relacionadas directamente con los desarrollos teóricos, participando en la construcción del conocimiento anclado a lo local.

CONTENIDOS

UNIDAD I

Modulo 1. Introducción al estudio de la comunicación.

Construcción del objeto de estudio. Historia sociológica del campo de los estudios sobre comunicación.

Lo social, lo cultural y lo comunicacional. Propuesta de un concepto de comunicación social. La era digital de la información y la comunicación.

¿Desde dónde pensar la comunicación social? Construcción de un concepto de comunicación social como caja de herramientas conceptuales. Sentido común sobre comunicación, los Trabajadores Sociales y la comunicación, seguridad social en el neoliberalismo.

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: el concepto de Raymond Williams. 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.

Producción de sentido en la codificación y en la decodificación. Condiciones de producción del sentido.

Puesta en juego y competencia de sentidos. Valores y normas. Distintas posiciones, distintas visiones. Acumulación y legitimación de saberes y poderes.

Códigos, convenciones, códigos culturales. Los géneros en que pueden inscribirse los discursos. Relación discursos, realidad y clases sociales.

Desigualdades y asimetrías en la codificación y en la decodificación.

Lo dominante, la hegemonía y la oposición. Promoción de visiones del mundo, el papel de los medios masivos.

Identidad e identidades. Interpelaciones y agentes de interpelación.

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

El discurso público.

La comunicación en la construcción de sentidos del orden social: la competencia por la Hegemonía. Comunicación y dictadura. Consenso y construcción de consensos.

Los medios. Comunicaciones sin transposición y con transposición. El soporte material del discurso. Tipos de medios: personales de comunicación cara a cara, artesanales, medios industriales. De los medios a las mediaciones.

Poder y luchas simbólicas en las redes socio-comunicacionales, intervención de trabajadores y comunicadores sociales. El poder, lo visible y lo oculto. Luchas por la producción y legitimación de visiones del mundo. Los intelectuales, incluyendo los comunicadores y trabajadores sociales, como posibles aliados de los dominantes y/o de los dominados. Raymond Williams: grados de reproducción y autonomía variable en la producción cultural. Formas dominantes, arcaicas o anacrónicas, residuales y emergentes.

El papel de los medios masivos y de las nuevas tecnologías. De los medios a mediaciones, de los hipermedios a las hipermediaciones. Caracterización de las nuevas tecnologías, evaluación de consecuencias positivas y negativas. Digitalización, reticularidad, hipertextualidad, multimedialidad, interactividad. Cuántica, biotecnología y su relación con la informática.

BIBLIOGRAFIA BASICA

Boito, E. y von Sprecher, R. (2010) Comunicación y Trabajo Social. Editorial Brujas. Córdoba. Capítulo 1.

Hall, S. (1980) "Encoding/decoding". En AAVV: Culture, Media, Language. Hutchinson and the Centre for Contemporary Cultural Studies, University of Birmingham. Londres. Original 1973. Traducción en mimeo de R. von Sprecher.

Scolari, C. (2008) Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Gedisa. Barcelona. Cap. 2 ("De los nuevos medios a las hipermediaciones"). Pp 69 a 118.

UNIDAD II

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 al sistema, posturas 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”. Fracasos y logros. Relación con el desarrollismo en trabajo social, la comunicación como técnica.

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. La reconceptualización del trabajo social. Relación con los estudios de comunicación.

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. Los estudios de Jesús Martín Barbero y la influencia de los Estudios Culturales Británicos. Aspectos centrales de los Estudios Culturales Británicos. El momento de pos-reconceptualización del Trabajo Social. Dimensiones teóricas y técnicas de la relación entre comunicación y trabajo social.

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.

BIBLIOGRAFIA BASICA:

Boito, E. y von Sprecher, R. (2010) Comunicación y Trabajo Social. Editorial Brujas. Córdoba. Capítulo 2.

Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997) Historia de las teorías de la comunicación. Paidós. Barcelona. Páginas 70 a 75.

Selección de textos de Jesús Martín Barbero. Realizada por R. von Sprecher (1998).
Mimeo. Córdoba.

Schmucler, H. (1996) “Lo que va de ayer a hoy. De la política al mercado”. Telos,
Madrid.

UNIDAD III

Modulo 3. La comunicación en las estrategias de intervención Profesional

- 3. a- Un acercamiento a la noción de estructura de experiencia de R. Williams.
- 3. b- La clase como experiencia y la centralidad de la cultura.
- 3. c- Las transformaciones en la experiencia en contextos de mediatización y mercantilización.
- 3. c- 1-Urbanismo Estratégico.
- 3. c- 2-Una forma expresiva del “ensueño espectacular”: consumo de tecnologías de información-comunicación en contextos de segregación urbana.
- 3. d- Tres creencias ideológicas que configuran la experiencia contemporánea.
- 3. e- Escenarios barriales, comunicación y conocimiento profesional.
- 3. e- 1- Trabajo con grupos y movimientos populares. Los límites y las posibilidades de la visibilidad de cuestiones sociales en sociedades mediáticas.
- 3. e- 2- Representación social de los sujetos de la protesta, negociación y estrategias contra la criminalización mediática de la protesta social.
- 3. f- Reconocimiento y análisis del papel de la acción educativa y promocional.
- 3. g- Estrategias de comunicación y organizaciones comunitarias. Comunicación interna, inter-organizacional, interinstitucional y externa.
- 3. g- 1- Una aproximación a: escenarios de comunicación, relevamiento de posiciones, relaciones y poderes. Grados de asimetría, verticalidad y de horizontalidad en lo comunicacional.

Bibliografía obligatoria:

Boito, E. y von Sprecher, R. (2010) Comunicación y Trabajo Social. Editorial Brujas.
Córdoba. Capítulo 3.

Abatedaga; Nidia (Compiladora) Comunicación. Epistemología y metodologías para
planificar por consensos. Editorial Brujas, 2008. págs. 133-197.

Bibliografía General

- Alderete, A; Rodríguez, M. y Taborda, A. “Procesos de Organizaciones de Base. Diagnóstico, Evaluación, Técnicas e Instrumentos”, SERVIPROH, 1996.
- Appadurai, A. (Ed.) (1991) La vida social de las cosas. Perspectiva cultural de las mercancías. Grijalbo. México.
- Barbero, J. M. (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.
- (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.
- (s/d/f) “Dinámicas urbanas de la cultura”. www.naya.org.ar/articulos/jmb.htm)
- Barker, M. y Beezer, A. (Eds.) (1994) Introducción a los estudios culturales. Bosch. Barcelona.
- Bauman, Zygmunt. “Vida de Consumo”, Fondo de Cultura Económica, 2007
- Beck, U. (1998) ¿Qué es la globalización? Falacias del globalismo. Respuestas a la globalización. Paidós. Barcelona.
- Bell, David (2007) Cyberculture theorist. Manuel Castells and Donna Hanaway. Routledge. New York.
- Benjamin, Walter. “La obra de arte en la época de la reproducción técnica”, en “Discursos Interrumpidos”, Planeta Agostini, 1994.
- Benjamin, Walter. “Poesía y Capitalismo. Iluminaciones II”, Taurus, España, 1999.
- Benjamin, Walter. “Tentativas sobre Brecht. Iluminaciones III,” Taurus, España, 1999.
- Benjamin, Walter. “Para una crítica de la violencia y otros ensayos. Iluminaciones IV”. Taurus, España, 1999.
- Benjamin, Walter. “Sobre la fotografía”, Pre-textos, 2003.
- Benjamin, Walter. “El capitalismo como religión” [capitalismo_religion.pdf](#). Created Apr 24, 2008 by economia UNAM. Disponible en: economyradio.blogspot.com
- Benjamin, Walter. “Libro de los Pasajes”, AKAL, 2005.
- Berger, John. “Modos de Ver”. GG. 2000.
- Boito, Eugenia. ‘La espiral de la criminalización: de la pobreza, de la protesta y de las estrategias de sobrevivencia’, en “Confluencias”, publicación gráfica del Colegio de Profesionales en Servicio Social de Córdoba. Año 12, número 50, diciembre de 2004, Pág. 18– 23. Córdoba Capital.
- Boito, Eugenia; Espoz, María Belén e Ibáñez, e Ileana Desiree. “Regulación de las sensaciones en los modos de habitar el espacio. El uso de metáforas en el Programa 'Mi casa, Mi Vida'”, ponencia presentada en la Bienal de Comunicación, 2006.
- Boito, Eugenia. “Un momento en la historia de la percepción burguesa: W. Benjamin, el capitalismo como religión y la pobreza como marca de la experiencia capitalista”, en prensa 2010.
- Boito, Eugenia. “Estados de sentir en contextos de mediatización y mercantilización de la experiencia. Intentos por precisar una lectura materialista de las sensibilidades”, en

prensa, 2010

Boito, Eugenia. "La tautología del solidarismo en el Bicentenario: "Argentina abraza a Argentina"", Eugenia Boito, 2010 en prensa

Boito, Eugenia y Scribano Adrián, "La ciudad sitiada: una reflexión sobre imágenes que expresan el carácter neocolonial de la ciudad (Córdoba, 2010)" en Revista Actual Marx Intervenciones _9, "Cuerpos contemporáneos: nuevas prácticas, antiguos retos, otras pasiones" (1er Semestre 2010), LOM Ediciones y Universidad Bolivariana, Santiago de Chile ISS_: 0718-0179.

Boito, Eugenia (2010) "La comunicación en las estrategias de intervención profesional". Mimeo. Córdoba.

Bourdieu, P. (1988) La distinción. Taurus. Madrid.

(1995) Las reglas del arte. Anagrama. Barcelona.

(1997) Sobre la televisión. Anagrama. Madrid

(1999a) Cienfuegos. Anagrama. Barcelona.

(Dir.) (1999b) La miseria del mundo. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires.

Bourdieu, P. y Wacquant, I. (1995) Respuestas para una antropología reflexiva. Grijalbo. México.

Brea, J. L. (2007) Cultura_RAM. Mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica. Gedisa. Barcelona.

Buck – Morss, Susan. "Dialéctica de la mirada. Walter Benjamin y el proyecto de los Pasajes". La balsa de la Medusa, 79. España, 1995.

Buck – Morss, Susan. "Walter Benjamin, escritor revolucionario". Interzona, Bs. As., 2005.

Cabrera, D. (2006) Lo tecnológico y lo imaginario. Las nuevas tecnologías como creencias y esperanzas colectivas. Editorial Biblos. Buenos Aires.

Caletti, S. (1992) "La recepción ya no alcanza". En Luna Córtez, C. (Coord.), y otros. VII Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social Vol.IV Generación de conocimientos y formación de comunicadores. México.

Castels, M.(1996) La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Tres volúmenes. Alianza. Madrid.

Cristiano, Javier. 'La mediación entre el Estado y los sectores cadenciados. El papel de las emisoras comunitarias', mimeo, 1995.

Curran, J. y otros (1981) Sociedad y comunicación de masas. Fondo de Cultura Económica. México.

Curran, J., Morley, D. y Walkerdine, V. (Compiladores) (1998) Estudios Culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo. Paidós. Barcelona.

Dayan, D. (Comp.) En busca del público. Recepción, televisión, medios. Gedisa. Barcelona.

Deleuze, Gilles. "Posdata sobre las sociedades de control", en Crhistian Ferrer (Comp.) El lenguaje literario, T° 2, Ed. Nordan, Montevideo, 1991. I. Historia.

Fitoussi, J.P. y Rosanvallon, Pierre. "La nueva era de las desigualdades", Manantial, 1996.

Debord, Guy. "La sociedad del espectáculo". Edit. La Marca, Biblioteca de la mirada, 1995.

Douglas, M. e Isherwood, B. (1990) El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo. Grijalbo. México.

Eagleton, Terry. Ideología. Una introducción. Paidós. 1997.

- Eagleton, Terry. “La Estética como Ideología”, Editorial Trotta, 2006.
- Fromm, E. “Avere o essere?” 1977 Modadori Editore. Milano, Italia.
- 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.
- Gerbner, G. (1977) “Televisión: ¿La nueva religión del Estado?”. En revista Et cetera. Vol. XXXIV, N°2. International Society for General Semantics. EE.UU.
- (1983) “La importancia de ser crítico -En el propio estilo”. En “Ferment in the Field”, edición especial, Vol.33 N°3 de Journal of Communication. The Annenberg School Press. Filadelfia.
- Giddens, A. (1993) Las nuevas reglas de método sociológico. Amorrortu. Bs. Aires.
- (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.
- Ginzburg, Carlo. “El queso y los gusanos. El cosmos según un molinero del siglo XVI”, Península, 2008.
- Grandi, R. (1995) Texto y contexto de los medios de comunicación. Análisis de la Información, publicidad, entretenimiento y su consumo. Bosch. Barcelona.
- Grimson, A. y Varela, M. [1999] Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión. EUDEBA. Buenos Aires.
- Igarza, Roberto (2008) Nuevos medios. Estrategias de convergencia. La Crujía Ediciones. Buenos Aires.
- (2009) Burbujas de ocio. Nuevas formas de consumo cultura. La Crujía.
- Lash, S. (2005) Crítica de la información. Amorrortu. Buenos Aires.
- Lowe, Donald; Historia de la percepción burguesa, F. C .E., México, 1982.
- Mattelart, A. (1998) La mundialización de la comunicación. Paidós. Barcelona.
- (2002) Historia de la sociedad de la información. Paidós. Barcelona.
- Merleau Ponty, Maurice. “El mundo de la percepción. Siete conferencias”. Fondo de Cultura Económica, 2002.
- Morley, D. (1988) Family television : cultural power and domestic leisure. Routledge. Londres (primera edición 1986).
- (1989) "Changing paradigms in audience studies". En Seiter y otros: Remote control, television, audiences and cultural power. Routledge. Londres.
- (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.
- Quevedo, Alberto y Bacman, Roberto (2008) Consumos culturales tecnológicos. Entre la personalización y la portabilidad. Disponible en: www.sncc.gov.ar
- 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.
- Schmucler, H. (1997) Memoria de la comunicación. Biblos. Buenos Aires.
- 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.
- Scribano, Adrián. (comp.). "Geometría del conflicto. Estudios sobre acción colectiva y conflicto social". Universitas, 2005a.
- Scribano, Adrián. "Itinerarios de la protesta y del conflicto social", Editorial Copiar, 2005b
- Scribano, Adrián. (Comp.) "Mapeando interiores. Cuerpo, Conflicto y Sensaciones", UNC-CEA/CONICET, Jorge Sarmiento Editor, Colección Acción Social, 2007a.
- Scribano, Adrián. (Comp.) "Policromía Corporal. Cuerpos, Grafías y Sociedad" UNC-CEA/CONICET y Universidad de Guadalajara, Colección Acción Social, Universitas, 2007b.
- Scribano, Adrián ¿Por qué una mirada sociológica de los cuerpos y las emociones? A Modo de Epílogo, en "Cuerpo(s), Subjetividad(es) y Conflicto(s). Hacia una sociología de los cuerpos y las emociones desde Latinoamérica". Carlos Fígari y Adrián Scribano (compiladores), CLACSO/Ciccus, (2009)
- Sibilia, Paula. "La intimidad como espectáculo". Fondo de Cultura Económica, primera edición, 2008.
- Sibilia, Paula. "El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales". Fondo de Cultura Económica, segunda edición, 2009.
- 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.
- Thompson, John B. (1998) Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Paidós. Barcelona.
- Vattimo, G. "La sociedad transparente" Paidós, Barcelona, 1990
- von Sprecher, Roberto (1996) Paneoclip. Introducción a la Comunicación Social. Segunda edición corregida y actualizada. Área 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.
- (1999) La red comunicacional. Introducción a la comunicación social. JCV Editorial. Córdoba.
- Wacquant, Loïc. "Las cárceles de la miseria", Manantial, 1999; Wacquant, Loïc. "Parias urbanos. Marginalidad en la ciudad a comienzos del milenio". Editorial Manantial. Buenos Aires. 2001.
- Wacquant, Loïc. "Los condenados de la ciudad. Gueto, periferias y Estado" Siglo XXI editores, Argentina, 2007.
- Williams, Raymond. "Marxismo y literatura". Península, Barcelona, 2 edición, (2000).
- Zizek, Slavoj. "El sublime objeto de la ideología". Siglo XXI Editores. (1992)
- Zizek, Slavoj. (Compilador) "Ideología. Un mapa de la cuestión". Fondo de Cultura Económica, (2003)

MODALIDAD DE EVALUACIÓN	<p>No es obligatoria la asistencia a clase por parte de los alumnos para obtener la regularidad en la asignatura.</p> <p>Se realizará un parcial evaluativo, con fecha diferencial para los alumnos que trabajen, y con recuperatorios para ambos.</p> <p>Los alumnos deberán asistir al 70% de los prácticos presencial y aprobar un práctico evaluable, asistiendo al mismo.</p>
--------------------------------	--

Condiciones para estudiantes regulares, promocionales y libres (recordar atenerse al régimen de enseñanza vigente)

CONDICIONES PARA ESTUDIANTES (% asistencia, TP y características de evaluaciones parciales y finales)	
REGULARES	Aprobar un práctico evaluable (se califican como aprobado/reprobado”). Aprobar un parcial con no menos de 4 (cuatro) puntos de calificación.
PROMOCIONALES	Los mismos requisitos que los regulares en cuanto a los prácticos. Aprobar un parcial con no menos de 7 (siete) puntos de calificación. Un coloquio final.
LIBRES	Escrito y oral sobre la totalidad del programa.

Dr. Roberto Héctor von Sprecher
 Profesor Titular Semidedicado por concurso
 Legajo 24123.