

PROGRAMA

Modernidades, Medios y Poder (Cátedra II)

CONTENIDOS MÍNIMOS:

Relación dialéctica entre sociedad moderna, medios de comunicación e industrias culturales a lo largo de la historia: desde la imprenta a internet. Impacto del desarrollo tecnológico moderno en los procesos sociales, políticos y culturales. Medios como tecnología e ideología, objetos y sujetos de transformaciones sociales. Conformación de los mercados mediáticos y culturales: los subcampos de la producción cultural y sus mediaciones mediático-mercantiles. Los procesos de estructuración del poder mediático en América Latina, sus múltiples modos de funcionamiento y articulación con sectores diversos de la sociedad. La convergencia cultural en el escenario digital

1 EJE CONCEPTUAL: MODERNIDAD / MODERNIDADES

OBJETIVOS

Reflexionar sobre las Modernidades, recuperar sus principales debates y destacar las características del proceso de modernización en Europa y en América Latina
Contextualizar el surgimiento de transformación sistemática de la cultura para establecer las relaciones del proceso con las transformaciones de la comunicación.

TEMAS

Historización del surgimiento de la Modernidad y del proceso de modernización para comprender la experiencia moderna. Análisis de la Modernidad en América Latina. Características de la sociedad industrial y postindustrial. Nuevo tiempo y nuevo espacio. Debates: modernidad-modernidad en crisis.

BIBLIOGRAFÍA

- BERMAN, Marshall (1988). Todo lo sólido se desvanece en el aire. Experiencia de la Modernidad, Siglo XXI, Madrid. Cap. "Introducción. La modernidad, ayer, hoy y mañana".
- FEDERICI, Silvia (2010) Calibán y la bruja, Mujeres, cuerpo y acumulación primitiva. Traficantes de Sueños, Madrid. Cap. "Colonización y cristianización. Calibán y las brujas en el Nuevo Mundo".
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (1987). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Editorial G. Gilli, México. Segunda Parte: "Matrices Históricas de la massmediación: El largo proceso de enculturación. Del folklore a lo popular" y fragmento de la "Tercera parte".
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (1988). Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista. Editorial G. Gili, México. Cap. "Prensa la formato del discurso de la información".
- PORTA, Paula (2016). "Comunicación, medios, poder" en Hoja de ruta. Un recorrido por los sentidos sobre la comunicación, las cotidianidades y el poder, Cuaderno de Cátedra, EPC-FPyCS.

- RACIOPPE, Bianca (2012) Liberar, compartir, derivar... Tesis Posgrado UNLP. Fragmento del Cap. 7 "Internet un espacio para organizarse. Las tecnologías como espacios de creación colectiva".
- RINCÓN, Omar (2006). Narrativas Mediáticas. O como se cuenta la sociedad del entretenimiento, Gedisa, Barcelona. Cap. 3 "La narración mediática".
- SILVERSTONE, Roger (2001) ¿Por qué estudiar los medios?, Amorrortu, Buenos Aires. Cap. "La textura de la experiencia". Cap. 3 "Tecnología".
- THOMPSON, John (1998) Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Paidós Comunicación, Barcelona. Cap. "Los media y el desarrollo de las sociedades modernas".
- WILLIAMS, Raymond (1992) Historia de la Comunicación. Bosch, Barcelona, Cap. "Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales".

2 EJE CONCEPTUAL: MEDIOS, COMUNICACIÓN/PODER

OBJETIVOS

Reflexionar en torno a los medios de comunicación en tanto actores sociales y las relaciones de poder que los atraviesan.

Analizar los contextos de surgimiento y usos de las tecnologías digitales

Problematizar la relación sujetos-tecnologías/medios

TEMAS

Definiciones acerca de los medios de comunicación. Los medios como instituciones. Los medios como empresas. Corporaciones y relaciones de poder. Poder económico, político y simbólico. Industrias Culturales y creación de imaginarios. Los nuevos debates: tecnologías digitales y lógicas de poder. Relaciones tecnologías- subjetividades. Los medios y la política: nuevas formas de ver y ejercer el poder.

BIBLIOGRAFIA

- IRIMIA, Romina (2019) "La arquitectura de la red", texto de cátedra MMP2, FPyCS-UNLP.
- MARTÍN BARBERO, Jesús (1988) Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerario para salir de la razón dualista. FELAFACS/Gustavo Gili, México. Cap. "Prensa la forma-mito del discurso de la información".
- Mc LUHAN, Marshall (2015) Inédito, La marca editora, Bs. As. Cap. "En el momento en que se lanzó el Sputnik, el planeta se convirtió en un teatro global donde no hay espectadores sino sólo actores".
- MARSHALL, McLuhan; QUENTIN, FIORE (1998) El medio es el masaje. Un inventario de efectos. Ed. Paidós, Barcelona. Fragmentos seleccionados.
- RINCÓN, Omar (2006) Narrativas Mediáticas. O como se cuenta la sociedad del entretenimiento. Gedisa, Barcelona. Cap. "La narración mediática".
- SRNICEK, Nick (2018) Capitalismo de plataformas, Caja Negra, Buenos Aires. Cap. "Entrevista al autor"
- THOMPSON, John (1998) Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación, Paidós, Barcelona. Cap. "La globalización de la comunicación".
- Zapata, Natalia Rosana (2016) "Globalización, actores sociales y derecho a la comunicación" en *Hoja de ruta. Un recorrido por los sentidos sobre la comunicación, las cotidianidades y el poder* coordinado por Paula Porta. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/75238>

3 EJE CONCEPTUAL: GLOBALIZACIÓN/CONVERGENCIA

OBJETIVOS

Analizar el escenario de globalización de la comunicación y el proceso de convergencia digital como espacio de producción de sentidos de los sujetos. Estudiar los modos de producción, distribución, consumo y recopilación de los bienes simbólicos con las tecnologías digitales. Problematicar los nuevos escenarios de comunicación, roles y descentramiento de poderes.

TEMAS

Definiciones de la convergencia cultural y nuevos modos de circulación de la información y el conocimiento. Las redes sociales, los nuevos espacios de visibilización de la información, la generación de las fake news. Descentramiento del saber y los modos de acceso y producción. Relaciones tecnológicas- subjetividades, nuevas formas de ver y ejercer el poder.

BIBLIOGRAFIA

- AON, Luciana (2019) “Netflix y un acercamiento a la curaduría en el cine online”, texto de cátedra MMP2, FPyCS-UNLP.
- BAUMAN Zygmunt (2019) “Las redes sociales son una trampa”, entrevista en Diario El País (España)
- FERNÁNDEZ GARCÍA Nuria (2017) “Fake news: una oportunidad para la alfabetización mediática” en Revista Nueva Sociedad No 269.
- JENKINS, Henry (2008) Convergencia cultural, Paidós, Barcelona. Cap. “Introducción. Adoración en el altar de la convergencia”.
- MUROLO, Leonardo (2015) “Del mito de Narciso a la selfie: una arqueología de los cuerpos codificados” en Revista Palabra Clave, Universidad de La Sabana, Colombia.
- MUROLO, Leonardo (2019) “La posverdad es mentira...” en APARICI, Roberto; MARÍN, David García. La posverdad: una cartografía de los medios, las redes y la política. GEDISA, Bs. As.
- REGUILLO CRUZ, Rossana (2017) “Cuatro estrategias para un reclamo viral” en Revista Anfibia, UNSAM.
- SIBILIA, Paula (2012) La intimidad como espectáculo, Fondo de cultura económica, Buenos Aires, Cap. I “El Show del yo”.
- VAN DIJCK, José (2019) La cultura de la conectividad: una historia crítica de las redes sociales. Siglo XXI Editores. Cap. 1: “La producción de la socialidad en el marco de una cultura de la conectividad”.

RECURSOS

- Samira Majmalbaf (2002) “11-S”, cortometraje Nº 1 en 11’09”01 – September 11.
- Corto “El monje en la mesa de ayuda” de circulación anónima en YouTube
- Películas que plantean un debate en torno a las lógicas de producción y representaciones de los medios.
- Otros materiales se pueden sumar en las clases (artículos, noticias, cortos, posteos, etc.).

CONDICIONES DE EVALUACIÓN Y APROBACIÓN DE LA MATERIA

Evaluación

- Teórico: parcial escrito
- Prácticos: TP individuales y grupales + Trabajo Práctico Final

Dos formas de aprobación posibles:

a) ***Aprobación de la cursada:***

- 80% de asistencia a la instancia de prácticos.
- Aprobación del 80% de los trabajos prácticos.
- Aprobación con 4 (cuatro) o más de cada instancia de evaluación parcial.
(Luego deben dar examen final en las mesas correspondientes)

b) ***Promoción abierta:***

- 80% de asistencia a teóricos.
- 80% de asistencia a prácticos.
- Aprobación con 7 (siete) o más de cada instancia de evaluación del teórico.
- Aprobación de la instancia práctica con una nota final de cursada que, promediada a la del teórico sea de 7 (siete) o más.

Para la promoción en la instancia de teóricos la nota debe ser igual o superior a 7 (siete).

En la instancia de prácticos, si la nota final de cursada (que debe ser igual o superior a 4 (cuatro) para la aprobación de la cursada) promediada con la del teórico da 7 (siete) el estudiante promociona la materia.

Las evaluaciones parciales siempre tendrán **dos instancias de recuperatorio** cada una.