

Programas de Investigación Seminario Permanente de Tesis

Programas de Investigación Líneas y Objetos Principales

1- Comunicación, Prácticas Socioculturales y Subjetividad

Director: Adriana Archenti
Co-Director: Flavio Peresson
Co-Director: Susana Ortale

Abordar la comunicación desde las prácticas socioculturales implica asumir como punto de vista la relación comunicación/cultura. En esta relación, es la barra la que habla de la imposibilidad de un tratamiento por separado de la comunicación y la cultura, pero entendiéndose a la cultura no sólo desde sus implicancias simbólicas sino como campo donde se libran distintas luchas por el significado de la experiencia, de la vida y del mundo. Unas luchas que no son sólo de sentido, sino también materialmente sociopolíticas, que conectan los estudios culturales de la comunicación con los procesos de contestación, de impugnación y de movilización social.

Desde aquí este programa se planteará construir una mirada propia de la comunicación desde una perspectiva sociocultural, siendo capaz de: desnaturalizar discursos e imaginarios hegemónicos, reconociendo la producción de sujetos en ellos, interpelados por ellos en esa construcción de hegemonía; des-inocentar el lenguaje de los estudios culturales, situándolos en el contexto material e histórico de las culturas populares latinoamericanas y asumiendo las tradiciones latinoamericanas en ese sentido; articular los desarrollos teóricos con una perspectiva crítica, lo que implica retomar una mirada sobre el poder, la ideología y la hegemonía; y finalmente, articular las biografías particulares con la historia y las pequeñas tácticas del habitat con las grandes estrategias sociopolíticas.

Los objetos:

- Constitución de nuevas subjetividades.
- Movimientos sociales y construcción de identidades.
- Culturas urbanas. Vida cotidiana y creencias.
- Espacios y prácticas emergentes. Prácticas hegemónicas y contra-hegemónicas.

2- Comunicación y Arte

Director: Carlos Vallina
Co-Director: Mónica Caballero

Este programa se situará en el abordaje del arte desde su dimensión comunicacional, es decir, desde la comprensión de la obra de arte como proceso de construcción colectiva, social e histórica de sentido. La sociedad expresa sus procesos de construcción sensible de lo real a través de la constitución de imaginarios que se manifiestan en lo que denominamos obras

artísticas. Esto implica una serie de actantes, que a través de las tecnologías de cada época, de los consumos restringidos o masivos, de la satisfacción de los gustos o de sus rupturas y aperturas y de la complejidad de relaciones entre las determinaciones económicas y sociales, configuran los símbolos colectivos que contribuyen desde la práctica artística a la constitución de la cultura y, por ende, de la comunicación.

El espacio plástico, musical, coreográfico, escénico, fílmico y el de última generación electrónica ha ido modificando la capacidad perceptual y equiparó las relaciones de la lengua oral y escrita, con los lenguajes sin signos convencionales que definen el habla de la emoción estética y el del conocimiento sensible del mundo con los materiales polisémicos de la imagen, el sonido, el cuerpo, los ámbitos y los objetos. La estética es una dimensión a incorporar al campo interdisciplinario de la comunicación. Su valor histórico debe ser resignificado para comprender el rol político, social, moral, existencial y productivo de la comunicabilidad presente en las creaciones de la imaginación artística. Rescatar, además, la información involucrada y las creencias diversas que anidan en la potencia de los films, las pinturas, las danzas y bailes, las representaciones teatrales, las esculturas, los formatos televisivos, el video social, las instalaciones, los conciertos y recitales, la arquitectura y toda práctica social que conlleve la necesidad de establecer formas reconocibles, consensuales y habitables.

La actividad del arte consiste en descubrir e inventar de modo permanente la forma de lo inexpresado, la puesta de todo sentido que no puede ser aprehendido colectivamente más que como hecho sensible. Es el producto del ejercicio de la memoria con y sin estímulos exteriores. Las emergencias populares y las de vanguardia que en sus intercambios producen también una fuerte figura de identidad universal y nacional. El arte es una fuente inagotable de conocimiento de comunicabilidades humanas.

Los objetos:

- La producción artística, no sólo como modalidad expresiva sino fundamentalmente comunicacional. Dimensión artística de la comunicación.
- Los aportes de las ciencias del lenguaje a las producciones artísticas.
- Producción, circulación y consumo de la obra artística. El carácter histórico de la producción artística.
- Arte y sociedad.

3- Comunicación y Educación

Director: Jorge Huergo

Co-Director: Julia Silber

El objetivo del presente programa es abordar los cruces entre dos campos disciplinares, superando la visión tecnicista que focaliza de manera exclusiva el uso de los medios de comunicación en la educación formal y no formal. Se pretende afrontar la compleja articulación desde una mirada también compleja y transdisciplinaria, saliendo de una perspectiva únicamente pedagógica o meramente comunicacional. Desde aquí, el desafío es incluir y superar a los medios como lugar de anclaje central de la comunicación, así

como la escuela desde la mirada educativa. Se rescatará a la educación y a la comunicación desde sus sentidos sociales, atravesando y conformando diversas prácticas socioculturales.

La dupla comunicación/educación se presenta aquí como zonas conformadas y conformadoras de la crisis de transformación social. En este nuevo escenario, el desafío fundamental se centra en dos grandes aspectos: en repensar al sujeto de la crisis en su articulación a la instancia formadora, como así también, el lugar de lo político en estos espacios, en su capacidad de conformación de nuevas identidades. Ambos aspectos deben ser tenidos en cuenta desde un reconocimiento de los procesos vinculados a los contextos históricos, recuperando de manera primordial el cruce y la interrelación entre la formación de sujetos y la producción de sentidos.

Los intentos de abordar las intersecciones entre comunicación/educación vienen siendo significativos en los últimos tiempos, tanto en el plano internacional nacional como local y con una importante trayectoria en la Facultad. Aparece, así, un ámbito que se esfuerza por alcanzar estatuto propio desde la construcción de problemas de estudio específicos, donde la irreductibilidad de los campos de saber genera un aporte potenciador de la mirada crítica de las prácticas y la producción de conocimiento.

Los objetos:

- La comunicación en diferentes propuestas y niveles educativos. Análisis político del discurso educativo.
- Procesos y Prácticas culturales en espacios educativos.
- Alcances educativos de espacios comunicacionales, de los medios y de la cultura mediática.
- Comunicación y educación popular.

4- Comunicación y Política

Director: Martín Cortés

Co-Director: Gabriel Negri

Las problemáticas que articulan los campos de la comunicación y la política han sido escasamente investigados desde las universidades. En general ha sido un área desarrollada en la ensayística o desde la sociología, o politología. Evidentemente en los últimos años la significación creciente de la industria cultural, el desarrollo mediático y tecnológico y la centralidad de sus repercusiones en el campo de lo político, lo convierten en un objeto de estudio prioritario para la comunicación.

En este marco, es fundamental reconocer que el campo de estudio ubica esta relación de comunicación y política en la reconfiguración del espacio público; es decir, la constitución de una nueva lógica de participación, representación y ejercicio de la ciudadanía política de actores sociales.

Las transformaciones tecnológico-comunicacionales han configurado otro mapa político, otros hábitos de interacción y organización cívica y, por supuesto, otros –nuevos o reciclados– factores de poder, sumado que éstos han perdido, en algún sentido, su territorialidad, su tangibilidad evidente para hacerse cada vez más lábiles.

Los objetos:

- Comunicación política. La comunicación como ética/ herramienta política.
- Cultura mediática, partidos políticos, estado y sociedad civil.
- Opinión pública. Reconfiguración del espacio público.
- Comunicación y democracia.
- Nuevas formas de politicidad y comunicación.

5- Comunicación, Periodismo y Medios

Director: Claudio Gómez

Co-Director: César Díaz

El programa de investigación en comunicación y periodismo no se concibe como una propuesta que "enseñe a hacer" periodismo, sino que parte de la necesidad de generar saberes en torno a las prácticas periodísticas y al lugar que ellas ocupan en el espacio social.

Destinar un espacio específico para la investigación en periodismo en una unidad académica de periodismo y comunicación social, señala un acto de reconocimiento a aquello que es valorado desde la perspectiva profesional, pero nunca desde el lugar de la producción científica. En esta línea, es importante generar un espacio que, a partir de prioridades temáticas surgidas de las urgencias sociales, implique la investigación sistemática y rigurosa de las producciones periodísticas que circulan en la sociedad.

El presente programa pretende acercarse al periodismo y a los medios como lugares centrales para poder entender las nuevas conformaciones sociales y profesionales.

Los objetos:

- La historia social del desarrollo de los medios.
- El rol del periodismo en las culturas contemporáneas.
- Poder y medios: las formas de organización y propiedad de los medios.
- Estudio de las condiciones de producción y recepción de la comunicación periodística.
- La diversificación de los medios y las profesiones.

6- Comunicación y Planificación

Director: Claudia Villamayor

Co-Director: Vanesa Arrúa

El programa de Comunicación y Planificación tiende a reflexionar en torno a sus objetos de estudio, sobre la articulación de ciertos saberes y sus aplicaciones. Aquí la investigación está entendida como una herramienta fundamental en los procesos complejos de diagnóstico, conceptualización, planificación, producción y gestión de modelos propios y específicos.

Se pretende partir de las necesidades sociales, propiciando la investigación dentro del proceso social concreto y determinado. El fin último es la transformación de la realidad con la cual se trabaja, partiendo de los actores y las condiciones de dicha realidad. Al proceder de esta forma, se está en

condiciones de gestionar la alternativa de solución comunicacional seleccionada con el fin de resolver las necesidades o problemas detectados.

Los objetos:

- Planificación y gestión de procesos comunicacionales en el Estado. Las políticas públicas estatales.
- Planificación y gestión de procesos comunicacionales en organizaciones e instituciones sociales.
- Planificación y gestión de procesos comunicacionales en las organizaciones del mercado.
- Estudios de factibilidad y viabilidad. La articulación de la factibilidad política, económica, social, comunicacional y operativa de proyectos de transformación.

7- Comunicación y Territorios

Director: Angel Tello

Co-Director: Jorge Szeinfeld

El territorio, a diferencia del lugar, no es pura espacialidad desprendida de su marca histórica, sino que su estatuto está configurado para las ciencias sociales justamente por su densidad cultural/comunicacional, por su carácter de espacialidad vivida.

En las últimas décadas la noción de territorio tal cual había sido pensada en la modernidad, ligada a una espacialidad física y planar –y cuya figura paradigmática se había centrado en la homogeneidad del Estado-Nación– ha entrado en crisis. Ya no es posible pensar el territorio sólo desde la dimensión nacional, con fronteras fijas y posibles de ser delimitables. Los procesos políticos, económicos, comunicacionales y sociales que han dado lugar a la globalización y mundialización de la cultura ponen hoy más que nunca en escena esta dificultad.

Asumiendo la necesidad de una otra problematización que contemple los procesos de desterritorialización y reterritorialización de las prácticas socioculturales y comunicacionales, es que este programa se plantea como objetivos la investigación crítica de los nuevos estatutos de la territorialidad y sus dimensiones comunicacionales.

Los objetos:

- Globalización y mundialización de la cultura.
- Los medios: lo local y lo global.
- Crisis comunicacionales. conflicto y reconfiguración del Estado-Nación: sus dimensiones comunicacionales.
- Identidad y territorio: la nueva territorialización; los desplazamientos; las territorialidades residuales, las fronteras.
- Las comunidades y los territorios imaginados. El territorio de lo virtual.

8- Comunicación, Lenguajes y Tecnologías

Director: Raúl Barreiros

Co-Director: Alejandra Valentino

Co-Director: Gastón Cingolani

Este programa trabajará desde asumir que las tecnologías de comunicación superan la dimensión técnica para instalarse en el campo de la comunicación social a partir de su reconocimiento como lenguajes.

De acuerdo a los diferentes soportes técnicos, estamos en presencia de lógicas constitutivas diferenciales: lenguaje radial, gráfico, audiovisual y multimedial. El lugar nodal de indagación de este programa pasará por la categoría transversal de género.

Los géneros como lógicas discursivas complejas de producción y recepción organizan la producción social de sentido. Desde esta condición se transforman en objetos privilegiados de investigación para el campo de estudios de la comunicación y el periodismo.

Los objetos:

- Lectura y crítica de medios.
- Pluralidad e hibridación de géneros mediáticos.
- Lógicas de producción / lógicas de reconocimiento de los géneros discursivos.
- Tecnología y Lenguaje.

9- Comunicación y Sociedad de la Información

Director: Luciano Sanguinetti

Los objetos:

- Políticas de comunicación en materia tecnológica e informacional.
- Apropiaciones y usos de las nuevas tecnologías.
- Transformaciones políticas, participación ciudadana y gobierno electrónico.
- Ciberculturas, nuevos actores sociales y transformaciones culturales.