

CONTENIDOS MÍNIMOS

.Qué es cultura

.Qué es comunicación

.Identidad e identidad cultural

.Diferentes formas de relación entre culturas

.Medios masivos, Cultura y globalización


2017

To. Au. So.

50/2 = 25
50/4 = 12.5

CONTENIDOS

Programa Oficial

UNIDAD 1. CULTURA, SOCIEDAD Y COMUNICACIÓN COMO PRODUCCIONES HUMANAS

El debate entre lo innato y lo adquirido, discusiones en torno de la relación naturaleza y cultura. La capacidad humana de construir el mundo. Capacidad simbólica. Lenguaje, sistemas de significación y modos de la comunicación (oral, escrita, gestual, icónica). Los procesos de significación y la dimensión semiótica de los fenómenos socioculturales. Los discursos como construcciones histórico-sociales entrelazadas en redes de significación. Condiciones de producción y condiciones de reconocimiento. Definición antropológica contemporánea de cultura. La diferencia con la concepción del sentido común. Características de la cultura como producción humana y del ser humano como construcción cultural.

UNIDAD 2. CULTURA Y COMUNICACIÓN EN LA VIDA COTIDIANA

Producción, circulación y consumo de significaciones en la vida social. Los procesos comunicacionales en tanto prácticas socioculturales: la dimensión comunicacional de las prácticas culturales y la inscripción cultural de los procesos comunicacionales. La comunicación como campo en el que se producen relaciones de poder. Los procesos de comunicación como espacios en los que se articulan y entran en conflicto distintas interpretaciones y significados acerca del mundo. Producción y distribución de bienes simbólicos en sociedades desiguales. Mecanismos de construcción de legitimidad en la cultura. La naturalización de los fenómenos sociales. ¿Cómo desnaturalizar? Historizar la cultura y la comunicación. Relaciones de poder en los procesos socioculturales: hegemonía, subalternidad y contrahegemonía. Producción cultural, consumo cultural e industrias culturales. Circuitos culturales y mercados de producción y consumo cultural. La disputa simbólica en su vínculo con la clase, el género, la edad, la etnia u otros elementos estructuradores de lo social. Experiencias de organización social con eje en la disputa simbólica.

UNIDAD 3. IDENTIDADES Y DIVERSIDAD CULTURAL

La identidad cultural como construcción. Identificaciones, pertenencias y agrupamientos. Prácticas, consumos culturales, ritualidades y dinámicas de socialidad presentes en los espacios de interacción social, mediante las que se sostienen y construyen identidades grupales. Diversidad en los anclajes identitarios. El tratamiento de la diversidad cultural: conceptos de etnocentrismo y relativismo cultural. La perspectiva intercultural. Reconocimiento mutuo y estrategias interculturales. Racismo y discriminación. Formas del racismo en América y en la Argentina. Diferentes tipos de discriminaciones y su definición en vínculo con las relaciones de poder. Discriminación y jóvenes. Consecuencias económicas, sociales y políticas de las discriminaciones. Los derechos culturales como derechos humanos. Luchas sociales de reconocimiento identitario y/o cultural.

contemporáneo del desarrollo de los procesos comunicacionales y los avances en las tecnologías de información. Los medios masivos de comunicación y su impacto en la reconfiguración de las prácticas socioculturales contemporáneas y sus dimensiones comunicacionales: redefinición de la esfera pública y de los espacios de intercambio y reconocimiento social, nuevos modos de interacción social, nuevas formas de participación, representación y mediatización de los procesos políticos y socioculturales, transformaciones en las representaciones del tiempo y el espacio, nuevos modos de producción y circulación del conocimiento. Desigualdades en la distribución de las tecnologías de información: posibilidades de acceso, conocimiento, uso y producción. Circuitos desiguales en los medios de comunicación: medios masivos y populares, medios hegemónicos, alternativos y contrahegemónicos. Formas de comunicación y expresión a través de la historia y por diferentes sectores sociales (ejemplificaciones en trabajadores, mujeres, estilos culturales juveniles, movimientos sociales, culturas originarias, grupos subalternos, entre otros posibles). Nuevas formas de comunicarse: cambios en los lenguajes y en las tecnologías.

UNIDAD 5. COMUNICACIÓN, MEDIOS MASIVOS Y CIUDADANÍA

Diferentes medios de comunicación: audiovisuales, gráficos, radiofónicos, multimediales, digitales. La construcción de la realidad a partir de los medios de comunicación. La selección de acontecimientos y procesos sociales para su visibilización y/o espectacularización mediática. La conformación de la denominada "opinión pública". Consecuencias en tanto producción de "realidad" y discursos de verdad. Consecuencias políticas e ideológicas. Medios de comunicación masivos y consumo: las estrategias publicitarias y el marketing. Etiquetamiento, estigmatización y discriminaciones a través de los medios de comunicación. Ciudadanía y derecho a la información y la comunicación. La concentración de la producción mediática y los multimediales. Regulación legal de los medios de comunicación. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual: Democratización de los Medios vs. Ley de la Dictadura.

✓
20/17

*Programa Respaldo de Contenidos,
en función del programa oficial
V. 19. T. 7.
2017*

CONTENIDOS-TIEMPO

PRIMER TRIMESTRE

Unidad I. Cultura, Sociedad y Comunicación como producciones humanas.

Cultura, Sociedad y Comunicación: conceptos e interacción. El debate entre lo innato y lo adquirido, discusiones en torno de la relación naturaleza y cultura. Capacidad simbólica. Modos de comunicación: oral, escrita, gestual e icónica). Los discursos como construcciones histórico-sociales.. Condiciones de producción y condiciones de reconocimiento. La concepción del sentido común. El ser humano como constructor social.

SEGUNDO TRIMESTRE

Unidad II. Cultura y comunicación en la vida cotidiana.

Producción, circulación y consumo de significaciones en la vida social. Los procesos comunicacionales en tanto prácticas socioculturales.. Los procesos de comunicación como espacios en los que se articulan y entran en conflicto distintas interpretaciones y significados acerca del mundo. Sociedades desiguales. Legitimización de cultura. Naturalización de fenómenos sociales. Relaciones de poder: hegemonía, contrahegemonía y subalternidad. Producción cultural, consumo cultural e industrias culturales.

Unidad III. Identidades y diversidad cultural.

La identidad cultural. Identificaciones, pertenencias y agrupamientos. Prácticas, consumos culturales, ritualidades y dinámicas. La diversidad cultural y su tratamiento. Etnocentrismo y relativismo cultural.. Estrategias interculturales. Racismo y discriminación. Sus formas en América y Argentina. Discriminación y jóvenes. Consecuencias de la discriminación.

TERCER TRIMESTRE

Unidad IV. Comunicación y tecnologías de la información en las sociedades contemporáneas.

Globalización económica, mundialización cultural y sociedad de la información como escenario contemporáneo del desarrollo de los procesos comunicacionales y los avances en las tecnologías de información. Los medios masivos de comunicación y su impacto en la reconfiguración de las prácticas socioculturales contemporáneas y sus dimensiones comunicacionales. Nuevos modos de interacción, participación, representación y mediatización político y sociocultural. Nuevas formas de comunicarse.

Unidad V. Comunicación, Medios Masivos y Ciudadanía.

Diferentes medios de comunicación. La construcción de la realidad a partir de ellos. La opinión pública. Medios masivos y consumo. Publicidad y Marketing. Etiquetamiento, estigmatización y discriminación. La concentración de los medios y los multimedios.

*✓ 2017
2017*