



FICHA DOCENTE
Curso 2013-2014

Datos generales

Título de la asignatura: **IDENTIDAD, CULTURA Y COMUNICACIÓN**

Carácter: Básico

Módulo: Módulo Teórico-Methodológico

Materia: Sociedad de la información y del conocimiento

Créditos/ECTS: 4,5

Duración: Primer cuatrimestre

Horas presenciales semanales: 2.30

Docente/s: **ELENA CASADO APARICIO Y RUBÉN BLANCO MERLO**

Programa

Breve descriptor:

Análisis de las dinámicas y formas de articulación entre comunicación, identidad y cultura en el entorno socio-tecnológico contemporáneo: herramientas conceptuales y esferas prácticas

Requisitos:

Los generales del Master

Objetivos:

- Adquirir herramientas conceptuales para el análisis de las articulaciones contemporáneas entre comunicación, identidad y cultura
- Analizar el impacto de las transformaciones en marcha en ámbitos específicos: instituciones educativas, ONGs, relaciones íntimo-afectivas...
- Contextualizar la centralidad de las prácticas comunicativas en la era del informacionalismo y la globalización, con particular atención a los procesos de subjetivación.

Contenidos temáticos:

Los contenidos del curso se articulan en torno a 3 bloques temáticos:

1. Comunicación, información y cultura: de los singulares a las prácticas
2. Análisis e Implicaciones de las transformaciones en marcha
3. Atendiendo a las prácticas (comunicativas, culturales y de subjetivación) cotidianas: hacia una sociología de lo ordinario

Actividades (método) docentes:

Cada sesión se iniciará con una provocación textual o audiovisual sobre la que el/la estudiante tendrá entre 5-10 minutos para expresar en el formato que considere (párrafo, guión, mapa conceptual, dibujo...) lo que le sugiere en relación con los tres términos rectores de la asignatura: comunicación, cultura e identidad. Con los materiales producidos y de manera colaborativa se plantearán las líneas de controversia que se irán articulando con las palabras clave de cada sesión y los materiales previamente trabajados para ella. En la última



parte de la sesión se presentarán los recursos complementarios (artículos, conferencias, vídeos, etc.), visibilizándose los criterios para su selección y orientando así el trabajo futuro del estudiante. Tras cada sesión, cada estudiante resumirá las ideas claves en cinco líneas máximo que, de nuevo, se pondrán en común en formato digital para continuar el diálogo y fijar los contenidos.

Criterios y métodos de Evaluación:

Los criterios de evaluación son la adecuada comprensión de las perspectivas y conceptos y su manejo práctico en el análisis de lo social. Para ello se valorará:

- La preparación previa y comprensión de los textos
- La participación en el desarrollo de las sesiones
- La calidad de las intervenciones a lo largo del curso
- La capacidad de aplicación práctica de las perspectivas y conceptos

La calificación será resultado de:

- La valoración de la preparación de las sesiones del curso y la participación en ellas
- La elaboración en grupo de un trabajo autorizado
- Elaboración de un resumen individual realizado en un máximo de 3 'tuits' (140 caracteres por 'tuit') de cada una de las sesiones impartidas durante el curso.
- Elaboración de dos breves trabajos individuales (el primero de ellos a primeros de diciembre y con una extensión de 500 palabras; y el segundo a finales de enero y con una extensión de 1000 palabras) basados y desarrollados a partir de los resúmenes individuales anteriormente descritos.

Bibliografía:

- Abril Curto, G. (2007). "La información como formación cultural", *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, n. 12 (pp. 59-74).
- Althusser, L. (1997). *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Austin, J.L. (1982). *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona: Paidós.
- Barthes, R. (1983). *Mitologías*. Madrid: Siglo XXI.
- Baudrillard, J. (1985). "El éxtasis de comunicación", en H. Foster (coord.), *La postmodernidad*. Barcelona: Kairós.
- Bourdieu, P. (1991). *El sentido práctico*. Madrid, Taurus.
- Butler, J. (2007). "Sobre la vulnerabilidad lingüística", *Feminaria*, n. 30-31.
- Carey, J. (1989) *Culture as Communication*. Boston: Unwin Hyman.
- Chang, B. (1996). *Deconstructing communication: Representation, Subject and Economies of Exchange*. Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Curran, J.; Morley, M; Walkerdine, L. (comp.) (1998). *Estudios culturales y comunicación: análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el postmodernismo*. Barcelona: Paidós.
- Foucault, M. (1995). "El sujeto y el poder", en O. Terán (comp.), *Discurso, poder y subjetividad*. Buenos Aires: Ediciones al cielo por asalto.



- Goffman, E. (1981). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Hall, S. (1997). "El trabajo de la representación", en S. Hall (ed.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London, Sage (pp. 13-74). (Trad. en <http://www.cholonautas.edu.pe/modulos/biblioteca2.php?IdDocumento=0389>)
- Horkheimer, M. y Adorno T. (1988). "La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas", en *Dialéctica del iluminismo*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Lakoff, G. y Johnson, M. (1986). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra.
- Lash, S. (2005). *Crítica de la información*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Laswell, H. D. (1985). "Estructura y función de la comunicación en la sociedad", en Moragas Spá, *Sociología de la comunicación de masas*. Tomo II. Barcelona: Gustavo Gili.
- Latour, B. (1983). "Give Me a Laboratory and I will Raise the World", en K. Knorr-Cetina y M. Mulkay (eds.), *Science Observed: Perspectives on the Social Study of Science*, Londres: Sage (pp. 141-170). (Trad. en <http://www.campus-oei.org/cts/latour.htm>).
- Law, John (1991). *A Sociology of Monsters: Essays on Power, Technology and Domination*. New York: Routledge.
- Maigret, E. (2005). *Sociología de la comunicación y de los medios*. Colombia: FCE.
- Martín-Barbero, J. (2008). "Políticas de la comunicación y la cultura: claves de la investigación", *Documentos CIDOB. Dinámicas interculturales*, n. 11.
- Martinez de Albeniz, I. (2005). "Usar la palabra política en vano. Blasfemia, parodia e ironía como reapropiaciones de lo político", *Foro Interno*, n.5 (pp. 13-35).
- Mattelart, A. & Mattelart, M. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Simmel G. (2005). "La metrópolis y la vida mental". *Bifurcaciones: revista de estudios culturales urbanos*, n. 4.
- Thompson, J.B (1988). *Los medios y la modernidad*. Barcelona, Paidós.
- Vizer, E. A. (2003). *La trama (in)visible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Voloshinov, V.N. (1992). *El marxismo y la filosofía del lenguaje (los principales problemas del método sociológico en la ciencia del lenguaje)*. Madrid: Alianza.
- White, H. (1992). *El contenido de la forma: narrativa, discurso y representación histórica*. Barcelona: Paidós.
- Wolton, D. (1999), "La comunicación en el centro de la modernidad. Un debate teórico fundamental", en *Internet, ¿y después?: una teoría crítica de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Gedisa. pp. 35-67.

Idioma en el que se imparte:

Castellano. No obstante, algunos textos podrán ser en inglés.

Otra información relevante:



en Análisis Sociocultural del Conocimiento y la Comunicación

D
a V y Periodismo III
Facultades de Ciencias Políticas y Sociología y
Ciencias de la Información
Universidad Complutense de Madrid