



Áreas temáticas

Para una mejor organización de las Jornadas las ponencias serán ordenadas por objeto de estudio, de esta manera se busca que diferentes enfoques sobre iguales objetos dialoguen entre sí. La lista que sigue corresponde a las áreas temáticas sugeridas.

1- ECONOMÍA Y POLÍTICAS DE LA COMUNICACIÓN.

Desarrollo de los medios masivos en diferentes contextos políticos y socioeconómicos. Estructuras de propiedad de los medios de comunicación. Concepciones acerca del rol del Estado y el mercado. Políticas públicas de la comunicación. Interacción entre innovación tecnológica, marcos normativo-legales y estrategias competitivas de los operadores en el ámbito de la globalización. Debates del derecho de la comunicación. Democratización de las comunicaciones: servicio público, acceso y participación.

2- DISCURSOS, LENGUAJES, TEXTOS.

Configuraciones textuales en los niveles retórico, temático y enunciativo. Nuevas clasificaciones de los discursos y lenguajes: especificidades, intersecciones y diferencias. Abordajes sobre los desfases entre instancias de generación e instancias de apropiación de los discursos. Semiología de las prácticas sociales.

3- COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

Estrategias de comunicación en organizaciones del sector público, privado y comunitario. Cultura e identidad organizacional. Diagnóstico comunicacional; análisis sincrónico y diacrónico de casos; comunicación institucional interna; comunicación institucional externa. Planificación de imagen corporativa, marketing y campañas publicitarias. Diseño de planes de comunicación de crisis. La comunicación de organizaciones políticas: propaganda electoral y marketing político.



4- ARTE Y COMUNICACIÓN

La interacción comunicacional en los fenómenos de producción y consumo de las diferentes manifestaciones artísticas. El arte y los fenómenos culturales y políticos. Los medios de producción y reproducción de las obras frente a los desafíos tecnológicos. Las capacidades expresivas a través de la apropiación de diferentes dispositivos. Transposición de géneros y estilos en diferentes soportes. Las vanguardias estéticas y las industrias culturales. Conformación de los campos artísticos.

5. COMUNICACIÓN / EDUCACIÓN

Intersecciones entre los campos de la comunicación y la educación. La dimensión educativa de los fenómenos comunicativos. Los medios en la educación. Vinculación con las nuevas tecnologías. La educación en entornos virtuales. Las problemáticas pedagógicas que implican cambios en el lenguaje. Nuevos imaginarios y prácticas educativas en los sistemas formal y no formal.

6- PRÁCTICAS DE PRODUCCIÓN, CONSUMO Y USOS MEDIÁTICOS.

Modificaciones en los lenguajes mediáticos y sus repercusiones en las gramáticas de reconocimiento de las audiencias. Estudios de consumo y usos de los géneros mediáticos masivos. Prácticas hegemónicas y alternativas en los medios. Rutinas productivas, criterios de noticiabilidad y construcción de agenda. Sociología de los medios.

7- CIUDAD, IMAGINARIOS URBANOS Y ESPACIO PÚBLICO

Las materialidades significantes de las ciudades: sus prácticas, sus espacios y estructuras. Imaginarios urbanos. La dimensión expresiva de la arquitectura. Territorios: lo local y lo global. Lo tecnológico-instrumental y la racionalización urbana



moderna. Espacio público: representaciones, lógicas, usos y cambios. Ambientes y desarrollo sustentable.

8- TEORÍAS Y METODOLOGÍAS DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN.

El estatuto científico de la comunicación y sus debates teóricos y epistemológicos. Consideraciones sobre métodos y metodologías. Técnicas e instrumentos de relevamiento / construcción de datos. Estrategias o procedimientos para el análisis de datos. Contextos de producción de conocimiento. Obstáculos y desafíos de las investigaciones en comunicación. El poder, el saber y sus dispositivos en el campo académico de la comunicación.

9- SUJETOS, IDENTIDADES Y CULTURAS

La construcción imaginaria de la sociedad. Sujetos e identidades sociales. La producción de subjetividades y la dimensión simbólica de las culturas. Sistemas de creencias en las culturas populares. La construcción social de la hegemonía: lo dominante, lo residual y lo emergente.

10- TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

Usos y sentidos de las diferentes tecnologías de la comunicación, sus efectos sociales y culturales. Innovaciones y experiencias sensoriales. Lo tecnológico en las diferentes prácticas sociales y políticas. Apropiaciones y resignificaciones de los dispositivos técnicos y las prácticas sociales contextualizadas.

11- HISTORIA, MEMORIA Y COMUNICACIÓN

Historia de los medios: tecnologías de comunicación y tecnologías de memoria. La memoria como producción social de sentidos sobre el pasado. Los medios como



vectores de la memoria. El rol del testimonio en la construcción de la memoria colectiva: alcances y limitaciones.

Debates y problemas de la “transmisión”. Análisis de narrativas historiográficas sobre el pasado. Historia y representaciones ficcionales. Memorias en conflicto. El Estado, los medios y la gestión del pasado. La divulgación histórica.

12- PRÁCTICAS COMUNITARIAS Y EXPERIENCIAS COLECTIVAS DE COMUNICACIÓN

La comunicación en organizaciones sociales y populares. Movimientos sociales. Organizaciones de la sociedad civil Investigaciones y experiencias desde la comunicación popular y alternativa. Comunicación para el desarrollo y comunicación para el cambio social. Proyectos de intervención social desde la comunicación. El lugar de la extensión universitaria.