

PROGRAMA de COMUNICACIÓN, CULTURA Y SOCIEDAD.

5ª año - Orientación Ciencias Sociales.

Ciclo Lectivo 2014

Unidad 1. CULTURA, SOCIEDAD Y COMUNICACIÓN COMO PRODUCCIONES HUMANAS

La cultura como creación humana. Naturaleza y cultura, lo innato y lo adquirido. Capacidad simbólica. Lenguaje y sistemas de significación Modos de comunicación. Significación y teoría del signo. Significación y discursos. Condiciones de producción y condiciones de reconocimiento. Definición antropológica contemporánea de cultura.

Unidad 2. CULTURA Y COMUNICACIÓN EN LA VIDA COTIDIANA

Producción, circulación y consumo de significaciones. Desigualdad, legitimidad y naturalización de los fenómenos sociales. . Producción y distribución de bienes simbólicos. Mecanismos de construcción de legitimidad en la cultura. La naturalización de los fenómenos sociales Relaciones de poder en los procesos socioculturales. Producción cultural, consumo cultural e industrias culturales. La disputa simbólica en su vínculo con la clase, el género, la edad, la etnia.

Unidad 3. IDENTIDADES Y DIVERSIDAD CULTURAL

La identidad cultural como construcción. Identificaciones, pertenencias y agrupamientos. Diversidad en los anclajes identitarios. El tratamiento de la diversidad cultural: etnocentrismo y relativismo cultural. La perspectiva intercultural. Discriminación. Diferentes tipos de discriminaciones. Los derechos culturales como derechos humanos.

Unidad 4. COMUNICACIÓN Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN LAS SOCIEDADES CONTEMPORÁNEAS

Globalización económica, mundialización cultural y sociedad de la información. Los medios y las prácticas socioculturales. La redefinición de la esfera pública y de los espacios de intercambio. Nuevos modos de interacción social y de participación. Desigualdades en la distribución de las tecnologías de información. Circuitos en los medios de comunicación. Nuevas formas de comunicarse.

Unidad 5. COMUNICACIÓN, MEDIOS MASIVOS Y CIUDADANÍA

Los diferentes medios de comunicación. Los medios y la construcción de la realidad. La "opinión pública". Medios de comunicación masivos y consumo: estrategias publicitarias y marketing. Etiquetamiento, estigmatización y discriminaciones a través de los medios de comunicación. Ciudadanía y derecho a la información. La concentración de la producción mediática y los multimedia. Regulación legal de los medios de comunicación.