



**XXº CONGRESO DE REDCOM
PRIMER CONGRESO
LATINOAMERICANO DE
COMUNICACIÓN DE LA UNVM
"Comunicaciones, poderes
y tecnologías:
de territorios locales a
territorios globales"**



**Universidad
Nacional
Villa María**

**Instituto Académico
Pedagógico de Ciencias
Sociales**



SEGUNDA CIRCULAR

**3, 4, y 5 de octubre de 2018,
Campus Universidad Nacional de Villa María.**

Objetivos

- Integrar a los debates acerca del campo disciplinar, profesional, institucional y político – social de la Comunicación desde la perspectiva latinoamericana.
- Profundizar cada dimensión temática de la comunicación a través de la diversificación de medios para su expresión.
- Enraizar las problemáticas comunicacionales en los territorios locales y proyectarlas a los territorios globales.
- Celebrar los veinte años de la Red como diálogo entre universidades y construcción de la comunicación como derecho humano.
- Afianzar la identidad histórica universidad pública argentina desde su dimensión política, participativa e inclusiva.

Fundamentación

El estudio de la comunicación en América Latina, fiel reflejo de las diversidades territoriales, culturales e históricas, pero a la vez de las vinculaciones generadas por un sustrato común de luchas contra las desigualdades, fue construido por sus principales referentes intelectuales desde la hibridación y las mediaciones. Del análisis de las mediaciones a las transmediaciones, de la hibridez cultural a la cultura de la conectividad, de la comunicación mediática a la autocomunicación de masas, de los territorios locales a los entornos digitales de la globalización, la comunicación ha recibido en la academia latinoamericana y argentina el impulso de las transformaciones que produjeron las nuevas tecnologías con el cambio de siglo, siendo las carreras de comunicación uno de los ámbitos de mayor discusión sobre los conflictos originados por la disputa por el sentido, que así como ayer sigue manifestando la disputa por el poder.

En este marco del siglo XXI, la historia argentina rememora los 100 años de la Reforma Universitaria, que permitió el triunfo de las primeras libertades que impactaron desde la provincia de Córdoba a todo el sistema universitario nacional y latinoamericano. De la lucha por las libertades que faltaban, las últimas décadas nos recuerdan la creación de una red de carreras de Comunicación Social y Periodismo que se propone promover la mejora continua de la calidad de la enseñanza en el propio campo.

A 20 años de creación de la REDCOM, la Universidad Nacional de Villa María convoca, en paralelo con el Primer Congreso Latinoamericano de Comunicación en esta ciudad del interior del interior argentino, a investigadoras e investigadores, docentes, estudiantes y profesionales de la Comunicación y de disciplinas afines a participar del XX° Congreso REDCOM 2018, con el fin de celebrar las libertades, continuar con las luchas y defender la comunicación como derecho humano.

Fechas importantes

1° Inscripción y envío de resúmenes (hasta 300 palabras)

Plazo: 21 de mayo hasta 27 de julio

Formulario: <https://goo.gl/forms/Vv7UXCrkQEMeITmC3>

Nota: no recibirá notificación por el envío del formulario

2° Comunicación de aceptación de resúmenes

Plazo: 2 de agosto hasta 15 de agosto

Recibirá un correo de esta dirección:

congresoredcom@sociales.unvm.edu.ar

3° Pago de aranceles

Luego de recibir la notificación de aprobación del resumen, podrá abonar el arancel respectivo de la siguiente manera:

- CTA.CTE. en Pesos a nombre de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE VILLA MARÍA
- CUIT: 30-66938712-8
- BANCO DE LA NACION ARGENTINA
- CBU: 0110564320056400710418
- CTA: 38105640071041

Realizado el pago enviar el comprobante por mail

congresoredcom@sociales.unvm.edu.ar

o entregarlo en el momento de la acreditación

4° Envío de trabajos completos (ponencias /producciones):

Plazo: 15 de agosto hasta 31 de agosto

Los datos para el envío de trabajos completos (ponencias /producciones) serán comunicados en la 3° Circular

Aranceles

- EXPOSITORES DOCENTES INVESTIGADORES de carreras pertenecientes a la REDCOM: \$ 400
- EXPOSITORES ESTUDIANTES de carreras pertenecientes a la REDCOM: \$ 250
- EXPOSITORES DOCENTES INVESTIGADORES: \$ 500
- EXPOSITORES ESTUDIANTES: \$ 350
- ASISTENTES: Sin costo

Certificaciones

Para obtener el certificado como “Expositor / Expositora”:

- Completar el formulario de inscripción on line
- Abonar el arancel correspondiente
- Acreditar asistencia durante el Congreso.

Para los certificados de Asistencia:

- Completar el formulario de inscripción on line
- Acreditar asistencia durante el Congreso.

Ejes y formatos

En esta edición se prevé la posibilidad de participar en cada uno de los ejes temáticos a través de diferentes formatos:

Ponencias	<ul style="list-style-type: none">• Avances /resultados de investigación• Experiencias metodológicas / pedagógicas / buenas prácticas• Abordajes institucionales e Interdisciplinarios
Producción	<ul style="list-style-type: none">• Gráfica• Radiofónica• Audiovisual• Trans / Multimedial

Se prevé hasta tres (3) autores por cada trabajo, cada cual deberá realizar su inscripción *on line* consignando el mismo título e igual resumen. Los resúmenes, que podrán contener hasta trescientas (300) palabras, deberán sintetizar el tema, la problemática abordada, objetivos /propósitos, encuadre teórico – metodológico - técnico y anticipo de logros /resultados.

- a. Para la publicación de **trabajos COMPLETOS** en formato ponencias, deberá:
 - Tener aprobado el resumen
 - Haber abonado el arancel correspondiente
 - Enviar el trabajo completo en los plazos estipulados (Más información en Tercera Circular)
- b. Para la publicación de **producciones**, deberá:
 - Tener aprobado el resumen / sinopsis
 - Haber abonado el arancel correspondiente
 - Enviar el link de la producción en los plazos estipulados (Más información en Tercera Circular)

1. Epistemologías, teorías y metodologías de la comunicación

En relación con el eje temático “Epistemologías, teorías y metodologías de la comunicación” proponemos analizar las prácticas de investigación en nuestro campo, caracterizado históricamente -y aun hoy- por su complejo diálogo con otras disciplinas.

Este entramado de conocimientos académicos ha sido determinado por contingencias socio históricas así como por definiciones institucionales. Se constituyen así las condiciones de producción de investigadoras e investigadores en nuestro territorio.

En un contexto de creciente producción y circulación académica emerge la necesidad de reflexionar sobre productos y procesos de investigación en comunicación, a fin de visualizar los sentidos y las cosmovisiones que sustentan los andamiajes conceptuales y metodológicos.

La “productividad” como un factor de permanencia y reconocimiento en el campo de la producción académica de conocimiento institucionalizada e hiper burocratizada impone estándares de eficiencia en la circulación de productos de investigación. En este aspecto, sería interesante desnaturalizar estos mecanismos para visualizar las huellas u orientaciones que imponen a la producción de conocimiento en comunicación.

La consolidación de Epistemologías del Sur, cada vez más difundidas en nuestras instituciones, nos permiten abordar fenómenos comunicacionales desde las complejas particularidades de nuestras realidades y generar conceptualizaciones que aspiren a disputar los sentidos hegemónicos dentro de nuestro campo.

A su vez, los avances tecnológicos generan nuevas y significativas mediaciones que reconfiguran los procesos comunicacionales, creando posibilidades de vinculación con múltiples actores.

La vertiginosidad de las transformaciones sociales y tecnológicas pone en tensión las diversas tradiciones teóricas y obliga a la revisión conceptual y metodológica. Pero esta tarea no puede solamente pensarse en términos de una “actualización” o “aggiornamiento” sino que exige, por el contrario, una reflexión epistemológica respecto de las limitaciones y desafíos que la coyuntura actual presenta para el ejercicio crítico

¿Es posible dar cuenta de los procesos actuales sin disponer de una reflexión capaz de operar un distanciamiento respecto de los modos dominantes de pensamiento, sus condiciones materiales y sus formas hegemónicas? ¿Cuáles son las posibilidades y obstáculos para el pensamiento crítico en esta coyuntura? ¿Y cuáles las armas de la crítica?

Teniendo en cuenta esto, proponemos estos ejes como un marco amplio para potenciar el debate sobre la construcción de abordajes propios de la comunicación, nuestras producciones y trabajos que interpelen la práctica de investigación en su especificidad disciplinar.

2. Comunicación, educación y escenarios profesionales

El eje Comunicación/Educación propone un espacio de intercambio de saberes y experiencias de investigación e intervención en torno a la concepción de la comunicación como proceso dialógico, de construcción colectiva, participación y puesta en común. Este

eje pretende retomar el debate teórico de los principales referentes del campo y actualizarlo a la luz de las nuevas contribuciones que introdujeron las tecnologías de la información y la comunicación en las sociedades de la información y del conocimiento en las que nos encontramos insertos.

Un debate que no se agota en el uso de aquellas, sino en las maneras de construir nuevos conocimientos, de contribuir a una mayor socialización de los saberes, abriendo oportunidades de aprendizajes colaborativos pero también disruptivos que rompen los paradigmas tradicionales e invitan a un debate profundo sobre las prácticas comunicacionales y educativas a desplegar.

Estos nuevos escenarios dejan en evidencia realidades y tensiones propias de la diversidad de contextos en los que se aplican las políticas públicas de inclusión o exclusión y donde la actuación profesional requerirá desplegar diversas competencias afines a los desafíos del S.XXI.

El grupo de trabajo Comunicación/Educación invita a todos y todas a participar acercando problematizaciones, relatos de experiencias e intervenciones sobre los siguientes ejes temáticos

- Prácticas comunicacionales en contextos educativos formales y no formales
- Tecnologías digitales y aprendizaje
- Infancias, jóvenes, medios masivos y tecnologías digitales
- Políticas públicas, educación y comunicación
- Formación de grado y posgrado en Comunicación y Educación
- La comunicación en museos y espacios para la memoria como lugares educativos
- Comunicación y Educación en territorio: contextos urbanos y rurales
- Comunicación-Educación en la SI y la SC.

3. Comunicación popular y comunitaria

Los entornos digitales ponen en tensión las viejas y tradicionales lógicas y estrategias de Comunicación Popular y Comunitaria, ligadas a las interacciones concretas, directas o mediadas por los medios de comunicación convencionales. También ponen en jaque la idea tradicional de “comunidad”.

Este nuevo escenario nos plantea una serie de interrogantes y desafíos que tenemos por delante quienes intentamos gestionar, analizar y articular procesos de comunicación participativa y comunitaria.

A su vez, la irrupción de las redes sociales generó un cambio cultural: nuevas formas de consumo, información, lectura, miradas, participación, convocatorias, nuevos movimientos u organizaciones, nuevas modalidades de comunidad, de entender los territorios, la difusión de mensajes, la idea de masividad, vínculos y las interacciones, etc. Lo cual nos desafía a repensar el campo y nuestras prácticas.

¿Cómo se está pensando este aggiornamento en sus gestiones? ¿Cuáles son sus límites y sus impactos?

¿En qué medida desde la academia, estamos incorporando estos nuevos conocimientos y recursos comunicacionales en nuestras investigaciones y currículas aplicadas a las prácticas liberadoras y a generar nuevos conocimientos?

Simultáneamente, los medios convencionales (radio, televisión y gráfica) siguen siendo espacios de expresión y disputa de sentidos para diversos movimientos, organizaciones, comunidades que luchan en pos de revertir históricos y contemporáneos silenciamientos. En ese marco, en el eje Comunicación Popular y Comunitaria se recibirán reflexiones y aportes sobre estas diversas experiencias, los desafíos que enfrentan, las transformaciones que atraviesan, como así también sobre los métodos, herramientas y técnicas para la intervención en la producción de conocimientos y de prácticas de investigación que aporten a los procesos de discusión, lucha y transformación de lo social.

4. Economía y Políticas de comunicación

Ya que la Economía es una Ciencia Social, cuyo objeto de estudio son las conductas económicas de la sociedad y del sistema económico, el eje Propone una reflexión sobre el surgimiento de la Industria Cultural que representa una victoria de la cultura popular y el de los grandes Medios de comunicación de masas. Que han contado para los procesos de transnacionalización y concentración con el soporte de la nueva Tecnología de la Comunicación y la Información (Tics) responsables de una transformación. Invitamos entonces a realizar un análisis económico de esas actividades contextualizadas en una economía mundial y regional, sin Fronteras.

Propiciamos una Reflexión crítica acerca de los factores económicos que influyen en el funcionamiento de los sistemas de comunicación, donde diferenciación, segmentación, homogeneización y masificación se complementan articulados por internet y los medios masivos de comunicación.

Proponemos, que se analice la dinámica existente entre la Relación Económica y los flujos de la Información.

Este Grupo de trabajo propone reflexionar respecto al rol del Estado actual de los procesos de concentración de Info industria.

Por último invitamos a reflexionar sobre el rol y status de los individuos que fluyen con muy pocas trabas atravesando las fronteras nacionales que junto con los Irreversibles efectos de la tecnología conforman una de las fuerzas más importantes que dan forma a la economía mundial.

5. Comunicación, ética, legislación y política

Esta mesa apunta a convertirse en un ámbito para la difusión y el conocimiento de trabajos científicos que hunden sus raíces en la comunicación entendida como derecho humano inalienable y que interpela al comunicador y al periodista en tanto actores fundamentales para el ejercicio de ese derecho, con la responsabilidad que esta situación lleva consigo.

Un espacio para el intercambio y la reflexión, pero también para el debate y el análisis en perspectiva, a partir de la complejidad propia de este objeto de estudio. Se apunta a dar cabida al valor indispensable de la información y de la comunicación para la configuración de un estado democrático, y su incidencia en la evolución y transformaciones sociales, a partir de aspectos vinculados con lo económico y político.

Se propone que la reflexión alcance tanto a desarrollos teóricos, como a los procesos de investigación y las prácticas propias de este campo, y la relación que existe entre las dimensiones de la comunicación, la ética, la legislación y la política, análisis que se hace cada vez más necesario.

La mesa contempla, por lo tanto, la presentación de ponencias que atañen a los campos de la legislación de la comunicación, el derecho a la información, la libertad de expresión, la regulación de los sistemas mediáticos, la ética periodística y comunicacional, la comunicación política en sus formas gubernamentales y electorales, incluyendo las dimensiones de la participación ciudadana y las reflexiones en relación a las transformaciones tecnológicas de la dinámica político-comunicacional.

6. Medios y prácticas periodísticas

Vivimos en una época de continuos cambios políticos, económicos, sociales, culturales y sobre todo tecnológicos, que van transformando el modo de ser y de actuar de los sujetos en la sociedad. Y en este marco, los medios de comunicación van ocupando un espacio cada vez más importante en la vida social. Tanto es así, que los medios han ido ampliando vertiginosamente su tradicional función informativa y de entretenimiento para tomar un rol indiscutido en el proceso de socialización, al aportar nuevas formas de interacción entre los actores sociales. En las últimas décadas del siglo pasado y, especialmente en las primeras de este nuevo milenio, es posible observar que tanto los medios de comunicación, así como las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) adquieren una creciente trascendencia y complejidad, tanto que podemos hablar de sociedades mediatizadas.

En relación a esto, puede decirse que, si bien los medios de comunicación tradicionales gozan de una amplia difusión en la sociedad desde hace ya mucho tiempo, suele discutirse ese status en relación a los nuevos medios de comunicación. No obstante creemos que tanto los medios emergentes -como el caso de las cooperativas, por ejemplo-, como las redes de telecomunicaciones interactivas globales –como Internet y/o las redes sociales-, son utilizados cada vez por más individuos y grupos de distintas extracciones sociales que se incorporan así a este nuevo proceso.

Es crucial entonces, el estudio de los discursos de estos nuevos medios y de aquellos que los antecedieron, las prácticas periodísticas que los conforman, los soportes materiales que los sustentan y los heterogéneos públicos que los consumen. En nuestro país, podemos abordar este desafío desde múltiples miradas, una de las cuales es la necesaria implementación de una legislación consensuada entre los distintos sectores sociales, que recupere el concepto ya enunciado en la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual sobre la “información” como un derecho humano básico y no como una mera mercancía, además de incluir en su contenido la presencia de estos nuevos dispositivos tecnológicos de comunicación y su modo de funcionamiento, sumado a la tarea pendiente de dilucidar la encrucijada del real financiamiento de los medios alternativos en pos de la democratización de la sociedad.

7. Comunicación, historia, memoria y derechos humanos

A partir de tensiones y acercamientos entre diferentes campos como lo son la Comunicación y la Historia, se producen aportes y líneas de investigación que alimentan la construcción de la identidad, a partir del respeto y la reivindicación de la memoria como una construcción colectiva que prioriza en toda circunstancia el contexto y los valores por los Derechos Humanos.

Esta mesa se propone problematizar, reflexionar y debatir la temática de la Historia, la Memoria y los Derechos Humanos a partir de un eje transversal, el de las Ciencias de la Comunicación.

Desde la Historia, con el aporte al estudio del contexto, su tiempo, los actores, y los diferentes cambios y continuidades de los diversos soportes de producción, se intenta propiciar el debate y la reflexión en torno a aportes teóricos y epistemológicos en la construcción de la Memoria, para valorizar el respeto a los Derechos Humanos, en una íntima relación de esta memoria colectiva con el proceso histórico al cual remite.

La frontera entre todas estas disciplinas y temáticas, no siempre están bien demarcadas y es donde los trabajos de investigación a partir de sus aportes, deben contribuir a no interpretar la realidad de manera fragmentaria o disociada.

Así, Historia, Memoria y Derechos Humanos se amalgaman en esta mesa como disparadores de presentes y futuros trabajos que enriquezcan a las Ciencias Sociales a partir de la transversalidad de la comunicación.

8. Comunicación, género y diversidades sexuales

Se propone un ámbito de análisis y debate de la articulación de los campos de Comunicación y Género desde diversas perspectivas.

Generar debates acerca de las categorías de emancipación y empoderamiento desde los feminismos, masculinidades disidentes y hegemónicas.

Los trabajos podrán ser tanto resultado de investigaciones, informes parciales de proyectos en ejecución o reflexiones teóricas vinculadas con la temática.

Algunas consideraciones que fundamentan esta mesa:

Develar la imagen estereotipada de la mujer que se difunde, el aumento significativo de las imágenes que perpetúan la violencia contra las mujeres y la falta de acceso de ésta a la expresión y a la toma de decisiones en y a través de los medios.

La presencia femenina en los medios de comunicación ha crecido notablemente. Sin embargo, ello no ha significado un cambio fundamental en el contenido y enfoque de la información que se transmite. La construcción social de estereotipos como construcciones sociales de la realidad que son ideológicas y por lo tanto tienen consecuencias sobre la propia realidad social. Se continúa ofreciendo una imagen que refuerza los valores dominantes y favorece los prejuicios sexistas.

Analizar la participación de la mujer en los medios considerando que su realidad sigue siendo poco contada y cuando se cuenta es desde una visión androcéntrica del mundo.

Discutir sobre la necesidad de la difusión de una imagen más realista de las mujeres en las reproducciones que hacen los medios. Alentando la creación y la utilización de imágenes no estereotipadas, equilibradas y diversas de la mujer.

Promover desde el debate la incorporación de la perspectiva de género en la formación de los comunicadores, con el fin de que como profesionales sean capaces de seleccionar las prioridades del acontecer social, considerando en igualdad la participación de mujeres

y hombres. Con esa formación, los futuros profesionales estarán en posibilidades de integrar en su trabajo diario códigos éticos contrarios a la discriminación, a los estereotipos de género y a todo aquello que contribuya a no reconocer la participación de la mujer en la sociedad.

Otra variable a tomar en cuenta es que en América Latina hay un mayor número de mujeres estudiando periodismo y comunicación, sin embargo el acceso al mundo laboral no se corresponde proporcionalmente a la tendencia ascendente de licenciadas que las universidades forman.

Considerar la formulación de guías de buenas prácticas en comunicación para indagar, reconocer, visibilizar y sensibilizar sobre las diversidades sexuales.

9. Comunicación y salud

Los/as profesionales, investigadores/as y docentes, hoy nos encontramos con una buena cantidad de experiencias concretas, sistematizadas en documentos/publicaciones, que cruzan los campos de comunicación y salud. Además, se suman reflexiones que vienen de la investigación y el análisis crítico, enriqueciendo las prácticas, sumando nuevos aportes a un campo que ya dejó de ser periférico, para instalarse como práctica profesional para los/as comunicadores/as. Pensar la salud como una práctica social de intercambios simbólicos de saberes y poderes, que se producen en procesos dinámicos, complejos y colectivos; nos convoca a reflexionar sobre su dimensión social y pública. En ese marco, la comunicación se convierte en una estrategia política de transformación sanitaria y cultural; con capacidad para modificar/mejorar/optimizar la cultura organizacional de las instituciones de salud, crear y re-crear otros sentidos posibles, potenciar las interacciones entre trabajadores de la salud y la ciudadanía y favorecer el ejercicio del derecho a la salud de las diferentes comunidades. Ejes de trabajo:

- Dinámica comunicacional en la construcción social (de problemáticas) de la salud. La investigación en comunicación y salud: de los abordajes conceptuales a los saberes prácticos. Comunicación, enfermedades y determinantes sociales en salud.
- Medios de comunicación y nuevas tecnologías: ¿nuevas mediaciones en salud? Des/articulación entre discursos privados y públicos de salud. Campañas para la promoción integral de la salud. La comunicación comunitaria como construcción dialógica en salud.
- Movimientos sociales, comunicación y reconfiguración de temas de salud. Estrategias comunicacionales de los/as ciudadanos/as en políticas y acciones de salud. Prácticas de comunicación en salud desde el territorio. Comunicación y conflicto socioambiental.
- Políticas sanitarias y la gestión de la comunicación. La planificación estratégica de la comunicación en hospitales. Comunicación interpersonal y relación médico/paciente, Abordajes interculturales en la atención primaria de la salud y para la construcción de políticas públicas.

10. Comunicación, participación y seguridad ciudadana

La centralidad que adquieren en la sociedad contemporánea los procesos, prácticas y actores vinculados a la comunicación social despierta el interés académico por abordar a

la seguridad/inseguridad como efecto mediático. La noticia policial, elemento constitutivo de la prensa de masas y articuladora de sentidos con variados usos políticos, interpela hoy a los poderes sin perder su capacidad de ser, al mismo tiempo, manifestación de particulares condiciones socio-históricas y fundamento de debates que incluso tensan la cuerda entre posiciones maniqueas. La interdisciplinariedad que caracteriza al campo académico de la comunicación suma riqueza en los análisis y así confluyen diversas perspectivas que ensayan respuestas a las preguntas sobre los motivos de la violencia y el delito pero también sobre la injusticia y la impunidad.

La mesa se propone recibir trabajos teóricos, desarrollos empíricos y/o problematizaciones que focalicen su mirada analítica en el vínculo entre el fenómeno social de la inseguridad y la comunicación social en el amplio espacio social del país y el continente. La voluntad es constituir un espacio para la concentración de experiencias, la convergencia de avances de investigaciones y el planteos de afirmaciones que habiliten la discusión y el cruce de aportaciones y miradas como forma de hacer avanzar el conocimiento respecto de un área de las ciencias sociales que constituye una antigua preocupación pero al que la mediatización de la sociedad actual le suma complejidad e interés analítico.

11. Comunicación Institucional, Publicidad y Relaciones Públicas

La mesa propone abordar los debates, perspectivas y experiencias de investigación, docencia y prácticas profesionales en las que la comunicación institucional, la publicidad o las relaciones públicas constituyen una dimensión estratégica de las organizaciones complejas.

En el caso de la publicidad, la modernidad la concibió como una vital herramienta de comunicación para facilitar la difusión y la venta de los nuevos productos y servicios que un mercado emergente comenzaba a producir en serie. Por su parte, la política situó a la publicidad en su campo de batalla simbólico por la hegemonía. Durante el siglo XX y el siglo XXI, el Estado y el mercado, como grandes organizadores sociales, tensaron su relación al echar mano a las mismas herramientas y procedimientos de visibilidad comunicacional.

Asimismo se propone que la Comunicación Institucional, Publicidad y las Relaciones Públicas sean pensadas como dimensiones no sólo estratégicas, sino también como campos para proveer marcos conceptuales para estudiar la comunicación durante los cambios organizacionales, en especial de la comunicación interna y cómo ésta puede prevenir la resistencia al cambio.

Por ello, tanto la Publicidad como las Relaciones Públicas (o la comunicación institucional) -entendidas como una “gestión vincular” de abordaje multidisciplinar- forman parte de la trama en discusión y en constante reconfiguración, que sostiene a su vez al imaginario social.

A su vez, la tecnología viene complejizando el escenario comunicacional al situarlo no sólo en lo material sino también en el ciberespacio de las redes sociales. En este contexto, la comunicación institucional, la publicidad y relaciones públicas, como parte de la lucha por la construcción del sentido social, tienen mucho que ofrecer a una sociedad que necesita mirarse, más que nunca, en el espejo enraizado de su memoria y valores.

12. Comunicación/Cultura/Arte/Estética

El Eje propone problematizar el análisis, la crítica y el estudio de obras artístico culturales como elementos de sentido del campo cultural y político. Desde esta perspectiva, la comunicología del arte cubre un amplio espectro de problemas y perspectivas que se inscriben en los debates tanto clásicos como contemporáneos, de la teoría social, la historia cultural, los estudios culturales, la crítica estética y la teoría política. Las manifestaciones artísticas son una fuente inagotable de conocimiento de comunicabilidades humanas, son fruto del ejercicio de la memoria, son una apuesta a la expresión política desde la sensibilidad como forma expresiva. Latinoamérica es muestra de la inagotable imaginación de nuestros pueblos, y en las obras se narra la identidad cultural de cada ciclo.

Las ponencias presentadas podrán presentar análisis de casos, reflexiones críticas sobre obras o procesos artísticos comunicacionales (cine, teatro, danza, circo, música, performance, pintura, artes escénicas y visuales en general, etc.)

13. Análisis del discurso y estudios del lenguaje

Pensar la relación entre lenguaje, discurso, poder y tecnologías pone en escena que la articulación significativa de la sociedad es eminentemente política y que se produce en una esfera pública estallada a partir del crecimiento exponencial de los nuevos medios de comunicación masiva, en el marco del desarrollo tecnológico propio de esta etapa del capitalismo, con efectos tanto globales como locales. Objetos de estudio tradicionales como la mediatización del discurso político, el poder performativo del lenguaje en la construcción de colectivos sociales, la hibridación genérica producto del desplazamiento de las lógicas de producción discursiva de diferentes campos sociales o los efectos interpelativos de los discursos en la constitución de subjetividades, por mencionar solo algunos temas, presentan una amplia riqueza analítica, pero solo a condición de enmarcar sus efectos en el seno de las disputas políticas por la hegemonía.

Se vuelve central, entonces, indagar los efectos políticos de la mediatización discursiva en términos de su incidencia en la conformación de una esfera pública democrática, tanto como en los procedimientos discursivos que construyen las representaciones circulantes. Así, la multiplicación de soportes y dispositivos tecnológicos plantea la necesidad de estudiar los constreñimientos genéricos tanto como los contenidos que vehiculizan. En este sentido, analizar los discursos y los lenguajes es también analizar los procesos socioculturales asociados a las posibilidades abiertas por los soportes tecnológicos –y a sus restricciones–, los nuevos formatos híbridos de la comunicación actual y repensar conceptos clásicos como los de mediatización, discurso e ideología.

En esta línea de indagaciones, este eje llama a la presentación de trabajos, teóricos y/o empíricos, que enfoquen las dimensiones discursiva, genérica, genealógica, de los soportes y las formas de circulación de la palabra, de la constitución de colectivos, de la interpelación político-ideológica, en torno de problemáticas vinculadas con la comunicación, el poder y la tecnología.

14. Comunicación Digital

En este eje temático esperamos trabajos que reflexionen sobre los usos sociales de las tecnologías digitales de comunicación e información en el entorno actual de medios, en donde convergen tanto medios tradicionales como digitales.

Al hablar de usos sociales de la tecnología nos referimos a las prácticas que emergen del uso y la apropiación de la potencialidad técnica de distintos tipos de artefactos, plataformas, dispositivos y aplicaciones.

La comunicación digital actualmente atraviesa todas las prácticas sociales en los campos de la política, la cultura, la educación, la economía, la “industria” del ocio.

Transforma los modos de construir discursos, de estar juntos, de construir identidades, de consumir y producir bienes materiales y simbólicos, de organizarse para la acción colectiva a través de nuevos movimientos sociales y reformulando prácticas de los ya establecidos.

Las plataformas sociales posicionan la relevancia de los contenidos de los usuarios -discursivamente y en el diseño de los algoritmos-, así como condicionan la creación de vínculos y la promoción de actividades comunitarias; mientras omiten de modo sistemático la instrumentalización de esas actividades por parte de las empresas que ofrecen tanto productos como servicios. En consecuencia, partiendo de estos disparadores, este eje pretende propiciar la reflexión en torno a las tecnologías que construimos, que nos atraviesan desde lo social y usamos colectivamente; desde distintas perspectivas y modos de abordar los escenarios digitales que no pierdan de vista las dinámicas socioculturales que allí operan.

15. Sujetos, representaciones y prácticas socio-culturales

El eje pretende abarcar trabajos que permitan reflexionar sobre las prácticas socioculturales teniendo en cuenta las representaciones y la construcción de posiciones subjetivas en la cultura contemporánea. En el campo de estudios de comunicación y cultura tales relaciones han sido problematizadas teniendo en cuenta importantes contribuciones de la historia cultural, la antropología social, la sociología de la cultura y el análisis del discurso. Así, las prácticas cotidianas, los espacios sociales de construcción de sentido, las modalidades de apropiación en la esfera de consumo constituyen aspectos centrales para pensar tales relaciones. El análisis de las representaciones -considerando continuidades y discontinuidades propias de procesos históricos- en la conformación de las subjetividades hacen posible pensar los procesos culturales en sus dinámicas, las que se articulan con las relaciones de poder propias de las formaciones sociales del capitalismo. De esta manera se procura retomar debates que permitan comprender las

contradicciones, resistencias, negociaciones y apropiaciones que los sujetos mantienen y sostienen en sus contextos de vida para reconocer la cotidianidad desde las micro y macro estructuras.

Intentamos aproximarnos a las problemáticas que dan vida a la configuración de las subjetividades en múltiples escenarios donde la comunicación, la cultura, la política, las tecnologías, la educación, la economía, entre otras dimensiones, están atravesadas por las relaciones de poder. Asimismo, una serie de problemas emergentes nos plantean desafíos desde las representaciones y construcciones identitarias, como la violencia de género, el impacto de publicidades sexistas en los medios, los nuevos movimientos y organizaciones sociales que expresan y manifiestan a través de sus discursos reivindicaciones y derechos vulnerados.

16. Comunicación y Deporte

Este grupo se propone generar un intercambio entre investigadores en ciencias sociales que indaguen los fenómenos deportivos desde una perspectiva comunicacional/cultural. Esto habilita la puesta en común de problemas constitutivos del campo de los estudios sociales del deporte, desde la centralidad del deporte en la constitución de subjetividades en las sociedades contemporáneas, su conformación como género dominante de la cultura de masas, el análisis de narrativas mediáticas deportivas, la función ritual del deporte, el vínculo con las culturas populares o subalternas, su vinculación histórica con los procesos políticos, económicos y sociales, entre otros. En esta ocasión, de acuerdo a la propuesta del congreso, se intentará poner en diálogo los trabajos teniendo como eje articulador la relación entre el deporte, las políticas públicas y los procesos de creación, conquista y actualización de derechos.

Reconociendo la cultura como espacio de disputa por los sentidos legítimos que los actores sociales le asignan al mundo, la idea de esta mesa es construir una reflexión colectiva situada en torno a la relación deporte, política y poder. Pueden presentarse avances o resultados finales de investigaciones, relatorías de proyectos de extensión universitaria, ensayos, etcétera, que inviten a la problematización de la producción cultural, comunicacional y del poder en relación al deporte en nuestra región latinoamericana. En este sentido, se esperan trabajos provenientes desde las múltiples disciplinas de las ciencias sociales. Los aportes que, desde las diversas perspectivas teóricas y metodológicas, ofrezcan los trabajos de los ponentes pueden enriquecer la propuesta y generar un espacio de producción de saberes fructífero en torno a los ejes propuestos.

17. Infancias, Juventudes, trayectorias de vida.

Este eje procura ser un espacio de discusión e intercambio de preguntas, saberes y experiencias alrededor de la infancia, juventud y trayectorias de vida.

La niñez, los adolescentes y lo juvenil como categorías teóricas y analíticas en vínculo con prácticas y saberes comunicacionales. Esto no sólo en relación a los medios de comunicación, sino también a otras formas de construcción de sentidos sociales, prácticas culturales y políticas estatales.

Entonces invitamos a presentar trabajos que recojan tanto discusiones teóricas como productos de investigaciones empíricas -finalizadas o en curso- alrededor de los estudios de infancia y juventud.

18. Prácticas de Extensión en la comunicación

Uno de los debates que se da en todas las universidades del país y del mundo es aquel que se relaciona con el perfil de profesional que resulta de cualquiera de ellas. Se trata de un profesional que no sólo adquiere destrezas y un caudal de conocimientos específicos en un campo disciplinar, sino que, además, cuenta con capacidad reflexiva para intervenir en el entorno del que forma parte generando resultados provechosos para ambos.

En este sentido, muchos son los planes de estudio que incluyen entre sus propuestas académicas instancias de extensión que suponen intervenciones de los/las alumnos/as en las comunidades que forman parte de los entornos locales y regionales, todo esto con la meta de contribuir al desarrollo o la mejora de la calidad de vida de las poblaciones donde se participa. Los casos más exitosos al respecto se destacan por la sinergia que se logra entre unos y otros interlocutores en tanto elemento clave para lograr avances, a punto tal que el /la profesional como y la comunidad donde se interviene intercambian entre si instancias de enseñanza y aprendizaje recíprocos que resultan en experiencias transformadoras y enriquecedoras.

El aporte al cambio social, el análisis crítico y la construcción de conocimiento de manera conjunta entre ambas partes serán moneda corriente en cada uno de los trabajos que se presenten en este Eje Temático denominado “Prácticas de Extensión en Comunicación”.

19. La Comunicación en la Universidad a 100 años de la Reforma

Los cien años de la Reforma Universitaria de 1918 nos invita a repensar la universidad pública, sus debates y discusiones vigentes. Es por eso que este eje se propone problematizar la trayectoria de la reforma Universitaria desde 1918 hasta la actualidad: principios, procesos y búsqueda de sentido de los principios reformistas en el actual contexto nacional-latinoamericano. La reforma en los medios de comunicación de la época: de Argentina hacia América Latina. Los principios de la Reforma Universitaria y los medios de comunicación: en perspectiva histórica y en la actualidad: la construcción de sentido sobre autonomía, gratuidad, libertad de cátedra, inclusión. Los estudios sobre comunicación y los principios reformistas hoy Comunicación como derecho, comunicación y fortalecimiento de la democracia, masividad, Comunicación, reforma universitaria y feminismo.

Villa María, Córdoba, mayo de 2018.