

Diseño Curricular para la Educación Secundaria 5^{to} año.

Observatorio de Comunicación, Cultura y Sociedad

VERSIÓN PRELIMINAR

5° Año

Observatorio de Comunicación, Cultura y Sociedad

Orientación: Comunicación

Observatorio de Comunicación, Cultura y Sociedad y su enseñanza en el Ciclo Superior

La Comunicación es concebida en la Orientación como un espacio transdisciplinar y multidisciplinar que se vincula directamente con el fenómeno cultural, que a su vez involucra lo político y lo social, en “su carácter de proceso productor de significaciones y no de mera circulación de información”, en donde el receptor no es solo un decodificador sino también un productor.¹

En este marco se inscriben los estudios sobre mediaciones y recepción al interior de las sociedades, su contextualización, su accionar, sus intervenciones, porque son estos procesos los que construyen la realidad que luego los sujetos sociales significan, y que a través de este proceso van recreando el campo cultural, dando forma a nuestros lenguajes y nuestras metáforas, y en ese camino las industrias culturales juegan un rol trascendental.²

Es en esos procesos de mediación donde radica la riqueza de la reflexión, adentrándose en la relación entre los sujetos, las prácticas y los proyectos de transformación, superando un enfoque que reduzca el abordaje del objeto a un conjunto de definiciones. Resulta adecuado establecer entonces un espacio particular dedicado al análisis de esta imbricación de sentido que existe entre la Comunicación, la Cultura y la Sociedad, y

¹ Martín-Barbero, Jesús, De los Medios a las Mediaciones. México, Gili, 1987

² Castells, Manuel, La Era de la Información – Volumen I. México, Siglo XXI Editores, 1999.

que al tratarse del quinto año del ciclo secundario podemos considerar como espacio específico que problematiza no sólo conocimientos abordados en años anteriores, sino también que dialoga con el observatorio de medios y la recepción y consumos culturales. Este recorrido se consolida como un espacio de apertura de saberes y reflexiones que encontrarán en el sexto año, junto con el abordaje de las industrias culturales y los talleres en lenguajes y comunicación en las instituciones la necesaria articulación hacia los procesos de producción e intervención. Este recorrido permite, en este ámbito específico, abrir un espacio de observación crítica respecto del comportamiento de los medios, de las industrias culturales en su conjunto, y su vínculo con la sociedad y la cultura, en la conformación de imaginarios colectivos, en la emergencia de los nuevos lenguajes producto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación y en las interacciones humanas relacionados con este conjunto de saberes. Ese espacio particular lo constituye el Observatorio de Comunicación, Cultura y Sociedad.

El Observatorio como ámbito de enseñanza y aprendizaje

El diccionario de la RAE (Real Academia Española) define observatorio como “lugar o posición que sirve para hacer observaciones”, y define observar como “examinar atentamente”. Por lo tanto un observatorio es un lugar desde donde examinar atentamente algo, y por extensión un observatorio social es un lugar desde donde examinar atentamente fenómenos que se presentan en el escenario de acción de la cultura y la sociedad.

En este marco un Observatorio de Comunicación, Cultura y Sociedad es un espacio organizado que produce conocimiento a partir de recopilar, ordenar, analizar e interpretar los fenómenos emergentes de las expresiones culturales y las interacciones al interior de las sociedades, vinculadas ellas al accionar comunicacional.

El observatorio como estrategia pedagógica atiende en sí a producir conocimiento sobre dimensiones problemáticas o nodales de una determinada realidad social, así como sobre los modos en que ésta se configura y desenvuelve en el marco de las fuerzas sociales que la condicionan. El observatorio supone tanto el seguimiento de esta realidad específica, el modo en que es concretamente abordada desde el estado, el mercado, las organizaciones sociales, los medios y los sujetos sociales. Es así entonces que involucra la observación, la construcción de estadísticas, el relevamiento de casos,

la sistematización de información específica, entre otras. De este modo, al mismo tiempo que reconstruye estas realidades, a partir de poner en juego la reflexión teórica y la investigación, busca incrementar conciencia y conocimiento sobre los dilemas centrales que las atraviesan, asumiendo la necesidad de construir el paradigma del observador (entendiendo que toda mirada que observa es portadora de sentidos), sobre la comunicación y las prácticas socioculturales. .

Es importante en este sentido comprender que como estrategia didáctica el observatorio no debe reducirse a un examen analítico en función de un mero ejercicio intelectual, intentando alcanzar conclusiones en la forma de simples diagnósticos, sino que dicho análisis debe pasar a integrar la estructura formativa de las y los jóvenes para la acción.

La propuesta del Observatorio para la escuela secundaria tiene el objetivo de que las y los estudiantes construyan una perspectiva crítica frente a su cultura y su sociedad, y la producción de sentido que de esa relación emerge, en base a la construcción de conocimiento que esos jóvenes desarrollan y han desarrollado en el transcurso de su formación.

La propuesta de este Observatorio de Comunicación, Cultura y Sociedad es, ya no analizar el fenómeno de la producción mediática en sí mismo, sino, por una parte, el vínculo de aquellos procesos de comunicación mediática con aspectos culturales o sociales específicos, y por otro analizar circunstancias propias de las manifestaciones culturales y sociales y su relación con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, porque como afirma Martín-Barbero “los procesos de comunicación son procesos culturales”.³

Estos procesos no son transparentes ni siempre visibles, ya que en su forma simbólica la comunicación es una expresión que a su interior es habitada por “una opacidad relativa”, no siendo totalmente observable, visible y legible.⁴ Con ese objetivo se propone este Observatorio, para penetrar en esa opacidad.

Esta estrategia permite establecer una mirada topológica y temporal de las prácticas socioculturales, identificando y reconociendo la localización de los grupos y sus prácticas. Permite así la construcción de un mapa situacional en el que se ordena la información relevada, a través de estudios de casos, entrevistas, estadísticas, observaciones, entre otras. Pudiendo así construir unidades temporo / espaciales, donde todo acontecimiento puede ser ubicado en un

³ Martín-Barbero, Jesús, en Entrevista con Ellen Spielman, Berlín, 1996

⁴ Sfez, Lucien, Crítica de la Comunicación. Buenos Aires, Amorrortu, 1995.

punto de relaciones, dado que los mapas situacionales tienen una dimensión presente y una histórica.

Así mismo esta construcción de unidades temporo / espaciales permiten construir coordenadas para los procesos de enseñanza y de aprendizaje. Por ello la búsqueda de un espacio y un tiempo para la observación atenta, la investigación y el análisis de parte de las y los estudiantes es la plataforma de construcción del Observatorio de Comunicación, Cultura y Sociedad.

Por supuesto que el análisis reflexivo y la búsqueda de un pensamiento crítico forma parte de toda una dinámica integradora de la práctica educativa en cada materia, en cada propuesta curricular; pero la posibilidad de generar un espacio específico, con tiempos particulares para el desarrollo del análisis reflexivo sobre los contenidos abordados resulta una opción deseable, y el Observatorio provee esta posibilidad.

En ese proceso el Observatorio juega su rol de espacio específico para la contención, intercambio, contacto, puesta en común, debate, evaluación e interpretación crítica de los procesos comunicacionales y su creación de sentido al interior de las culturas y en el marco de lo social.

En el Observatorio de Comunicación, Cultura y Sociedad las y los estudiantes tendrán su espacio y su tiempo para llevar a cabo la recolección de datos, el estudio, la investigación, el ordenamiento, el debate, el trabajo en equipo, el intercambio y la discusión de conclusiones, en base a diversos contenidos de análisis que este escenario permite abordar, contenidos que deben tener una vigencia en lo real y asegurar la posibilidad de su seguimiento durante el proceso de observación.

El Observatorio representa un formato de análisis activo, de investigación y reflexión, del escenario cultural, social, económico y político, dentro del proceso comunicacional que lo involucra, con el propósito de identificar las imbricadas relaciones entre estas realidades, sus intencionalidades, sus lenguajes, sus significados y sus discursos.

Los temas que se abordarán en el Observatorio quedan abiertos a las decisiones que cada grupo, con el acompañamiento docente, defina en base a una serie de líneas posibles, y haciendo aprovechamiento específico de las circunstancias que la realidad pueda ir ofreciendo en cada momento. La elección libre de la temática de parte del grupo de estudiantes representa un momento sustancial ya que esa elección revelará la significatividad del objeto de análisis para el grupo y por ende el mayor compromiso de que la observación resulte un medio y no un fin en sí mismo.

La incorporación de este formato pedagógico en el currículum secundario representa la intención de pasar al análisis crítico de los contenidos, es decir de un proceso epistemológico objetivo, a priorizar el proceso epistemológico subjetivo que permita, a partir de la producción de conocimiento individual y social hacer de esa premisa una acción específica, visible, explícita. Generar un ámbito de trabajo intelectual conjunto entre jóvenes es una propuesta desafiante, porque el Observatorio no es un lugar para la expresión individual sino para la producción grupal, y el producto del análisis no será en definitiva un resultado de la mayor o menor capacidad y competencia de cada uno de los componentes, sino el resultado de la inteligencia colectiva del grupo de observadores.

Mapa curricular de Observatorio de Comunicación, Cultura y Sociedad

En el 4º año de la orientación se ha recorrido un proceso de formación que posibilita una primera entrada al enfoque de la comunicación a través de Introducción a la Comunicación y complementariamente la Psicología. Estos contenidos permiten los anclajes necesarios para el abordaje de las temáticas relacionadas con la Comunicación, la Cultura y la Sociedad, que plantea como eje nodal este Observatorio.

El campo de saberes teóricos relativo a los vínculos Comunicación, Cultura y Sociedad serán abordados, conjuntamente entre el docente y los grupos de estudiantes, para apuntalar y acompañar a los procesos de investigación y análisis que se vayan planteando durante el devenir de la materia.

En paralelo el Observatorio de Medios y la asignatura Comunicación y Culturas del Consumo permitirán un amplio campo de articulaciones, no sólo desde el enfoque pedagógico / didáctico, sino también desde los objetos y campos de problemas que las mismas asignaturas abordan. En el 6º año este proceso encuentra su corolario a través de dos líneas principalmente. Por un lado, desde los procesos de producción comunicacional definida a través de los talleres y, por otro, de las asignaturas de Comunicación y transformaciones socioculturales del siglo XXI y Filosofía que habilitan nuevos espacios de reflexión.

Por esta razón la materia Observatorio de Comunicación, Cultura y Sociedad deberá estar debidamente articulada con el Observatorio de Medios y la asignatura de Comunicación y culturas del consumo con las que comparten el mismo año, así como retomar conocimientos de Introducción a la Comunicación y Psicología, de manera tal de nutrirse mutuamente de las actividades de análisis y de los aportes teórico-prácticos, sumando, sin que eso signifique una mera repetición de contenidos, sino que constituya un abordaje particular y distintivo en cada una de las temáticas incluidas en búsqueda de un mayor nivel de complejidad acorde con los requerimientos del año 5º de la secundaria.

Carga horaria

La materia **Observación de Comunicación, Cultura y Sociedad** se encuentra en el 5° año de la escuela secundaria en la orientación de Comunicación.

Su carga horaria es de 108 horas totales, siendo su frecuencia de 3 horas semanales si su duración se implementa como anual.

Objetivos de enseñanza de Observatorio de Comunicación, Cultura y Sociedad

- Favorecer la apropiación de metodologías de análisis pertinentes y actualizados en el campo de investigación en ciencias sociales.
- Acercar a las y los estudiantes a la observación de prácticas socioculturales desde un enfoque comunicacional, vinculados con los contenidos teóricos abordados en la orientación.
- Fomentar actitudes reflexivas, críticas y creativas frente a los procesos comunicacionales contemporáneos.
- Favorecer una actitud analítica, comprensiva y comprometida de las y los jóvenes con sus prácticas y el contexto histórico / social de su inscripción.
- Promover la actividad grupal y el compromiso mutuo con el conjunto en pos de objetivos comunes.
- Promover el trabajo colectivo, el compromiso y la planificación de tareas por objetivos comunes y determinados.

Objetivos de aprendizaje de Observatorio de Comunicación, Cultura y Sociedad

- Apropiarse de metodologías de análisis pertinentes, variadas y actualizadas en el campo de la investigación en ciencias sociales.
- Comprender la importancia de la reflexión crítica en el análisis de la realidad de los fenómenos vinculados con la comunicación, la cultura y la sociedad.
- Comprometerse con su rol de ciudadano crítico.
- Expresar reflexiones críticas surgidas del debate y la discusión abierta y creativa.

- Desarrollar actitudes propias de la participación en grupos, con su respectivo compromiso y actividad solidaria en la producción de conocimiento.
- Identificar la importancia de la problematización de la realidad como vehículo de análisis y producción de significado.

Contenidos de Observatorio de Comunicación, Cultura y Sociedad

Los contenidos del *Observatorio de Comunicación, Cultura y Sociedad* surgirán, como lo establece la propuesta del diseño, del libre debate dentro del curso entre el o los grupos de estudiantes que realizarán la observación, con el acompañamiento del docente. De todos modos, y a título de guía, se establecen algunas opciones de contenidos que no son limitantes respecto a otros temas que surjan del debate, ni tampoco cerradas en cuanto a su formato ni propósitos, pudiendo ser transformadas y adecuadas a las expectativas y necesidades del o los grupos de observación.

Los temas de observación podrán ser emprendidos por la totalidad de los integrantes del curso o bien diversificados en distintos grupos; estando su extensión en el tiempo supeditadas a las características de las temáticas elegidas, así como a la organización que prevea el docente dadas las características del curso y el planteo del desarrollo de la materia.

Se recomienda la alternancia sucesiva de temas a observar a fin de dinamizar el interés de las y los jóvenes y ampliar la mayor perspectiva de objetos de observación posible. Por otra parte, en caso de que uno o más temas de observación sean abordados en grupos deberán todos los grupos estar en conocimiento de los temas que están desarrollando los otros grupos, así como sus conclusiones.

En todos los casos las observaciones tienen como producto final la confección de un informe que sintetice el resultado del proceso, informe que podrá ser emitido según el formato que se estime más adecuado (se puede incluir la producción con distintos soportes o lenguajes).

La materia Observatorio de Comunicación, Cultura y Sociedad deberá atender desde la enseñanza dos dimensiones constitutivas. Por un lado desde el punto de vista de los objetos / problemas que se plantea para desarrollar y por otro de las formas y estrategias de producción de conocimiento. Es así que para comenzar, es importante problematizar desde la enseñanza los procesos y metodologías propias de la producción de

conocimiento sobre la realidad sociocultural desde un enfoque comunicacional, lo cual no involucra necesariamente la separación taxativa entre un momento metodológico y otro conceptual. Por otra parte se ordenan, como coordenadas que permiten identificar hacia el interior del espacio del Observatorio de comunicación, cultura y sociedad, tres ejes nodales para pensar los objetos / problemas, que atraviesan las prácticas socioculturales y comunicacionales. El primero de ellos relacionado a los modos de organización socio/cultural, el segundo al consumo y el mercado, y el tercero pensado desde las mediaciones tecnológicas.

Así por ejemplo para trabajar una temática sobre agrupamientos y prácticas socioculturales juveniles (dentro del eje de Modos de Organización sociocultural) puede trabajarse el estudio de casos. El estudio de casos debe entenderse esencialmente como una estrategia de investigación cuantitativa /cualitativa en la que se procede a observar una situación contemporánea dentro de su contexto real.

Este desarrollo inicial al proceso de indagación promoverá la asunción, por parte de cada grupo, de marcos teórico/metodológicos amplios, previamente al desarrollo del trabajo de relevamiento de información respecto de los fenómenos y problemas de estudio definidos. Durante la implementación de estrategias de relevamiento, las dimensiones conceptuales y metodológicas deberán ir dialogando con el proceso de cada grupo de modo de retroalimentar la producción de conocimiento, articulando las dos dimensiones de la enseñanza referidas anteriormente. Cada objeto de observación elegido merecerá de parte del docente un necesario abordaje preliminar que dé cuenta de las dimensiones del caso puesto a observación, pensando en este sentido desde los tres ejes de abordaje. Al mismo tiempo, el desarrollo de estrategias metodológicas particulares será abordado en forma simultánea al ejercicio práctico de los casos de observación, en función de las necesidades que amerite cada proyecto.

1) Temas/problemas de observación propuestos (no limitantes)

En relación a los modos de organización sociocultural

- La construcción de identidades y las organizaciones sociales (culturales, barriales, comunitarias, corporativas)

Ejemplos:

- Agrupamientos juveniles (tribus, grupos de rock, etc.)

Diseño Curricular para la Educación Secundaria 5^{to} año.
Observatorio de Comunicación, Cultura y Sociedad VERSIÓN PRELIMINAR

- La organización de una empresa de producción (distintas modalidades de organización social de la producción, cooperativismo, sociedad anónima, etc., y su relación con procesos locales, nacionales, globales)
- Las identidades de organizaciones de prevención en salud o sanitarias (grupos de padres de hijos con un determinado padecimiento, familiares de accidentes de tránsito, etc.)
- Las prácticas político / culturales de grupos y/u organizaciones (barriales, comunitarias, partidarias, culturales)

Ejemplos:

- Asambleas barriales, vecinales, que se organizan en relación a demandas específicas (recuperación de los espacios verdes, organización de cuidados del barrio, actividades culturales, etc.).
- Grupos ecologistas.
- Agrupamientos feministas.
- Participación y partidos políticos (militancia juvenil, transformaciones de la política y sus estrategias de participación, etc.).
- Murgas y grupos de arte que se organizan, producen y se manifiestan en relación a determinadas situaciones de los procesos contemporáneos (participación y apropiación del espacio público, disputa contrahegemónica de las formas de participación, etc.)

En relación al consumo y el mercado

- El consumo y las identidades (juveniles, de género, minorías étnicas, élites, etc.)

Ejemplos:

- Los jóvenes y los consumos culturales (las identidades juveniles y las bandas de rock/cumbia/etc.; las identidades y las estéticas de juvenalización; las identidades y las marcas corporales: tatuajes y piercing)
- Las identidades de género y los modelos mediáticos (la identidad femenina y la moda; la construcción mediática del joven ideal; la publicidad, la belleza y la identidad de género; etc.)
- Las identidades étnicas y la construcción mediática (el consumo y las identidades étnicas juveniles; la construcción de la identidad étnica

latinoamericana en los medios masivos de comunicación; la representación y estigmatización mediática de la cultura juvenil “violenta”; etc.)

- El consumo y la cultura de élite (el consumo y la vida de country; los consumos de distinguibilidad social: cumpleaños de quince, viajes de egresados; etc.)
- Las campañas publicitarias de productos sus estrategias, sus objetivos y sus procesos de apropiación social.

Ejemplos:

- Las campañas publicitarias y el género (campañas de belleza, campañas sobre nutrición, etc.)
- Campañas publicitarias y jóvenes.
- Campañas publicitarias y adultos mayores.

En relación a la mediación tecnológica

- Las comunidades mediadas tecnológicamente (la construcción de espacios virtuales de encuentro e intercambio).

Ejemplos:

- Los agrupamientos, el lazo social juvenil y el uso de tecnologías (juegos en red, fotolog, etc.)
- La construcción de espacios virtuales como espacios de intercambio y reconocimiento (los grupos ecologistas en red, los sitios web de participación de ciudadanía, etc.)
- Las identidades mediadas tecnológicamente (videojuegos, chat, TV, etc.).

Ejemplos:

- La construcción de identidades y el chat.
- Estudio sobre videoclips y género.
- Los videojuegos y las identidades juveniles.
- Los videojuegos y la infancia.

Temas/problemas de observación propuestos		
Ejes		Ejemplos
En relación a modos de organización sociocultural	La construcción de identidades y las organizaciones sociales	Agrupamientos juveniles
		La organización de empresas y colectivos de producción
		Las organizaciones de prevención en salud o sanitarias, grupos sociales diversos
	Las prácticas político / culturales de grupos y/u organizaciones	Asambleas barriales, vecinales, que se organizan en relación a demandas específicas
		Grupos ecologistas
		Agrupamientos feministas
		Participación y partidos políticos
En relación al consumo y el mercado	El consumo y las identidades	Murgas y grupos de arte que se organizan, producen y se manifiestan en relación a determinadas situaciones de los procesos contemporáneos
		Los jóvenes y los consumos culturales
		Las identidades de género y los modelos mediáticos
		Las identidades étnicas y la construcción mediática
	Las campañas publicitarias de productos sus estrategias, sus objetivos y sus procesos de apropiación social	El consumo y la cultura de élite
		Las campañas publicitarias y el género
		Campañas publicitarias y jóvenes
En relación a la mediación tecnológica	Las comunidades mediadas tecnológicamente	Campañas publicitarias y adultos mayores
		Los agrupamientos, el lazo social juvenil y el uso de tecnologías
	Las identidades mediadas tecnológicamente	La construcción de espacios virtuales como espacios de intercambio y reconocimiento
		La construcción de identidades y el chat
		Estudio sobre videoclips y género
		Los videojuegos y las identidades juveniles
		Los videojuegos y la infancia

Orientaciones para la enseñanza de Observatorio de Comunicación, Cultura y Sociedad en el ciclo superior de la escuela secundaria

En la fundamentación del espacio se manifestó la naturaleza del Observatorio como espacio dinámico de producción de conocimiento tanto desde su dimensión teórica como metodológica, atendiendo las implicaciones objetivas como subjetivas de dicho proceso.

El Observatorio requiere un proceso de trabajo, de debate, de análisis, de producción individual y colectiva y por lo tanto de una cadencia de los tiempos de desarrollo de los contenidos que respete la viabilidad del aprendizaje, tanto conceptual, como cognitivo y actitudinal.

Una de las herramientas posible para el desarrollo de la estrategia didáctica del Observatorio es el Estudio de Casos.

El Estudio de Casos es un instrumento que se centra en una “gran idea” y plantea problemas del mundo real, estructurado a partir de interrogaciones críticas y trabajo en grupo a partir del planteo del caso, desarrollo de su seguimiento y obtención de conclusiones.⁵

La resolución del estudio de casos conjuga diversos factores⁶:

- 1) la interrogación inicial, ya sea en la forma de “cómo” o “por qué”.
- 2) que el grupo observador no tenga control del acontecimiento
- 3) que se trate de un hecho contemporáneo.

El carácter contemporáneo del caso hace que el grupo no tenga control sobre del tema y deba interrogarse permanentemente sobre su seguimiento y desarrollo, ya que no se trata de un caso de laboratorio, controlado, sino que sucede libremente en el contexto de la vida social al mismo tiempo que se desarrolla la observación.

Volviendo al carácter “real” del estudio de casos, es el factor que adiciona un grado de formalidad a la tarea que permite asumir el compromiso personal y de grupo que el trabajo requiere. Otro factor sustantivo es que la idea que da origen al caso surge del

⁵ Wasserman, Selma, El Estudio de Casos como Método de Enseñanza. Buenos Aires, Amorrortu, 1998

⁶ Yacuzzi, Enrique, El Estudio de Caso como Metodología de Investigación. Universidad del CEMA, 2005.

propio seno del grupo en discusión abierta, siendo este un elemento motivador para los y las jóvenes.

El Observatorio de Comunicación, Cultura y Sociedad se presenta en definitiva como un espacio en el que el docente debe ejercer un rol de acompañamiento en la construcción del conocimiento metodológico y acerca de los contenidos específicos, pero también en tanto tutor y motivador de la actividad grupal de investigación y análisis.

Para ello el docente participará en la definición de la problemática a investigar en el marco de los escenarios temáticos que plantee como posible, haciendo especial hincapié en un abordaje que involucre un recorte espacio temporal contemporáneo que favorezca la significatividad comunicacional y socio cultural de los fenómenos a indagar.

El docente entonces acompañará el proceso de problematización y formulación del tema elegido, lo cual orientará los sentidos de la tarea a realizar, atendiendo a los objetivos que el espacio se propone y a las dos dimensiones que demanda para la enseñanza desde el punto de vista del contenido y lo metodológico. A partir de allí abordará con las y los estudiantes los contenidos teóricos que sustenten el objeto / problema elegido y realizará el acompañamiento necesario en el desarrollo del trabajo de campo, así como el análisis posterior del relevamiento realizado.

Finalmente el grupo de trabajo formulará las conclusiones y las interpretaciones en base a la problematización definida inicialmente, pudiendo arribar finalmente a la producción del informe final, en el formato que estimen adecuado, no siendo necesariamente en el tradicional formato de narración escrita en soporte papel. Es importante en esta instancia valorar la producción de los grupos en tanto conocimiento valioso de ser comunicado, tanto al interior del grupo clase como en el contexto institucional. De este modo, se favorece la significatividad que para los grupos tendrá la producción como práctica comunicativa y de socialización real, en lugar de circunscribirse a una producción para el docente, o para la acreditación del espacio curricular.

Secuencia de desarrollo didáctico

A continuación se desarrolla, en términos generales, una secuencia de las etapas de trabajo que puede utilizarse como formato metodológico para cada uno de los casos que se definan o construyan grupalmente para el análisis en los diversos ejes/problemas

durante el recorrido de la materia. El proceso mismo de construcción y desarrollo del diseño será objeto de aprendizaje en simultáneo a los trabajos grupales.

1. Planteo y encuadre del objeto/problema de observación e indagación
 - Formulación y problematización del tema a partir del debate grupal.
2. Encuadre teórico / metodológico (apertura)
 - Por ej: El estudio de casos como herramienta de investigación social y de seguimiento de la realidad.
 - Búsqueda y análisis de aportes teóricos iniciales sobre el tema.
 - Desarrollo del diseño: objetivos, metodología, instrumentos y finalidad.
3. Trabajo de campo
 - Diseño de instrumentos de relevamiento a través de la producción grupal.
 - Breve abordaje para el conocimiento más acabado de las particularidades del objeto de observación elegido.
 - Indicación bibliográfica.
 - Recolección de datos e información. Observación directa.
 - Análisis y debate sobre el relevamiento realizado.
 - Análisis, síntesis y conclusiones.
4. Producción del informe final

Ejemplos de abordaje de los trabajos grupales de indagación

A continuación se esbozan, a la manera de posibles ejemplos, los momentos que implica la coordinación de un proceso de trabajo que favorezca la problematización e indagación de algunos de los ejemplos planteados previamente

Caso 1: Asambleas barriales, vecinales, que se organizan en relación a demandas específicas

En la formulación de este ejemplo se recortan como espacio de problematización los modos de organización social que remiten a su anclaje en los contextos locales, que se estructuran en torno de la categoría de vecindad y coexistencia de los sujetos en el tiempo y el espacio. El propósito del trabajo de indagación es favorecer el reconocimiento de las características de estos espacios, los modos en que ellos

construyen lazos particulares entre los sujetos que en ellos participan, así como procesos de reconocimiento e identificación que atraviesan las trayectorias de vida de los sujetos.

1º Momento: La problematización puede iniciarse a partir de un trabajo grupal en el que se identifiquen los grupos locales existentes: asambleas vecinales, asociaciones de fomento, entre otros. Esta identificación puede promover al mismo tiempo la recuperación de las perspectivas de los estudiantes respecto de estos espacios, a partir de los siguientes interrogantes:

- ✓ ¿Por qué creen que la gente participa en estos espacios?
- ✓ ¿Cómo creen que funcionan en términos de toma de decisiones?
- ✓ ¿Cuál es la relación entre estos grupos, la comunidad y los estados municipales, provinciales o nacionales?
- ✓ ¿Conocen personas que participen en estos espacios?

A partir de esta problematización inicial pueden seleccionarse la/las instituciones sobre las cuales se focalizará el relevamiento. Es importante en este momento recuperar como elementos de la toma de decisiones la viabilidad del acceso a la mismas, así como a miembros de la comunidad que participen en ellas. También es relevante recuperar el interés del grupo en la selección de los casos de análisis.

2º Momento: Una vez que hemos definido los casos, como campo material de estudio, es importante dedicar un tiempo para la construcción de interrogantes que orienten las tareas de relevamiento. Estos interrogantes no remiten, en esta etapa, a instrumentos específicos, sino a qué nos interesa conocer y comprender de este tipo de organizaciones. Puede ser útil en este momento recurrir a algunos aportes teóricos que nos permitan adentrarnos en la inscripción social de estas instituciones e incluso a sus variaciones en la historia reciente. En síntesis, en esta etapa el/los grupos construirán una serie de preguntas que guiarán luego el diseño metodológico de la indagación, e irán configurando dimensiones de análisis del objeto de análisis. A manera de ejemplo, se podrían citar los siguientes interrogantes:

- ✓ ¿Desde cuándo existen estas instituciones y cómo han variado en su historia?
(Dimensión de la historicidad de los procesos organizacionales)
- ✓ ¿Qué procesos o contextos le dieron sentido a su surgimiento? (Los momentos de origen)

- ✓ ¿Por qué los miembros de la comunidad deciden participar en ellas? ¿Quiénes participan (en términos etarios, sociodemográficos, etc.)? (Las dinámicas de funcionamiento institucional)
- ✓ ¿Cómo son miradas las organizaciones en estudio por otras organizaciones y por la comunidad externa a ellas? (La identidad de la institución, en términos de cómo se construye y es construida)

3º Momento: En esta etapa los grupos se abocarán a las definiciones relativas al acceso de información significativa para la comprensión de los interrogantes planteados. Es el momento en el que se diseñarán los instrumentos de relevamiento tales como: encuesta; entrevista; observación; registros fotográficos y criterios de análisis de materiales documentales (documentos de las organizaciones, notas periodísticas; entre otros). También tendrán que definirse los criterios para seleccionar a los sujetos que serán consultados a partir de estos instrumentos. Es importante señalar en este punto la relevancia del criterio de accesibilidad a las personas a las cuales consultar. También, es necesario remarcar que en tanto el trabajo supone una exploración sin pretensiones de generalización, ni supone, en sentido estricto, una investigación original, la selección de los casos no se guiará por un criterio de exhaustividad ni representatividad. Ello supondría correr el eje pedagógico de la propuesta, centrado en el aporte de estas experiencias de interrogación sobre el propio contexto, de relevamiento y análisis de las prácticas comunicativas a la formación de los estudiantes.

Finalmente, es relevante prestar especial atención a la organización operativa de la etapa de campo, sus tiempos y división de tareas al interior del grupo. Es importante que la etapa de relevamiento se construya como un proceso en el haya momentos de encuentro del grupo para valorar los avances y ajustes necesarios a los instrumentos.

4º Momento: En esta etapa del desarrollo del trabajo la tarea del docente es apoyar el trabajo de análisis del grupo de la información relevada. Puede favorecer el trabajo, que siempre resulta complejo, recuperar los interrogantes iniciales construidos en el 2º Momento y sistematizar la información aportada por los diferentes instrumentos en torno de cada uno de ellos.

Es relevante marcar dos tipos de análisis posibles. Uno de ellos vinculado a la recuperación de información más descriptiva respecto de nuestro objeto de estudio. Otro, que remite a construcciones interpretativas del grupo, en las que se recupera el diálogo con los aportes teóricos que el grupo haya ido incorporando como relevante

durante el proceso de trabajo. Esta experiencia interpretativa es muy relevante en la formación en el campo de las Ciencias Sociales, en tanto permite reflexionar sobre el estatuto de conocimiento de este tipo de disciplinas, debatir el carácter de verdad del saber, el lugar de los sujetos en los procesos de construcción de conocimiento, entre otras.

5º Momento: En esta etapa del proceso cada grupo deberá construir una producción que le permita socializar el conocimiento producido por el grupo, así como plantear posibles interrogantes de continuidad para futuros grupos que aún resultan significativos para profundizar el análisis. Es importante, tal como se mencionó previamente, que esta instancia adquiera una condición comunicativa significativa para el grupo, no reduciéndose a los requisitos para la acreditación de la asignatura que implicaría circunscribir la producción a un texto para el docente. Es por ello que pueden destinarse tiempos específicos para la socialización de las tareas grupales al interior del grupo clase, o incluso al resto de la institución escolar.

Finalmente, es relevante que el proceso de síntesis suponga una reflexión respecto del propio proceso grupal de trabajo, los obstáculos y contextos que intervinieron en la búsqueda, además de los hallazgos más relevantes del desarrollo de la experiencia.

Caso 2: Las identidades de género y los modelos mediáticos

En la formulación de este ejemplo se recortan como espacio de problematización las construcciones sociales en torno de las identidades de género, específicamente en su articulación con la incidencia de los modelos construidos por los discursos mediáticos. El propósito del trabajo de indagación es favorecer el reconocimiento de los modos en que los atributos de género son socialmente construidos y no naturalmente asignados. También recuperar en esta reflexión la pregnancia que en los contextos contemporáneos tienen los medios como constructores de representaciones sociales.

El proceso de acompañamiento del trabajo grupal sigue un desarrollo similar al caso antes mencionado. Por ello, se retomarán en forma sintética los diferentes momentos:

1º Momento: La problematización puede iniciarse a partir de un trabajo grupal en el que se recupere las perspectivas de los estudiantes respecto de las diferencias de género en los contextos cotidianos. También se podría utilizar como disparador alguna película o fragmentos de programas televisivos. Puede favorecer la visibilización de los procesos

de construcción social de las representaciones sobre los géneros contraponer los imaginarios actuales con otros muy disímiles, en términos de contextos históricos o de inscripciones culturales. Ello favorece la desnaturalización de las propias construcciones de los estudiantes. Pueden utilizarse también interrogantes que orienten el debate, tal como en el caso anterior.

2º Momento: Es la instancia de construcción de interrogantes que orienten las tareas de relevamiento. Tal como en el caso anterior los interrogantes no remiten a instrumentos específicos, sino a qué nos interesa conocer y comprender respecto de las representaciones que circulan en nuestro contexto respecto de los atributos de género. Es importante en este momento recurrir a algunos aportes teóricos que nos permitan enriquecer las miradas que los grupos han podido construir respecto del problema en estudio. En síntesis, en esta etapa el/los grupos construirán una serie de preguntas que guiarán luego el diseño metodológico de la indagación, e irán configurando dimensiones de análisis del objeto de análisis. A manera de ejemplo, se podrían citar los siguientes interrogantes:

- ✓ ¿Qué imaginarios respecto del hombre y la mujer, sus atributos y prácticas, se construyen y circulan en nuestros contextos de vida?
- ✓ ¿Es posible agruparlos en tipologías? ¿podríamos identificar tipologías que se tornan dominantes?
- ✓ ¿A qué responden las variaciones en estas tipologías (según las edades, la caracterización socio-económica, la inscripción cultural, etc.)?
- ✓ ¿Qué estereotipos construyen los medios y cómo son apropiados / resignificados por las personas?

3º Momento: En esta etapa los grupos se abocarán al diseño de los instrumentos de relevamiento tales como: encuesta; entrevista; observación; registros fotográficos y criterios de análisis de producciones mediáticas, entre otros. También tendrán que definir los criterios de selección de los sujetos que serán consultados a partir de los instrumentos. Resultará significativo que esta definición incluya referentes de ambos géneros. En este momento tendrá que debatirse si el recorte incluirá a diversas generaciones o se realizará una focalización en la indagación en torno de los jóvenes. Es importante reflexionar sobre las implicancias de este tipo de decisiones, dado que la diversidad de contextos y sujetos de relevamiento posibilita siempre trabajar en torno de la relativización y producción social de ciertos sentidos que aparecen naturalizados en

los puntos de vista que sostienen los estudiantes. Por ejemplo, un corte generacional posibilitará evidenciar las transformaciones en el rol de la mujer en la sociedad. Del mismo modo, la aproximación a diversos contextos de anclaje cultural permitirá analizar los atravesamientos estructurales, materiales y simbólicos que inciden en la conformación de diversas estéticas y prácticas vinculadas a la cuestión de género.

Específicamente respecto del abordaje de las producciones mediáticas tal vez resulte de utilidad trabajar no solo en torno de producciones ficcionales, sino también incluir formatos informativos y publicitarios.

Es importante señalar nuevamente que esta etapa implica todo un proceso de avances y ajustes, con el sentido de ir orientando el relevamiento. También, sobre todo en lo relativo a las producciones mediáticas es importante acotar el material de análisis, de modo de identificar algunos ejemplos que den cuenta de cierta diversidad, antes que contar con un universo demasiado amplio en el que la instancia de análisis podría dificultarse.

En el caso de que varios grupos se aboquen a la misma temática la selección de grupos diversos de relevamiento (generaciones, producciones mediáticas) podrían ser objeto de trabajo de los distintos grupos.

4º Momento: Como en el caso previo, en esta etapa del desarrollo del trabajo la tarea del docente es apoyar el trabajo de análisis del grupo de la información relevada. Recuperar los interrogantes iniciales construidos en el 2º Momento ayuda a ordenar la recuperación y sistematización de la información aportada por los diferentes instrumentos.

En este momento resulta relevante recuperar los aportes teóricos que con el grupo hemos podido identificar a lo largo del proceso, no en términos de definiciones sino como categorías de análisis de la información relevada.

5º Momento: En esta etapa del proceso cada grupo construirá una producción que le permita socializar el conocimiento producido por el grupo. Ello posibilitará la socialización, tanto del proceso grupal como de los avances y resultados realizados.

Evaluación de Observatorio de Comunicación, Cultura y Sociedad en el ciclo superior de la escuela secundaria

La evaluación en el Observatorio deberá atender coherentemente las dos dimensiones planteadas para la enseñanza, dando cuenta más de una evaluación de procesos que de los resultados. No debe olvidarse entonces que si bien es necesario el aprendizaje de determinadas estrategias e instrumentos de investigación, los mismos no son objeto de evaluación en sí mismos sino como estrategias de comprensión y problematización de la realidad. Lo mismo vale en relación a los contenidos temáticos conceptuales abordados en relación a cada uno de los objetos / problemas trabajados, en los que no se plantea la evaluación del caudal de conocimientos que se tenga sobre los mismo sino en la posibilidad de comprensión y desnaturalización de los mismos. En este sentido las evaluaciones deben dar cuenta justamente del espacio de confluencia entre lo teórico y lo metodológico, atendiendo por sobre todas las cosas a los procesos de apropiación y aprehendizaje de los ejes / temas abordados en el observatorio, valorando en este sentido tanto la producción epistemológica objetiva como la epistemológica subjetiva. Así mismo por tratarse de una modalidad de trabajo colectiva es importante recuperar y evaluar los niveles de implicación y producción en colaboración y la recuperación de las características solidarias y de respeto del otro.

Recordamos que el propósito final de la materia es el de promover la reflexión crítica sobre los fenómenos y prácticas socioculturales desde un enfoque comunicacional, por lo tanto la evaluación deberá estar centrada en los procesos de las investigaciones y eventualmente en la generación de los productos emergentes de aquellas.

Los procesos evaluativos tienen directa relación con los objetivos de la enseñanza y del aprendizaje, lo cual debe servir de parámetro permanente.

Como hemos dicho estamos frente a un proceso, y esto requiere tomar en cuenta factores continuos de evaluación que valoren el esfuerzo de participación en la tarea diaria, el compromiso con la actividad grupal, la lectura de bibliografía indicada, la participación activa en el debate y discusión y el cumplimiento en los plazos de cada etapa metodológica y toda otra tarea estipulada.

Las condiciones de evaluación deberán ser comunicadas con claridad a las y los estudiantes al iniciarse el curso, así como los resultados de evaluación, de manera tal que no queden en las y los jóvenes mayores dudas acerca de los criterios establecidos en relación a los objetivos del programa de la asignatura.

Criterios de evaluación

Los criterios de evaluación contemplarán la adquisición de los conocimientos abordados en el desarrollo de la materia, pero en este caso en particular se hace centro en el grado de desarrollo reflexivo que se alcance sobre el objeto de estudio, íntimamente vinculado con la realidad cotidiana de los y las estudiantes.

Deberá también considerarse el principio de diversidad en el avance que cada uno de ellos logre en su cursada bajo la premisa de una superación personal que le permita valorar el propio esfuerzo y no aceptar limitaciones como algo natural.

El factor eminentemente práctico y analítico de esta materia genera la necesidad de que los criterios de evaluación se establezcan en base a consideraciones sobre el desarrollo del proceso de la actividad sin hacer foco especialmente en el producto final. Es decir, considerar la cuestión-problema del trabajo, el compromiso personal y grupal, las fuentes de búsqueda de materiales y elementos, las estrategias desplegadas, los cambios y reformulaciones realizadas en el proceso, la discusión problematizadora y finalmente el análisis reflexivo final del desarrollo para identificar dónde estuvieron las dificultades e identificar los momentos en que la tarea pudo haber tomado otro camino. Así como es importante recuperar la mirada del grupo respecto de su propio proceso.

Por ello de la definición de la evaluación como proceso son la observación directa y el seguimiento del aprendizaje, instrumentos centrales de la tarea del docente, con la mira puesta en fomentar una consistente actividad práctica de acción y reflexión. Esto último debe considerarse un factor esencial ya que no debe olvidarse el carácter interdisciplinario de la Comunicación en el marco de las ciencias sociales y por ende el objetivo final del aprendizaje es el de ir formando un análisis crítico, progresivo e incesante a lo largo de su pertenencia a la escuela media.

Bibliografía

- AA. VV. “Viviendo a toda”. Jóvenes, territorios culturales y nuevas sensibilidades, Santafé de Bogotá, Siglo del Hombre-DIUC Universidad Central, 1998.
- AA. VV. Historia oral e historias de vida, Cuadernos de Ciencias Sociales, 18, México. FLACSO, 1990.
- Álvarez, L. “La mediatización de la política. Reflexiones sobre el ágora electrónica”, en Medios de comunicación y trampas de la democracia, Montevideo. CLAEH, 1990.
- Bauman, Z. En busca de la política. Fondo de Cultura Económica, Argentina, 2001.
- Bauman, Z. Comunidad. En busca de seguridad en un mundo hostil. Siglo XXI, Buenos Aires, 2003.

- Bogdan-T. Métodos de investigación cualitativa, Bs. As-. Paidós, 1990.
- Buckingham, David, La Educación para los Medios en la Era de la Tecnología Digital. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Roma "La Sapienza".
- Carman, M. Las trampas de la cultura. Los «intrusos» y los nuevos usos del barrio de Gardel. Buenos Aires. Paidós, 2006.
- Castells, Manuel, La Era de la Información, Vol. I. México, Siglo XXI, 1999.
- Celso, Liliana Elizabeth, El Lenguaje de los Videojuegos. Sus pliegues y Recortes en las Prácticas Sociales. Buenos Aires, Revista Novedades Educativas, Mayo 2006.
- Cohen, J.. "Estrategia o identidad: paradigmas teóricos nuevos y movimientos sociales contemporáneos".
- Corominas, María, Los Estudios de la Recepción. Barcelona, Portal de la Comunicación. Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Universidad Autónoma de Barcelona, 2001.
- De Certeau, M. La invención de lo cotidiano. I. Artes de hacer, México. Universidad Iberoamericana, 1996.
- De Certeau, M. La cultura en plural. Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, 1999.
- Dussel, I. y Southwell, M., Lenguajes en Plural. La Escuelas y las Nuevas Alfabetizaciones. En Revista El Monitor N° 13, Buenos Aires, Ministerio de Cultura y Educación de la Nación.
- Escribano A., Gandia, C. Magallanes, G. La Enseñanza de la Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales. Ciencias Sociales On Line. Vol. III N° 1. Universidad de Viña del Mar, Chile. <http://www.uvm.cl/csonline> , Marzo 2006.
- Featherstone, Mike, Cultura de Consumo y Posmodernismo. Buenos Aires, Amorrortu, 2000.
- Ferry, J.M. "Las transformaciones de la publicidad política", en j.-m. Ferry, d. Wolton y otros, el nuevo espacio público, Barcelona. Gedisa, 1992.
- Galindo Cáceres, J. (coordinador) Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. Adisson Wesley Longman, México, 1998.
- Galindo Cáceres, J: "La tercera orilla: religión popular y vida urbana" en revistas culturas contemporáneas n°11. Universidad de colima, México, 1991.
- Galindo Cáceres, J: "Vía pública, vida pública" en revistas culturas contemporáneas n°13-14. Universidad de colima, México, 1992
- García Cancilini, Néstor, Los Estudios sobre Comunicación y Consumo: El trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores. Diálogos de la Comunicación N° 32, 1992.
- García Canclini, N. Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad, Grijalbo, Buenos Aires, 1992
- García Canclini, N. Cultura y Comunicación: entre lo global y lo local. Ediciones de Periodismo y Comunicación. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, La Plata, 1997.

- García Canclini, Néstor. El Consumo sirve para Pensar. Diálogos de la Comunicación N° 30, 1991.
- Goffe, R. y Gareth, J., El Carácter Organizacional. Cómo la cultura corporativa puede crear o destruir negocios. Barcelona, Granica, 2001.
- Gonzalez, J. Más (+) Cultura(s) Ensayos sobre realidades plurales, Pensar la Cultura, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 1994.
- González, J. Coordenadas del imaginario. Protocolo para el uso de cartografías culturales. I, 2 (segunda época), 1995.
- Gubern, R. y Gasca, L., Discurso del Comic. Barcelona, Cátedra, 1988.
- Ivoskus, Daniel, Vivir Conectados. Sociedad, política y comunicación en la era digital. Buenos Aires, Norma, 2008
- Klein, Naomi, No Logo. El poder de las marcas. Barcelona, Paidós, 2001.
- Landí, O. “La política en las culturas de la imagen”, en Devórame otra vez, Buenos Aires, Planeta, 1992.
- Landí, O. “Videopolítica y cultura”, en Revista Diálogos, N° 29, Lima, FELAFACS, 1991.
- Landí, O. Devórame otra vez, Bs. As. Planeta, 1993.
- Lara, María Concepción, La Sociabilidad Virtual y la Nueva Producción de Sentido. Razón y Palabra Número 31 Feb-Mar 2003
- Levis, Diego. Los Videojuegos, un Fenómeno de Masas. Buenos Aires, Paidós, 1997
- Levy, Maurice, Cibercultura. Santiago de Chile, Dólmén, 2001.
- Lipovetsky, Gilles, El Imperio de lo Efímero. Barcelona, Anagrama, 1994.
- Maffesoli, M. El tiempo de las tribus: el declive del individualismo en la sociedad de masas, Barcelona. Icaria, 1990.
- Mancuso, Hugo, Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales. Buenos Aires, Paidós, 2000.
- Margulis, M y otros, La juventud es más que una palabra, Buenos Aires, Biblos, 1996.
- Margulis, M y otros , La cultura de la noche, Buenos Aires, Espasa Calpe, 1994.
- Martín-Barbero, J. De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Gustavo Gili, Barcelona, 1987.
- Martín-Barbero, J. “La ciudad virtual. Transformaciones de la sensibilidad y nuevos escenarios de comunicación”, en Revista de la Universidad del Valle, N° 14, Cali, 1996.
- Martín-barbero, J. “El miedo a los medios. Política, comunicación y nuevos modos de representación”, en la nueva representación política en Colombia, santafé de bogotá, fescol-iepri, 1997.
- Martín-Barbero, Jesús, De los Medios a las Mediaciones. Mexico, Ed. Gilli, 1987

- Mattelart, A. y Érik N., Introducción a los Estudios Culturales. Barcelona, Paidós, 2004.
- Mc Laren, P.: Pedagogía, identidad y poder en el multiculturalismo, homo sapiens, Rosario, 1998.
- McLaren, P. La vida en las escuelas, México, Siglo XXI, 1994.
- Ortíz, R. Otro territorio. Ediciones Universidad Nacional de Quilmes, 1996.
- O'Sullivan, Hartley, Saunders, M, Conceptos Claves en Comunicación y Estudios Culturales. Buenos Aires, Amorrortu, 1997.
- Oszlak, O. Merecer la ciudad. Los pobres y el derecho al espacio urbano. Buenos Aires, Instituto Cedes, Humanitas, 1991.
- Piña, C. “Sobre la naturaleza del discurso autobiográfico”, en Revista Argumentos, Nº 7, México, UNAM-Xochimilco, 1989.
- Piscitelli, Alejandro, Ciberculturas 2.0. En la Era de las Máquinas Inteligentes. Buenos Aires, Paidós, 2002.
- Piscitelli, Alejandro, Nativos Digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de participación. Buenos Aires, Santillana, 2009.
- Reguillo, R. En la calle otra vez. Las bandas: identidad urbana y usos de la comunicación, Guadalajara, Iteso, 1991.
- Reguillo, R. La construcción simbólica de la ciudad. Sociedad, desastre y comunicación. ITESO (Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente), Guadalajara, México, 1996.
- Reguillo, R. “EL oráculo en la ciudad: Ciencias prácticas y geografías simbólicas. ¿Una agenda comunicativa?”, en Revista DIA-LOGOS de la Comunicación n° 49, IX Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social, Lima, 1997.
- Reguillo, R. “Los miedos contemporáneos: sus laberintos, sus monstruos y sus conjuros”, en: Pereira G., José Miguel y Villadiego Prins, Mirla –editores–. Entre miedos y goces. Comunicación, vida pública y ciudadanías. Editorial Pontificia Universidad Javeriana, 2006.
- Reguillo, R: “El año 2.000, ética, política y estéticas: imaginarios, inscripciones y prácticas juveniles. Caso mexicano”, en viviendo a todas, siglo del hombre editores, 1998.
- Renaud, A. (1990), “Comprender la imagen hoy. Nuevas imágenes, nuevo régimen de lo visible, nuevo imaginario”, en aa. Vv., Videoculturas de fin de siglo, Madrid, cátedra.
- Saintout, F. (editora). Abrir la comunicación. Tradición y movimiento en el campo académico. Ediciones de Periodismo y Comunicación, UNLP.
- Saltalamachia, H., Historias de vida, Puerto Rico, Ed. De la Universidad, 1993.
- Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P., Elbert, R. Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología. Buenos Aires, CLACSO, 2004.
<http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/campus/metodo/metodo.html>
- Stake, R., Investigación con Estudio de Casos. Barcelona, Morata, 1998.

- Suarez Villegas, Juan Carlos, La Publicidad al Desnudo. Análisis social del discurso publicitario. Sevilla, Mad, 2002.
- Tedesco, Alicia Beatriz. Audiencias: ese oscuro objeto del deseo. Artículo
- Velleggia, S. "Identidad, comunicación y política en el espacio urbano. Los nuevos mitos", en globalización e identidad cultural, ciccus, buenos aires, pp. 217-254, 1998.
- Wasserman, Selma, El Estudio de Casos como Método de Enseñanza. Buenos Aires, Amorrortu, 1998
- Werner, K., Weiss, H. El Libro Negro de las Marcas. Barcelona, Debate, 2004.
- Wolton, Dominique, Pensar la Comunicación. Buenos Aires. Prometeo, 2007.
- Yacuzzi, Enrique, El Estudio de Caso como Metodología de Investigación. Universidad del CEMA, 2005.

Sitios públicos de artículos, investigaciones y bibliografía relacionados con la comunicación.

- <http://educacionyntics.ning.com/>
- <http://www.argentina.indymedia.org>
- <http://www.ciespal.net/mediaciones/>
- <http://www.coneicc.org.mx/>
- <http://www.dialogosfelafacs.net>
- <http://www.edu20.org/>
- <http://www.eduteka.org/>
- <http://www.icono14.net/>
- <http://www.infoamerica.org>
- <http://www.latindex.unam.mx/>
- <http://www.maestrosdelweb.com>
- <http://www.oei.es>
- <http://www.oei.org.ar>
- <http://www.portalcomunicacion.com>
- <http://www.razonypalabra.org.mx>
- <http://www.redciberetica.org/observatorios>
- <http://www.revistalatinacs.org/>
- <http://www.saladeprensa.org/>