



II COLOQUIO BINACIONAL BRASIL-MÉXICO DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

La comunicación en las culturas
locales y globales

1 al 3 de abril de 2009



Programa de Mestrado em Comunicação
e Práticas de Consumo ESPM

ESPM

amic

PROMOCIÓN

INTERCOM – Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de Comunicación

AMIC - Asociación Mexicana de Investigadores de Comunicación. Universidad Autónoma Juárez de Tabasco, México.

REALIZACIÓN

ESPM – Escuela Superior de Propaganda y Marketing

INTERCOM – Sociedad Brasileña de Estudios Interdisciplinarios de Comunicación

Cátedra Memorial da América Latina (UNESCO)

SEDE

ESPM – Escuela Superior de Propaganda y Marketing

Programa de Máster en Comunicación y Prácticas de Consumo

São Paulo, SP - Brasil

LUGAR DE CELEBRACIÓN

Memorial de América Latina

ESPM – Escuela Superior de Propaganda y Marketing

Sao Paulo, SP - Brasil

COORDINACIÓN GENERAL

Prof^a. Dra. Maria Aparecida Baccega (ESPM/ INTERCOM)

Prof. Dr. Rodrigo Gómez Garcia (UNAM/ AMIC)

COORDENACIÓN LOCAL

Prof^a. Dra. Gisela Castro (ESPM/ INTERCOM)

Prof^a. Dra. Rose de Melo Rocha (ESPM/ INTERCOM)

OBJETIVOS

- a) Reunir investigadores brasileños y mexicanos con el fin de reflexionar y construir unas bases de las relaciones comunicación / culturas/ consumo para la acción en la sociedad.
- b) Realizar análisis comparativos sobre el contenido programático de los medios de comunicación, discutiendo cómo se constituyen y operan en nuestras sociedades las relaciones comunicación/cultura; comunicación/educación; comunicación/consumo; diversidad/ unicidad; imagen/imaginario/ "realidad"; cultura hegemónica/culturas etc.
- c) Discutir la constitución del campo de la comunicación y el papel de las diversas áreas de conocimiento en nuestras investigaciones.
- d) Estimular el intercambio de producción científica entre ambas comunidades académicas.
- e) Favorecer propuestas de proyectos conjuntos (y, a ser posible, estudios comparados) entre investigadores de ambos países.

JUSTIFICACIÓN DEL TEMA ESCOGIDO

Sea cual sea el concepto de globalización que se pretenda adoptar, todo el mundo tiene claro que la realidad actual se encuentra atravesada por algunos vectores recurrentes: la presencia de la tecnología, que acelera el proceso de relaciones socio-políticas y económicas entre los Estados del mundo, la manifestación de los nuevos conceptos de tiempo y espacio, con consecuencias que empiezan -pero no terminan- en el propio cambio de la noción de pertenencia; las "nuevas" identidades: plurales, segmentadas y transitorias, que sustentan el nuevo *sensorium* que determina nuestra percepción del mundo.

Esta complejidad que instaurada posee un fuerte elemento de cohesión: la comunicación, de la más democrática (el aparato fonador) a la más sofisticada (la cibercultura). Dialógica por naturaleza, la comunicación, que solo se establece entre personas que tienen cultura y memoria comunes o virtualmente compartibles, es actualmente la gran responsable del proceso de producción, circulación y consumo de bienes materiales y simbólicos, cada vez más claramente convertidos en dos caras de la misma moneda.

Es la comunicación quien narra la historia de lo cotidiano y lo pasado en una determinada sociedad, sus procesos económicos y políticos, señalando caminos (transitorios en muchas ocasiones) y convirtiéndose en presencia obligada en todos los hechos y acontecimientos.

Esta conciencia de la importancia de la comunicación se pone de relieve con la difusión de la tecnología. Aunque no todos tengan acceso a los avances tecnológicos, su presencia en sectores de la sociedad es suficiente para hacerse notar, para hacer que toda la sociedad participe de esa tecnología. Aunque no sea directamente desde su residencia, los sujetos interactúan con la tecnología, por ejemplo, a través de la red bancaria (aunque sea para recibir la pensión de jubilación). No es extraño tener noticia de puestos de trabajo que han sido eliminados por la informatización de diversos sectores de las empresas. Son diversos

entre nuestros autores los que ya destacan la fuerte presencia de la tecnología formando el llamado "ecosistema comunicativo".

Conceptos que se difuminan, relaciones efímeras, consumo material y simbólico interactuando con esas identidades, cultura tejida por la comunicación: el conocimiento de la sociedad contemporánea pasa por las relaciones comunicación/cultura.

La contemporaneidad, llamada Era del Consumo (entre otras muchas denominaciones), añade un elemento más a este binomio: el consumo, constituidor de subjetividades y de identidades. La interacciones de colaboración, de negociación, ratificación o rectificación de los valores hegemónicos instalados en la conjugación entre consumo y cultura, se constituyen en uno de los grandes desafíos para los estudios de la comunicación.

Las relaciones comunicación/consumo; material/simbólico; diversidad/ unicidad; distinción/ democratización; imagen/ realidad son cuestiones relativas a la banalización de la sociedad contemporánea y manifiestas en el campo formado en las interrelaciones entre comunicación/cultura/consumo. Las relaciones en esas interfaces sobrepasan los diferentes campos del conocimiento, resultando su estudio multi y transdisciplinario. Su complejidad nos lleva a la necesidad de buscar construir su campo semántico a partir de varias reflexiones científicas. Este es el objetivo fundamental del Coloquio.

DINÁMICA DEL II COLOQUIO BRASIL-MÉXICO

- a) El tema general del Coloquio – La comunicación en las culturas globales y locales- será tratado en cada una de las actividades de este encuentro académico, además de ser el tema de la conferencia de apertura.
- b) Se formarán seis mesas temáticas, cada una de ellas con un coordinador, que tendrá la responsabilidad de hacer una reflexión crítica de los trabajos presentados, así como de articular el debate entre los participantes y el público.
- c) Los trabajos presentados en esas sesiones tienen como objetivo divulgar las diferentes experiencias realizadas principalmente en los dos países de los que trata el Coloquio.
- d) Se busca discutir los marcos teóricos y metodológicos, así como estudios de caso concretos, incluyendo proyectos de investigación comparada entre México y Brasil, concluidos o en realización.

COMITÉ CIENTÍFICO

Aimée Vega Montiel (UNAM/ AMIC)

Delia Covi Druetta (UNAM/ AMIC)

José Carlos Lozano (ITESM/ AMIC)

José Marques de Melo (USP/ UNESP/ INTERCOM)

Gisela G. S. Castro (ESPM/ INTERCOM)

Maria Aparecida Baccega (ESPM/ USP/ INTERCOM)
Maria Immacolata Vassalo de Lopes (USP/ INTERCOM)
Margarida M. Kunsch (USP/ INTERCOM)
Raúl Fuentes Navarro (ITESO/ AMIC)
Rodrigo Gómez García (UAM/ AMIC)
Rose de Melo Rocha (ESPM/ INTERCOM)
Sonia Virgínia Moreira (UERJ/INTERCOM)

ACTIVIDADES Y PROGRAMACIÓN GENERAL

Miércoles, 1º de abril de 2009

Lugar: Memorial da América Latina

Mañana

9 h – Presentación de credenciales de los participantes

10 h – Apertura solemne

10h30 – Conferencia de apertura

Tarde – 14h a 18h

Inicio de las sesiones temáticas

Sesión Temática 1: Epistemología, Teorías y Metodologías en Comunicación

Se discutirán las teorías de la comunicación y sus relaciones con el contexto socio-económico-político de cada país, así como su importación para la constitución del campo de la comunicación, de la elección de su objeto y metodologías. También serán tratadas las relaciones de la Comunicación con las demás ciencias del campo y la multi/ inter y transdisciplinariedad necesarias para los estudios de comunicación.

Sesión Temática 2: NTIC y Educación

En esta mesa se aborda la problemática y los distintos nuevos desarrollos que se presentan en el uso de las TIC en la educación. Reconocemos que se trata de un vínculo trasdisciplinario e interdiscursivo, no obstante, es propósito de este mesa, priorizar aquellos estudios desarrollados desde la mirada de la comunicación.

Jueves, 2 de abril de 2009

Lugar: Memorial de América Latina

Mañana – 9h30 a 12h30

Sesión Temática 3: Políticas y Acciones de Comunicación, Cultura y Consumo

Esta mesa tiene como centro las interrelaciones comunicación/cultura, buscando hacer patente el elitismo y el prejuicio como bases de las clasificaciones peyorativas de las culturas populares y del gusto popular (telenovelas, Sabrina, Julia, etc.) También buscará presentar al

ciudadano de la polis en su plenitud, discutiendo la capacidad de todos de hacer política y los impedimentos sociales para su ejercicio. La discusión contempla además las múltiples y recientes interacciones entre comunicación, consumo y acción política, comprendida ésta en sentido amplio.

Sesión Temática 4: Estudios de Recepción y Consumo

En esta mesa se discutirán cada uno de los dos ejes –producción, distribución, consumo (recepción) – buscando, a partir de sus interacciones, conocer el papel de la comunicación y del consumo en la constitución de los sentidos sociales y en la construcción de las identidades. También serán discutidas las relaciones comunicación/recepción/consumo en el contexto de la “mercadorización” de la sociedad contemporánea.

Tarde – 14h a 18h

Sesión Temática 5: Lenguajes y discursos

La discusión sobre los lenguajes de las diferentes plataformas mediáticas y su repercusión en la dinámica de la construcción de los significados sociales, haciendo énfasis en esta disputa por el significado, su modo de manifestarse en los diferentes géneros mediáticos. La importancia del lenguaje mediático en la ideología de lo cotidiano, lugar de ratificación o rectificación de los sistemas ideológicos constituidos, será discutida como también el lenguaje que el propio consumo construye y del que los *media* hacen uso.

Sesión Temática 6: Comunicación y cibercultura

Esta mesa centrará el debate en la presencia de la tecnología como fetiche, su “lugar” en la contemporaneidad y en el diseño del capitalismo tardío. También se debatirá sobre las formas de exclusión/inclusión digitales, esta última entendida como resultado de la formación del ciudadano, o sea, resultante de la inclusión crítica de toda la sociedad en este ecosistema comunicacional.

Viernes , 3 de abril de 2009

Lugar: ESPM

Mañana – 10h a 18h

10h30- Conferencia Magna

12h30 - Almuerzo de confraternización

SOBRE INSCRIPCIÓN Y PRESENTACIÓN DE LOS TRABAJOS

1. Sobre la **forma** de inscripción de los trabajos

- a) Los **textos completos** deben enviarse hasta **el 26 de enero de 2009**, con la referencia a la mesa en la que será inscrito, a las direcciones electrónicas de los coordinadores en el país de origen de los proponentes:

Brasil – Prof^a Dr^a. Maria Aparecida Baccega mbaccega@espm.br.

México – Profa. Dra. Aimée Vega Montiel aimeevegamx@yahoo.com.mx

- b) El texto deberá tener un máximo de 15 páginas (digitadas en Times New Roman tamaño 12, espacio 1,2) y debe incluir un resumen de 10 líneas como máximo (Times New Roman 11, espacio sencillo) y tres palabras clave, y en él deben constar: relato del trabajo de investigación, metodología y conclusiones principales. Y tres palabras-clave.
- c) Currículum resumido del autor, con un máximo de 10 líneas (o 700 caracteres con espacios)

2. Calendario para aceptación y evaluación.

- a) Período de **inscripción con trabajo completo**:
Del 30 de octubre de 2008 al 26 de enero de 2009
- b) **Divulgación** de los **textos** seleccionados:
Hasta el 14 de febrero de 2009
- c) **Confirmación oficial** de participación por los seleccionados:
Hasta el 14 de marzo de 2009.