



**Facultad de Información
y Comunicación**
Instituto de Comunicación



**UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA**
URUGUAY

Nombre del curso: <input type="text" value="Economía y Política"/>		Año de elaboración del Programa: <input type="text" value="2015"/>
Nombre abreviado: <input type="text" value="EcoYPol"/> (Será completado por Bedelía)	Código: <input type="text" value="4207"/> (Será completado por Bedelía)	Estado: <input type="text" value="Aprobado"/>
Carrera: <input type="text" value="Licenciatura en Comunicación"/>	Ciclo: <input type="text" value="Profundización"/>	
Curso ofrecido como electiva para otros Servicios Universitarios: <input type="text" value="Sí"/> (Será completado por la Comisión de Carrera)	Común / Optativo: <input type="text" value="Común"/>	Créditos: <input type="text" value="6"/> (Será completado por la Comisión de Carrera)
Tipo Orientación: <input type="text" value="Seleccionar"/> <input type="text" value="Orientaciones Curriculares"/> (Será completado por la Comisión de Carrera)		
Módulo(s): (Será completado por la Comisión de Carrera)	<input type="checkbox"/> Lenguajes y Medios <input type="checkbox"/> Metodología <input type="checkbox"/> Profesional-Integral <input checked="" type="checkbox"/> Sociedad, Cultura y Políticas de Comunicación <input type="checkbox"/> Teoría y Análisis de la Comunicación	
Departamento o áreas: <input type="text" value="Ciencias Humanas y Sociales"/>	Semestre/s: <input type="checkbox"/> 1ro: <input type="checkbox"/> 2do: <input checked="" type="checkbox"/> 3ro: <input type="checkbox"/> 4to: <input type="checkbox"/> 5to: <input type="checkbox"/> 6to: <input type="checkbox"/> 7mo: <input type="checkbox"/> 8vo:	
Tipo de curso: <input type="text" value="Teórico"/> (Será completado por la Comisión de Carrera) Descargar Tipología de Cursos	Turno/s: <input checked="" type="checkbox"/> Matutino: <input type="checkbox"/> Vespertino: <input checked="" type="checkbox"/> Nocturno:	
<input type="text" value="Docente/s responsable/s del curso"/>	GERARDO ALBISTUR NICOLAS GUIGOU GIANELA TURNES	

A partir de aquí, la información deberá ser aportada por el/los docente/s responsable/s del curso

<input type="text" value="Docente/s encargado/s del curso"/> (pueden coincidir o no con el docente responsable)	GERARDO ALBISTUR MATIAS NAVARRETE MARIA FERNANDA OSORIO NICOLAS THEVENET GIANELA TURNES	
<input type="text" value="Docente/s invitado/s al curso"/>		
Forma de evaluación: <input checked="" type="checkbox"/> Parciales (Individual) <input type="checkbox"/> Parciales (Grupal) <input type="checkbox"/> Trabajos Prácticos (Individual) <input type="checkbox"/> Trabajos Prácticos (Grupal) <input checked="" type="checkbox"/> Examen (Individual) <input type="checkbox"/> Examen (Grupal) <input type="checkbox"/> Trabajo de Pasaje de Curso (Individual) <input type="checkbox"/> Trabajo de Pasaje de Curso (Grupal) <input type="checkbox"/> Informe (Individual) <input type="checkbox"/> Informe (Grupal) <input type="checkbox"/> Monografía (Individual) <input type="checkbox"/> Monografía (Grupal) <input type="checkbox"/> Producto u Obra (Individual) <input type="checkbox"/> Producto u Obra (Grupal) <input type="checkbox"/> Control de Lectura (Individual) <input type="checkbox"/> Control de Lectura (Grupal)	Régimen de asistencia: <input type="text" value="Asistencia libre"/>	
Descargar Normativa del Plan referida a este asunto	Horas semanales de aula: <input type="text" value="3"/>	
Modalidad de cursado: <input type="text" value="Presencial"/>	Créditos incrementales (en caso de corresponder): <input type="text" value="No"/>	Horas semanales de trabajo estudiantil (estimadas): <input type="text" value="3"/>
Explicite en forma más detallada la modalidad de evaluación elegida (sin límite)*:		

La exoneración del curso se hará de acuerdo con la reglamentación vigente. Al final del módulo II y del módulo IV se evaluará la apropiación de conocimientos y la capacidad de reflexión de los estudiantes a partir de ellos, mediante la aplicación de dos pruebas escritas en modalidad de cuestionario abierto de cuatro preguntas cada una.

Breve resumen de la actividad curricular (máximo 500 caracteres)*: restan:-4

El curso se divide en cuatro módulos temáticos vinculados. El primero de ellos establece la tipología moderna de las formas de poder, y se concibe como el módulo articulador de las perspectivas que se verán a lo largo del curso. Los módulos 2 y 3 refieren específicamente a las nociones de poder político y económico. El módulo 4 vuelve a articular las perspectivas anteriores aproximando a la problemática del poder ideológico, destacándose la importancia de lo comunicacional en esta forma específica.

Objetivos del curso (sin límite)*:

(generales y específicos)

El curso se propone abordar aquellos desarrollos teóricos de las disciplinas económica y política que se consideran esenciales para la formación y el ejercicio profesional de los Licenciados en Comunicación. Desde la perspectiva del ejercicio del poder, se espera que el estudiante esté en condiciones de reconocer las relaciones y diferencias entre las tres clases de poder: el poder político, el poder económico y el poder ideológico vinculado estrechamente al fenómeno comunicacional.

Se procura la reflexión crítica de los estudiantes acerca de las categorías conceptuales del análisis económico y político, atendiendo a la interdisciplinariedad implicada y su relación con el campo de la comunicación.

Conocimientos previos recomendados (sin límite)*:

Tratándose de un curso común correspondiente al tercer semestre, no se sugieren cursos previos.

Metodología de trabajo (sin límite)*:

(detallar actividades previstas con los/as estudiantes)

Cuarenta y ocho (48) horas presenciales distribuidas en dieciséis (16) semanas con dos (2) clases teóricas semanales de una hora y media. A lo largo del curso se prestará especial atención a la vinculación de los cuatro módulos propuestos.

Contenidos del curso (sin límite)*:

1. El Poder.

Tipología de las formas de poder: El poder político. El poder económico. El poder ideológico.

- 1. Bobbio, Norberto (2009). Teoría general de la política. Madrid: Trotta. (Cap. III, p. 175-194).*
- 2. Chonchol, Jacques (2002). El poder en la economía mundial. Revista mensual de Economía, Sociedad y Cultura. Diciembre 2002. www.rcci.net*

2. El poder político

Definición de Estado. Tipos de legitimación de la dominación. La política democratizada. Democracia directa y democracia representativa. Gobierno y oposición: la poliarquía. La política entendida como distribución de recursos.

- 3. Weber, Max (2005). "La política como vocación" en El político y el científico. Buenos Aires: Ed. Libertador.*
- 4. Bobbio, Norberto. 1986. "Democracia representativa y democracia directa" en El futuro de la democracia. México: FCE.*
- 5. Dahl, Robert (1991). La poliarquía: participación y oposición. Madrid: Tecnos.*
- 6. Leftwich, Adrian (1986). "La política: gente, recursos y poder". ¿Qué es la política?, México: FCS.*

3. El Poder económico

Actividad económica y poder. La teoría económica ortodoxa y el herramental microeconómico de análisis del poder de mercado. La concepción marxista de la economía. Reconfiguración de mercados en la globalización.

7. Blanco Martín, Carlos (2008). *Marxismo y poder*. Revista *Nómadas*. Publicación electrónica de la Universidad Complutense.
8. Dutra, Gustavo (2005). *La Globalización y la Integración en la Fase Actual del Capitalismo*. UdelaR, FCCEEA, Oficina de Apuntes de CECEA.
9. Ferré, Zuleika y Rossi, Ianina (2005). *Estructuras de Mercado. Notas docentes de Economía I*, FCS.
10. Rak, Gustavo (2012). *La economía teórica de Karl Marx*. UdelaR, FCCEEA, Oficina de Apuntes de CECEA.
11. Valdomir, Sebastián (2012). *Inversiones, transnacionales y desarrollo. El caso de Uruguay*. FESUR.

4. El poder ideológico

Los medios, la política y su relación con la economía. La mediatización de lo político. Medios y democracia. La publicidad y el espacio público. La mercantilización del tiempo libre. Las redes informáticas: espacio democratizado o espacio de control.

12. Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo (2006). *Senderos de la economía de la comunicación: un enfoque latinoamericano*. CIC Cuadernos de Información y comunicación vol. 11. pp 111 - 128
13. Eco, Umberto. 2013. "Reflexiones sobre WikiLeaks" en *Construir el enemigo*. Buenos Aires: Lumen.
14. Faraone, Roque (2014) *La publicidad*. CADESYC, Revista Estudios y Cuadernos de Compañero.
15. Furtado, Celso (1979), *Creatividad y Dependencia, Siglo XXI, Economía y Demografía, México*.
16. Gramsci, Antonio (1932). *Cuadernos de la Cárcel. Textos seleccionados*.
17. Miguel, Juan Carlos (2002). *Los grupos de comunicación occidentales a la hora de la convergencia*. Revista Efectos. Globalismo y Pluralismo.
18. Ortega, Félix (2011). *La política mediatizada*. Alianza Editorial: Madrid.
19. Portillo, Alvaro (1985). *Economía política del fútbol*.
20. Sartori, Giovanni (2005). *Videopolítica. Medios, información y democracia de sondeo*. México: FCE.

Bibliografía o filmografía básica*:

(máximo 15 entradas)

1. Bobbio, Norberto (2009). *Teoría general de la política*. Madrid: Trotta. (Cap. III, p. 175-194).
2. Chonchol, Jacques (2002). *El poder en la economía mundial*. Revista mensual de Economía, Sociedad y Cultura. Diciembre 2002. www.rcci.net
3. Weber, Max (2005). "La política como vocación" en *El político y el científico*. Buenos Aires: Ed. Libertador.
4. Bobbio, Norberto. 1986. "Democracia representativa y democracia directa" en *El futuro de la democracia*. México: FCE.
5. Dahl, Robert (1991). *La poliarquía: participación y oposición*. Madrid: Tecnos.
6. Leftwich, Adrian (1986). "La política: gente, recursos y poder". *¿Qué es la política?*, México: FCS.
7. Blanco Martín, Carlos (2008). *Marxismo y poder*. Revista Nómadas. Publicación electrónica de la Universidad Complutense.
8. Dutra, Gustavo (2005). *La Globalización y la Integración en la Fase Actual del Capitalismo*. UdelaR, FCCEyA, Oficina de Apuntes de CECEA.
9. Ferré, Zuleika y Rossi, Ianina (2005). *Estructuras de Mercado*. Notas docentes de Economía I, FCS.
10. Valdomir, Sebastián (2012). *Inversiones, transnacionales y desarrollo. El caso de Uruguay*. FESUR.
11. Becerra, Martín y Mastrini, Guillermo (2006). *Senderos de la economía de la comunicación: un enfoque latinoamericano*. CIC Cuadernos de Información y comunicación vol. 11. pp 111 - 128
12. Eco, Umberto. 2013. "Reflexiones sobre WikiLeaks" en *Construir el enemigo*. Buenos Aires: Lumen.
13. Faraone, Roque (2014) *La publicidad*. CADESYC, Revista Estudios y Cuadernos de Compañero.
14. Ortega, Félix (2011). *La política mediatizada*. Alianza Editorial: Madrid.
15. Sartori, Giovanni (2005). *Videopolítica. Medios, información y democracia de sondeo*. México: FCE.

Bibliografía o filmografía recomendada (sin límite)*:

1. Rak, Gustavo (2012). *La economía teórica de Karl Marx*. UdelaR, FCCEyA, Oficina de Apuntes de CECEA
2. Furtado, Celso (1979), *Creatividad y Dependencia, Siglo XXI, Economía y Demografía, México*.
3. Gramsci, Antonio (1932). *Cuadernos de la Cárcel*. Textos seleccionados.
4. Miguel, Juan Carlos (2002). *Los grupos de comunicación occidentales a la hora de la convergencia*. Revista Efectos. Globalismo y Pluralismo.
5. Portillo, Alvaro (1985). *Economía política del fútbol*.