

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOMAS DE ZAMORA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN

AÑO: 2018

EQUIPO DOCENTE:

Titular: Lic. Gustavo Naon

Asociado: Lic. Santiago D. Aragón

Adjunta: Lic, Luz Canella Tsuji

Lic. María Victoria Hermosilla

J.T.P.: Lic. Julieta Ferreiro

Lic. Marina Gemellaro

DURACIÓN: CUATRIMESTRAL

CARGA HORARIA:

RELACIONES PÚBLICAS 96 HS.

PUBLICIDAD 96 HS.

LETRAS 96 HS.

COMUNICACIÓN SOCIAL 96 HS.

PERIODISMO 96 HS.

Marco Referencial:

Esta materia forma parte de la propuesta curricular del primer año de las carreras de Periodismo, Comunicación Social, Letras, Relaciones Públicas y Publicidad. En la misma, se pretende aportar a los alumnos las herramientas necesarias para adentrarse en el análisis de los diferentes paradigmas que hacen a la Comunicación una práctica social, contextualizada a lo largo de la historia y que requiere ser abordada con los supuestos teóricos, epistemológicos y metodológicos que les concierne, con el fin de poder lograr un razonamiento lógico y un pensamiento crítico en base a las constituciones de la misma en la vida de los sujetos. Abordar la realidad social que nos coloca como protagonistas de grandes transformaciones, requiere la responsabilidad de poder ir construyendo un mundo de interrogantes que acompañen la construcción de un posicionamiento. Es por ello que los ámbitos de incumbencia del fenómeno de la comunicación, tanto Cultural, Político y Económico, la colocan dentro de un orden social determinado por grandes tensiones que encierran a la misma y que merecen poder ser contextualizadas, en el orden del discurso como en el de su práctica.

La propuesta de poder establecer variables que delimiten las líneas de estudio que aborden a la comunicación en su historia, sus caminos, sus transformaciones y sus expresiones de la realidad, requerirá un amplio proceso de estudio e investigaciones de tipo teórico- práctico, con la mirada etnográfica que nos ubica dentro de la sociedad Argentina y Latinoamericana.

Teniendo en cuenta todos estos factores, la propuesta de desarrollo de contenidos explicará y propondrá realizarnos cuestionamientos acerca de los alcances de los diferentes sistemas que hacen a la comunicación, en la construcción de subjetividades sociales, el mundo globalizado, y una economía de mercado. La posibilidad de poder pensar los marcos extensivos de la misma, su función social o corporativa, atendiendo las características presentes de en cada grupo social, en particular y en general. Se buscará brindar un primer acercamiento a los conceptos de Cultura, Comunicación, Cultura de masas, Medios de Comunicación, dentro de los paradigmas Instrumentalistas y Culturalistas, teniendo en cuenta tanto la óptica de la Lingüística como de la Semiótica. Se proveerán conocimientos básicos y funcionales sobre las diferentes Teorías de la comunicación y sus diferentes áreas de investigación tanto en Europa, EE.UU. y América Latina

Desde la presente propuesta no se pretenden dar respuestas acabadas ni saturar la posibilidad de problematización de los alumnos. Por el contrario se propone estimular la

formulación de preguntas a través de la observación, lectura y debate que se irá delineando con la ayuda del material bibliográfico y otros recursos.

El recorrido bibliográfico que se propone, esta adecuado al grupo de estudio que cursa la materia en orden curricular, teniendo en cuenta su reciente ingreso a la universidad. En ese sentido, se espera que las discusiones, reflexiones y debates que se produzcan a lo largo de la cursada, surjan como una articulación de los aportes y posiciones que el grupo exponga y las lecturas ofrecidas por la propuesta bibliográfica, acompañadas de las explicaciones de clase y las realizaciones de los trabajos prácticos en clase, o a entregar, individuales y grupales.

OBJETIVOS GENERALES:

- Favorecer la construcción de un marco teórico para la interpretación de los procesos que hacen a la Comunicación.
- Promover el reconocimiento de la importancia del contexto histórico, donde se ubican las prácticas que hacen a la comunicación, para su análisis e interpretación.
- Orientar el alcance de la comunicación como fenómeno de construcción de pensamiento y de sentido común.
- Desnaturalizar aquellas miradas que despegan a la comunicación de sus intereses y contenido político, cultural y económico.
- Fortalecer la construcción de un pensamiento crítico que genere la intencionalidad de repreguntarnos sobre aquello pensábamos
- Generar espacios de debate, reflexión así como de apropiación de conocimientos y herramientas que harán posible sus estudios posteriores en profundidad.

Objetivos específicos:

- Que el alumno incorpore los principales conceptos de Comunicación y sea capaz de aplicarlos operativamente a problemáticas concretas de su actividad profesional futura.
- Que el alumno incorpore los principales conceptos de Cultura y su influencia como proceso social de significación.
- Que el alumno incorpore las aplicaciones y límites de las distintas Teorías de la Comunicación, logrando reconocer las áreas de investigación de cada una.

- Que el alumno sea capaz de evaluar el impacto del desarrollo tecnológico en los medios de comunicación y su influencia en la transformación del espacio público.

Unidades programáticas

UNIDAD 1

La comunicación como práctica social.

El proceso de producción social. La perspectiva latinoamericana. Comunicación, cultura y cambio social. Percepciones, concepciones y evaluaciones en el proceso de planificación. Comunicación en la trama social. Transdisciplinariedad. El signo como objeto, causa y fundamento. Dependencia lingüística de la comunicación. Naturaleza del signo lingüístico. Significado y significante. El estructuralismo y el pragmatismo. Del binarismo a la terceridad. Saussure y Peirce. La visión semiótica. Representamen, fundamento e interpretante. Índices, íconos y símbolos.

Bibliografía:

Uranga, Washington. "MIRAR DESDE LA COMUNICACIÓN. Una manera de analizar las prácticas sociales"

Ferdinand de Saussure: "Curso de lingüística general"

Primera Parte, Principios Generales, Capítulo I.

Objeto de la lingüística. Cap III.

Charles Peirce - "Icono, Índice y Símbolo".

UNIDAD 2

Introducción a las teorías de la comunicación social.

Definición de modelo. Estudios sobre emisores y producción informativa. Estudios sobre el mensaje. Análisis de contenido. Teorías. Evolución teórica (Historia y concepto de las principales teorías). La mirada sistémica y la mirada crítica. Las Teorías Administrativas y los modelos explicativos de la comunicación masiva. Desde la teoría hipodérmica a una teoría de la

persuasión. Las primeras formulaciones sobre la comunicación masiva y sus relaciones con la psicología conductista. La Teoría Crítica: Escuela de Frankfurt. Los Estudios Culturales. Escuela de Birmingham. Cultura popular. Dominación y resistencia cultural. Modelo de codificación y decodificación. Clases sociales y consumos culturales. El giro norteamericano. Polisemia y negociación de sentido.

Bibliografía:

Eco, Umberto. Apocalípticos e integrados. Cultura de masas y niveles de cultura: high, middle, low.

Críticas y apologías. Conclusión. Propuestas de investigación.

Harold Lasswell - Estructura y función de la comunicación en la sociedad

Paul Lazarsfeld - Personal Influence

Theodor Adorno y Max Horkheimer – La industria cultural como mistificación de las masas.

Éric Maigret – Sociología de la comunicación y de los medios. Cap 10.

Stuart Hall – Codificar y decodificar

UNIDAD 3

Reflexiones sobre comunicación desde Latinoamérica. El impacto de las nuevas tecnologías de la información.

Los antecedentes de la reflexión teórica en América Latina y la construcción de un pensamiento localizado. La comunicación y el desarrollo: debates, conflictos y trabajos. Los procesos de visibilización y las representaciones sociales en el campo de la comunicación. El espacio de las mediaciones.

La influencias de los desarrollos tecnológicos en la construcción de nuevos relatos. Nuevo paradigma de comunicación digital. La diversificación de la audiencia de masas. Instituciones de la economía informacional. El multimedia como espacio simbólico.

Bibliografía:

Barbero, Jesús Martín. : “Oficio de cartógrafo” Capítulo 2: Cultura: desafíos de lo popular a la razón dualista.

Scolari “*Hipermediaciones*” Cap 3 y 8.

Orihuela, José Luis. – Los nuevos paradigmas de la Comunicación

UNIDAD 4

Las nuevas subjetividades. Identidad y rasgos de la sociedad de la información.

La exhibición de la intimidad en la escena contemporánea. La construcción de la subjetividad. Los diversos modos que asume el yo. Lo público y lo privado. El anonimato y la visibilidad. La posmodernidad.

Identidades y sentido en la sociedad red. Informacionalización y globalización. La red y la redistribución del poder. La exacerbación del yo. Los medios como espacios políticos. Estados nación y gobierno global. El estado red y la espectacularización de la vida política.

Comunicación alternativa en Latinoamérica. Utilización de las herramientas digitales en sentido contrahegemónico. Producción multimedial y colaborativa. Periodismo crítico.

Contrainformación. Contexto histórico de surgimiento y desarrollo. Convergencias y matices.

Bibliografía:

Sibilia, Paula – La intimidad como espectáculo

Castells , Manuel – Comunicación y poder

de Moraes, Denis. - Agencias alternativas en red y democratización de la información en América Latina.

MODALIDAD DE TRABAJO

La asignatura se desarrollará bajo la modalidad de Teórico y práctico. Se realizarán trabajos prácticos grupales e individuales, con los contenidos desarrollados en los teóricos.

PAUTAS DE ACREDITACIÓN

- Dos parciales escritos presenciales, con promedio de cuatro o superior (cada uno de ellos). Se podrá recuperar un solo parcial.
- 80% de asistencia a la totalidad de las clases prácticas
- Aprobación de los trabajos prácticos en clase. Se evaluará la participación en clase de los alumnos.
- Quienes tengan una calificación de 7 (siete) o más en todas las instancias de evaluación accederán a un coloquio sobre la Unidad 4 en la mesa de examen final. Quienes tengan una calificación entre 4 (cuatro) y 7 (siete) en todas las instancias de evaluación, accederán a la instancia de final (oral y sobre toda la bibliografía de la materia).

SISTEMA DE REGULARIDAD Y EVALUACIÓN

Se obtiene la regularidad de la materia cumpliendo con lo expuesto en el ítem anterior.
Y la acreditación de la misma al aprobar un examen final oral.

EXAMEN LIBRE

- Programa completo de la materia
- Trabajo práctico obligatorio
- Evaluación escrita y oral