

1- Fundamentación teórica:

La comunicación es instrumento de realización humana. Los códigos que la hacen posible, bienes culturales que la humanidad ha generado y transmitido para realimentar la relación necesidad-satisfacción que procuran los diversos hechos comunicativos-interpersonales y sociales. La organización de la vida comunitaria en sus sistemas de producción, transmisión y recepción de la cultura ha ampliado el repertorio de técnicas, recursos y modalidades comunicativos y hoy constituyen el ensamblaje tecno-científico-artístico y comercial que opera dialécticamente en su seno.

La acción centrífuga que se deriva del proceso de producción industrial de mensajes tendió a homogenizar la cultura y por ende a pérdida de las identidades culturales nacionales y regionales hasta conformar un mosaico global universal. Las alternativas en comunicación y las prácticas de comunicación popular pretenden alterar ese desequilibrio y constituirse en una praxis social que posibilite la reapropiación de la voz de los que no tienen voz e imágenes propias en el sistema unidireccional, centralizador y mercantilista de la difusión masiva.

2- Objetivos de la cátedra:

General: Informar acerca de las corrientes teóricas que permitieron el desarrollo de las Ciencias de la Comunicación Social, a nivel mundial y su correlato en América Latina en particular.

Específicos: Formar una concepción propia acerca de los fenómenos analizados, a través del análisis-síntesis y discusión de los textos propuestos.

3-

TEMARIO

Unidad 1: Categorías básicas .

La comunicación: concepto genérico; fenoménica individual, grupal y social.

La información: producción y distribución de datos. Unidireccionalidad.

La difusión: orientación, adaptación, integración.

La masividad como consecuencia tecnológica y como causalidad cultural.

Unidad 2: La comunicación como objeto de estudio y disciplinas que la abordan.

Enfoques: desde la psicología de la conducta y la matemático-cibernética.

La antropología, la lingüística y la semiología.

La sociología, la economía, la politología y la filosofía de la comunicación.

Unidad 3: La investigación de la comunicación.

Intereses político-ideológicos: "la public-opinion research"; EE.UU.; 1930.

Interés económico-político: "mass communications research"; EE.UU.; 1945.

Interés social-moral: análisis "funcionalista" del proceso de comunicación masiva. Lazarsfeld, Merton.

Cultura de masas, ideología y geopolítica de la información.

La concepción crítica de los procesos político-económicos de la información y la comunicación masiva en Latinoamérica. La teoría de la dependencia y la invasión cultural.

Unidad 4: El proceso comunicacional.

Emisor: producción, intencionalidad, objetivos.

Mensaje: codificación, decodificación. Tipos de códigos.

Receptor: aptitud y actitud frente a los medios. Usos del mensaje.

Canal: recursos tecnológicos aplicados. Registro y conservación del mensaje. "Feed-back": posibilidades en la difusión mediada.

Sintáctica, semántica y pragmática de los medios de comunicación. Tipologías de la comunicación; códigos; signos.

Unidad 5: Impacto político-cultural de la difusión masiva.

Cultura, cultura popular y cultura masiva.

La experiencia vicaria. La propaganda y la "opinión pública"

La industria cultural: cultura y mercancía.

La publicidad: ideología y mercado.

El periodismo: geopolítica de la información.

Unidad 6: Política y geopolítica de la comunicación social.

La UNESCO: concepción del desarrollo de las comunicaciones como instrumento del desarrollo integral de los pueblos.

Análisis de las desigualdades en el flujo informacional

Norte-Sur. Nuevo orden informacional: economía y comunicación y cultura. La Comisión Mc Bride y el informe de la polémica.

General:

- Moragas, Miguel de: Teorías de la Comunicación; Ed. G. Gili, Barcelona; 1982.
- Wolf, Mauro: La Investigación de la Comunicación de masas; Ed. Paidós; España; 1987.
- Moragas, M. de : Sociología de la Comunicación de masas; Ed. G. Gili; Barcelona; 1980.
- Enzensberger, Hans M. : Para una teoría de los M.C.M.; Ed. Anagrama, España, 1980.
- Mompart y Fontcuberta: Alternativas en comunicación; Ed. Mitre; España, 1981.

Específica:

- Muraro y otros: La comunic. de masas; CEAL, Buenos Aires, 1975. (Muraro; Lazarsfeld-Merton y Morin).
- Fiske, John: Introducción al estudio de la comunicación; Ed. Norma; Bogotá; 1987.
- AA.VV.: Introducción a la Comunic.; (mimeo).
- Zecchetto, Victorino: Comunic. y actitud crítica; Ed. Paulinas, Bs. As.; 1985.
- Reyes Matta, Fernando: Comunicación alternativa y búsquedas democráticas; Ed. Nueva Imagen-ILET; México.
- Uranga, W.: Comunicación popular; (mimeo).
- CHASQUI; revista de comun. nº 7, 8 y 10; Ciespal, Ecuador.
- Habermas, Jürgen: Historia y crítica de la op. Públ.; Ed. G. Gili, Barcelona, 1986.
- Moles, Abraham: La comunicación y Conserva de la comun.; en Enciclopedia de los Mass-media, Asuri Ed., España, 1985.

Criterios de evaluación:

Los alumnos regulares deberán aprobar 2 exámenes parciales y los trabajos prácticos encomendados. Si el total de las calificaciones fuese 7 (siete) o más; individualmente (no promediadas), obtendrá la promoción final sin examen.

Quienes hayan aprobado los dos parciales y los T.P. con nota 4 a 6 podrán aprobar la materia pasando el examen final correspondiente.

Los parciales y lo T.P. tendrán una alternativa de evaluación recuperatoria cada uno, para mantener la calidad de regular.


Prof. Mirta A. Launay