

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE
LA MATANZA**

Escuela de Formación Continua

Nombre de la Carrera: Licenciatura en Lengua y Literatura

Materia: Teoría de la Comunicación II
Código: 0575 - 7664

Ciclo Lectivo: 2010

Cuatrimestre: 2º

Profesor: Adriana Pidoto

1- PROGRAMA DE SISTEMAS EDUCATIVOS COMPARADOS

Código del curso: 0575- 7664

2- CONTENIDOS MÍNIMOS

Revisión de conceptos centrales de teorías de la comunicación. Los paradigmas clásicos: alcances y limitaciones frente a los nuevos avances tecnológicos. Globalización, transnacionalización.

De la escritura a la imagen. Predominio de la imagen. Nociones de ámbito de recepción: su importancia política.

Prensa, publicidad y formación de la opinión pública. Su importancia en los ámbitos comunicacionales.

Lenguaje televisivo. Su construcción. La formación del espectador. El lenguaje cinematográfica. La industria. Análisis del texto cinematográfico: enunciación y técnicas

La era de la sociedad de la información. El uso de Internet. El hipertexto

3- SÍNTESIS DEL MARCO REFERENCIAL DEL PROGRAMA

Teorías comunicacionales clásicas y sus limitaciones frente a los avances tecnológicos.
De la palabra a la imagen. Su evolución. Su predominio.
Prensa, publicidad y opinión pública. Lenguajes televisivos y lenguajes cinematográficos.

Uso de Internet. El hipertexto. La era de la información tecnológica

4- OBJETIVOS GENERALES DEL PROGRAMA

Este programa tiene como objetivos generales lograr que los alumnos puedan adquirir competencias con el fin de conocer las distintas teorías de la comunicación, cómo fueron evolucionando diacrónicamente y cómo se enfrentan epistemológicamente frente a los incesantes avances tecnológicos.

Además, intenta recorrer las principales líneas teóricas que constituyen las bases de conceptos como prensa, publicidad y opinión pública, teniendo en cuenta la importancia política que estos conceptos revisten .

Por otra parte, se presentan especificaciones sobre lenguajes televisivos y cinematográficos. Así cómo se manejan los nuevos esquemas relacionados con los avances tecnológicos propuestos por el uso de Internet y la aparición de los hipertextos.

5-UNIDADES DIDÁCTICAS

5.1 OBJETIVOS POR UNIDAD

UNIDAD 1. Que los alumnos sean capaces de:

-reconocer y diferenciar los distintos enfoques teóricos con los que se han manejado históricamente las teorías comunicacionales y sus limitaciones frente a los nuevos avances tecnológicos.

- de revisar los principales conceptos que conforman la base científica de estas teorías.

UNIDAD 2.

- revisar los conceptos de ámbito de reopción y su trascendencia política y social

- reconocer la evolución sufrida por los procesos sociales en relación con el pasaje del uso de la palabra al predominio de la imagen

UNIDAD 3. - conocer la importancia de la difusión de la prensa gráfica en los procesos comunicacionales y cómo influye la publicidad en dichos procesos.

- reconocer el proceso de formación de la opinión pública y cómo influye en la vida política y social de las Naciones

-

UNIDAD 4. - especificar las características del lenguaje televisivo y la formación del telespectador.

- distinguir la importancia del lenguaje del lenguaje cinematográfico, su evolución histórica y los elementos que lo construyen.

- analizar la trascendencia de la industria cinematográfica como difusora de la ideología de los países

UNIDAD 5. – deducir las transformaciones que los nuevos medios tecnológicos han efectuado procesos comunicacionales, su impacto en el uso de Internet y en el manejo de los Hipertextos.

5.2 CONTENIDOS TEMÁTICOS

UNIDAD 1. Re visión de los conceptos de “cultura”, “cultura de masa”, “medios”, “cultura popular” e “industria cultural”. Las teorías comunicacionales clásicas y sus limitaciones frente a la transformación tecnológica. Los grandes paradigmas en la investigación de la comunicación de masa

UNIDAD 2. Nociones de ámbito de recepción y alcance de difusión. De la escritura a lo audiovisual. El predominio de la imagen. La sociedad del espectáculo. Algunas hipótesis sobre el desarrollo histórico de las teorías de la comunicación.

UNIDAD 3. Prensa, publicidad, y constitución de la opinión pública. La información en los medios. El surgimiento de los públicos. La noticia como mercancía.. Breve historia de la prensa periódica industrial. La figura de la opinión pública: interpretaciones sociológicas y sociosemióticas. Publicidad, política y sociedad.

UNIDAD 4. El discurso televisivo. La televisión y sus programas. El lenguaje cinematográfico y el análisis del film: la discusión semiótica. La industrialización de la imagen en movimiento. La hegemonía de Hollywood. El cine y su espectador.

UNIDAD 5.. La noción de “sociedad de la información”. El concepto de “cibercultura”. La dicotomía analogía –digitalización. Los usos de Internet. La informática y las redes globales de comunicación

UNIDAD 5.

5.3 BIBLIOGRAFÍA

UNIDAD 1. García Canclini, Néstor (1995) “Popular, popularidad: de la representación política a lo teatral” en *Culturas híbridas. Estrategias para salir de la Modernidad*. Buenos Aires, Sudamericana

García Canclini, Néstor (2001). “ La cultura extraviada en sus definiciones” en *Desconectados, ,desiguales y diferentes*. Buenos Aires. Sudamericana

McQuail,D . (1996). “Conceptos y definiciones “ en *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. México, Paidós.

Torrico Villanueva, Erick (2004). “un campo interdisciplinario “ y “La matrices sociales” en *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación* . Buenos Aires. Grupo Editorial Norma

• **UNIDAD 2.**

• - **Debord, Guy** (1995). “ La separación consumada” en *La sociedad del espectáculo*. Buenos Ires. La Marca.

- Debray, Regis (1994) “Hacia un materialismo religioso” en *Vida y muerte de la imagen*. Historia de la mirada en Occidente. Buenos Aires. Paidós.

- ----- “Las tres edades de la mirada” en op. Cit

----- “El posespectáculo”en Op.cit

- Moragas Spa, Miquel (1993) “Introducción y transformación tecnológica y tipología de los medios. Importancia política de la noción de ámbito comunicativo” en *Sociología de la comunicación de masas (Vol IV, México, G. Gilli*

UNIDAD 3. - Habermas, J. (1994) “*La transformación política de la función de la publicidad*” y “*Sobre el concepto de opinión pública*” en *Historia y crítica de la opinión pública*. México. G Gilli

- Mattelart A (1998) “ La fábrica cultural” en *La mundialización de la comunicación*. Barcelona, Paidós

- Landowski,E (1993) “La opinión pública y sus portavoces” en *La sociedad figurada México..Fondo de Cultura Económica*

- **UNIDAD 4** - *González Requena, Jesús (1995) “La programación televisiva como macrodiscurso” en El discurso televisivo. Madrid. Cátedra.*
 - Bordwell,D . (1996) “La narración clásica” en *La narración en el cine de ficción. Barcelona. Paidós.*
 - Stam, R et al (1999) “La semiología del cines” en *Nuevos conceptos de la teoría del cine. Barcelona. Paidós.*
 - Gaudreault,A y Jost,F (1995) “La enunciación cinematográfica” en *El relato cinematográfica. Barcelona. Paidós*

- **UNIDAD 5** - *Wolton, D (2000) “Las nuevas tecnologías, el individuo y la sociedad.” En Internet ¿y después? Una teoría crítica de la teoría de la comunicación. Barcelona. Gedisa.*
 - *Perez Tornero, Jm (1999) “ Los nuevos procesos de mediación . Del texto al hipermedia” en Comunicación y educación en la sociedad de la información. Barcelona. Paidós.*

6- ESQUEMA DE LA ASIGNATURA

Unidad 1- Teorías comunicacionales- Objetivos- Actividades- Bibliografía obligatoria

Unidad 2 –Evolución de los procesos. De la escritura a su imagen. Su predominio. Objetivos. Actividades. Bibliografía obligatoria

Unidad 3: Publicidad, prensa y formación de la opinión pública. Objetivos. Actividades y Bibliografía obligatoria

Unidad 4: Lenguajes televisivos y cinematográficos. Objetivos. Actividades. Bibliografía obligatoria.

Unidad 5 Nuevos avances tecnológicos. Internet. Sus usos. El hipertexto. Actividades. Objetivos. Bibliografía obligatoria.

**7- DISTRIBUCIÓN DIACRÓNICA DE CONTENIDOS Y ACTIVIDADES y
EVALUACIONES**

GANTT

Contenidos /Actividades / Evaluaciones	Semanas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Unidad 1: Teorías clásicas de la comunicación. Alcances y limitaciones frente a los avances tecnológicos. Revisión de conceptos centrales de las teorías comunicacionales. Análisis de textos teóricos y de artículos de opinión sobre los temas propuestos.	X															
Unidad 1: Concepto de “cultura popular” e industrias culturales” “cultura de masas” y medios”. Análisis de textos teóricos y artículos de opinión sobre la temática		X														
Unidad 2: De la escritura a la imagen Predominio de la imagen. Noción de ámbito de recepción y su importancia política. Análisis de textos teóricos y de artículos de opinión sobre los temas propuestos.			X													
Unidades 1 y 2 - Evaluación. Parcial escrito presencial				X												
Unidad 3: Prensa, publicidad y opinión pública. Análisis de textos teóricos y de artículos de opinión sobre los temas propuestos					X											
Unidad 4 Lenguajes televisivos y cinematográficos. Análisis de textos teóricos . Aproximación a un corpus de observables					X											
Unidad 5: Internet. Los nuevos avances tecnológicos. Hipertextos. Análisis de textos teóricos y artículos de opinión						X										
Unidades 3, 4 y 5. Evaluación domiciliaria							X									
Cierre del curso. Recuperatorios Entrega de notas finales								X								

8- EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN : Los alumnos deberán rendir para promocionar la materia dos evaluaciones.

Una de ellas será la modalidad presencial y un segundo parcial de manera domiciliaria, en cual puedan relacionar los contenidos teóricos de las dos últimas unidades con algún observable empírico de prensa, televisivo o cinematográfico.

Para promocionar deberán tener un promedio de 7 (siete) puntos entre ambos trabajos. Para obtener dicho puntaje, en caso de que fuese necesario, podrán recuperar uno de ellos.

En caso de no lograrlo podrán rendir examen final con todos los contenidos de la asignatura.

9- BIBLIOGRAFÍA GENERAL

BAUDRILLARD;J (1996) *El crimen perfecto*. Barcelona. Anagrama

BETTETINI, G (1984) *La conversación audiovisual*. Barcelona. Anagrama

BETTETINI, G (1997) *Producción significativa y puesta en escena..* Barcelona. G.Gilli

CHION ,M (1998) *La audiovisión*. Barcelona. Paidós

DEBRAY, R (1998) *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*. Barcelona. Paidós

FERREIRA, F (1995) *Luz, cámara, memoria. Una historia social del cine argentino*. Buenos Aires. Corregidor

FORD, A et al. (1990) *Medios de comunicación y cultura popular*. Buenos Aires, Legasa

GARCÍA CANCLINI, Néstor (1997) *Cultura y comunicación. Entre lo local y lo global*. La Plata. EPC

GAUDREALT, A y JOST, F (1995) *El relato cinematográfico*. Barcelona. Paidós

GUBERN, R (1991) *Mensajes icónicos en la cultura de masas*. Barcelona. Lumen

HABERMAS,, J (1981) *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona. G. Gilli

MATTELART, A (1996) *La comunicación –mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*. México. SigloVeintiuno.

METZ;, C (1969) *Ideología y mensaje cinematográfico*. Madrid. Comunicación

NEGROPONTE, N (1995) *Ser digital*. Buenos Aires. Atlántida.

PISCITELLI, A (1998) *Post-televisión. Ecología de los medios en la era de Internet*. Buenos Aires. Paidós.

PRICE, V (1994) *La opinión pública*. Barcelona. Paidós

SILVERSTONE, R (1996) *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires. Amorrortu

TUCHMAN, G (1983) *La producción de la noticia*. Barcelona. G.GILLI

WOLF, M (1994) *Los efectos sociales de los medios*. Barcelona. Paidós

WOLTON, D (1992) *Elogio del gran público. Una teoría crítica de la televisión*. Barcelona. Gedisa