**Programa: Introducción a la Comunicación**

**Colegio San Ladislao**

**Curso: 4to “B”**

**Ciclo lectivo: 2019**

**Profesor: Dino Schwaab**

**Estrategias de evaluación**

Se evaluará de forma presencial, individual y escrita una vez por trimestre. Habrá además diversos trabajos prácticos a presentar a lo largo de cada trimestre. Se evaluará también el desempeño del alumno en clase, que incluye la escucha activa, su aporte para los trabajos en grupo, la entrega de trabajos prácticos individuales y grupales y la intervención en debates colectivos.

Asimismo se harán evaluaciones adaptadas, en relación al tiempo, a la complejidad, etc., para aquellos estudiantes que presenten capacidades diferentes en relación al proceso pedagógico.

Este año continuaremos con la plataforma digital ED-Modo, la cual, además de habilitar la socialización permanente de material usado en clase (videos, canciones, publicidades, etc.) puede habilitar también la participación de los estudiantes en la selección y socialización de información relevante a un tema dado, o en consultas y comentarios relativos al tema (a modo de conversación y o debate virtual). Esta participación activa también será evaluada en la nota de desempeño.

**Expectativas de logro**

Se espera que el alumno logre:

-Reflexionar y dialogar fraternalmente con sus pares y con el profesor, en el marco de la construcción de un ambiente de trabajo basado en el respeto y empatía por la voz y el cuerpo de los otros.

- Avanzar en el conocimiento de los diversos fenómenos de la comunicación humana y de la comunicación mediada.

- Comprender las funciones sociales de la comunicación y su relación con otras áreas sociales. Reconocer a la comunicación como un espacio científico.

- Abordar desde múltiples puntos de vista los fenómenos comunicativos a los que el alumno está expuesto.

- Avanzar en la subjetivación de un receptor crítico, que analice los sucesos comunicativos que lo rodean desde una postura de crítica y propuesta.

- Avanzar en la conceptualización del carácter político de la comunicación.

**Unidad 1. La comunicación en el siglo XXI**

Esta unidad busca abordar las pautas esenciales de lo que se entiende hoy por comunicación, tanto en su faz interpersonal como en su impacto para el funcionamiento de la sociedad, la cultura y la economía. El reconocimiento de la comunicación como ecosistema, en el que se puede identificar la omnipresencia comunicativa tanto en lo normativo como en los dispositivos técnicos de nuestra vida cotidiana. Establecer las diferentes formas que adopta la comunicación interpersonal, así como diferenciarla de conceptos actuales como información y expresión.

* Definiciones del concepto comunicación: la comunicación como encuentro y como difusión. La comunicación en sus tres sentidos: directa, técnica y social (Wolton) y en su doble dimensión: normativa (intercambio y comprensión) y funcional (como función social y económica).
* El ecosistema comunicativo: la comunicación como fenómeno omnipresente en el mundo de hoy. Nuevo sensorium, nuevos modos de percibir y sentir la realidad. La comunicación en la esfera doméstica, el espacio educativo, el ámbito urbano, el escenario productivo, las relaciones públicas y el marketing, los medios de comunicación masiva y las redes globales y tecnológicas.
* Los modos de la comunicación: oral, escrita, gestual e icónica. La centralidad del Otro. La diferencia entre expresarse y comunicarse. El reconocimiento del Otro. Diálogo y debate. Argumentación y espontaneidad. Habilidades comunicacionales: escucha activa, reconocimiento y asertividad. Convivencia y diálogo.

*Tiempo estimado*: 1er trimestre

**Unidad 2. Elementos de la comunicación**

Esta unidad se centra en el abordaje de la comunicación como objeto de estudio y en el análisis de los distintos modelos teóricos que surgen históricamente, desde los iniciales modelos lineales hasta los actuales estudios de la recepción. Asimismo, aborda los núcleos principales de la cuestión semiótica a partir del análisis del signo desde las dos perspectivas históricas tradicionales: Saussure y Peirce. Finalmente se detiene en un tema esencial de nuestro tiempo: la relación de la comunicación y la cultura en la forma de la lengua como factor de hegemonía cultural.

* La comunicación como disciplina científica: la fijación de su objeto de estudio. La comunicación y la multidisciplinariedad. El carácter científico de la comunicación. La multidisciplinariedad en el marco de la crisis de los paradigmas científicos y sociales.
* Los modelos teóricos de la comunicación: desarrollo, contextualización histórica y caracterización. Modelos clásicos: modelo lineal conductista, modelo funcionalista, modelo de los intermediarios (TwoStepFlow), modelo de las categorías sociales. Modelos posclásicos: modelo crítico (Escuela de Frankfurt), modelo cibernético (Palo Alto). Estudios culturales de la Universidad de Birmingham. Producción social de sentido.
* La teoría del signo: razones culturales para su abordaje. Las dos corrientes de la semiología: el signo lingüístico en Saussure (significante y significado); el signo en Peirce (icono, índice y símbolo). Relaciones de primeridad, segundidad y terceridad. Elementos de semiología (Barthes): connotación-denotación, enunciado-enunciación, lengua-habla.

*Tiempo estimado*: 2do trimestre

**Unidad 3. Ámbitos de la comunicación**

Esta unidad plantea como plano del estudio la incidencia del fenómeno comunicativo en la sociedad actual y su unidad de análisis como un todo coherente. Teniendo en cuenta que la mayor parte de estos temas será objeto de ampliación y detalle en materias de los años siguientes, su abordaje se propone como preliminar y sintético. Así se analizará el fenómeno mediático, la comunicación política, el predominio de la imagen, la comunicación de las organizaciones, la penetración de la publicidad y el marketing y la participación del análisis comunicacional frente a fenómenos tales como el multiculturalismo y la diversidad cultural. Para esto, se propone el estudio de los siguientes ámbitos:

* *comunicación mediática*. Medios de comunicación y sociedad: panorama histórico de la evolución de los medios de comunicación. Concepto de masa, audiencia y opinión pública. El rol de los medios en el proceso de construcción de la opinión pública. Características del mensaje en los medios de comunicación masiva. Medios de comunicación y economía: concepto de publicidad y marketing. El ingreso publicitario como sostenimiento económico de los medios de comunicación. Medios de comunicación y política: breve historia de la comunicación política. La comunicación académica del siglo XIX, la comunicación de masas de la primera parte del siglo XX, la comunicación mediática de la segunda parte del siglo XX, el marketing político en el siglo XXI. Comunicación gubernamental: proactiva, reactiva y contable. Medios y democracia. Las nuevas tecnologías y la ciberdemocracia.
* *comunicación visual*. De la Grafosfera a la Videosfera: el paso del mundo de la comunicación verbal a la cultura de la imagen. Implicancias comunicativas del cambio. Lectura de la imagen y codificación. Formas de la expresión: espacio y color. Escala de la imagen. Los planos: tipos y expresividad. Enfoques: tipos y expresividad. Fotografía de prensa.
* *comunicación tecnológica*. Origen de Internet. Breve panorama de la comunicación en relación con las nuevas tecnologías.
* *comunicación organizacional*. Concepto e importancia de los flujos comunicativos en el funcionamiento de las organizaciones. Comunicación interna y externa.
* *comunicación intercultural*. Conceptos de etnicidad y extranjería y sus vínculos con la identidad. La reaparición de las minorías étnicas y la discriminación. El conocimiento de las culturas ajenas y el relativismo cultural para la comunicación con el otro y su comprensión. Multiculturalismo.

*Tiempo estimado*: 3er trimestre

**Bibliografía**

* AA.VV., *Videoculturas de fin de siglo*. Madrid, Cátedra, 1996.
* BARTHES, Roland, *Elementos de Semiología*. Buenos Aires, Paidós, 1990.
* BERARDI, Franco, *Generación Post-alfabética, Buenos Aires, Tinta limón, 2007.*
* BERLO, David K., *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires, El Ateneo, 1977.
* COBLEY, Paul y JANSZ, Litza, *Semiótica para principiantes*, Buenos Aires, Era Naciente, 2001.
* DEBRAY, Regis, *Vida y muerte de la imagen. Historia de la Mirada en Occidente*. Madrid, Paidós, 1994.
* MARLOWE, ANN, *Cómo detener el tiempo, Barcelona, Anagrama, 2002.*
* MATTELART, Armand y NEVEU, Érik, *Introducción a los estudios culturales*. Barcelona, Paidós, 2004.
* MATTELART, Armand, *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Paidós, 1997.
* SAUSSURE, Ferdinand de, *Curso de lingüística general*. Buenos Aires, Losada, 1980.
* SCHNAIDER, Romina, ZAROWSKY, Mariano y LLAMAZARES, Kalil, *Comunicación para principiantes*, Buenos Aires, Era Naciente, 2005.
* WOLTON, Dominique, *Pensar la comunicación*. Buenos Aires, Prometeo, 2007.
* WITKIN, Yves (comp.), *La Nueva Comunicación*, Barcelona, Kairós, 1987
* Otros materiales bibliográficos seleccionados por el profesor
* Materiales audiovisuales seleccionados por el profesor