



COMUNICACIÓN

COMUNICACION

FUNDAMENTACIÓN DEL ESPACIO CURRICULAR

La COMUNICACIÓN se configura como campo de estudio desde principios del siglo XX, básicamente a partir de una serie de estudios empíricos y con objetivos puntuales en los Estados Unidos (como por ejemplo las campañas de moral y unidad realizadas durante la Primera Guerra Mundial), y que se asientan sobre el impacto de los medios de comunicación (fundamentalmente periódicos y radios). Quienes se interesaron inicialmente por la comunicación provenían del campo de las Ciencias Sociales (psicólogos y sociólogos), pero después se sumaron incluso estudiosos de las matemáticas y la filosofía.

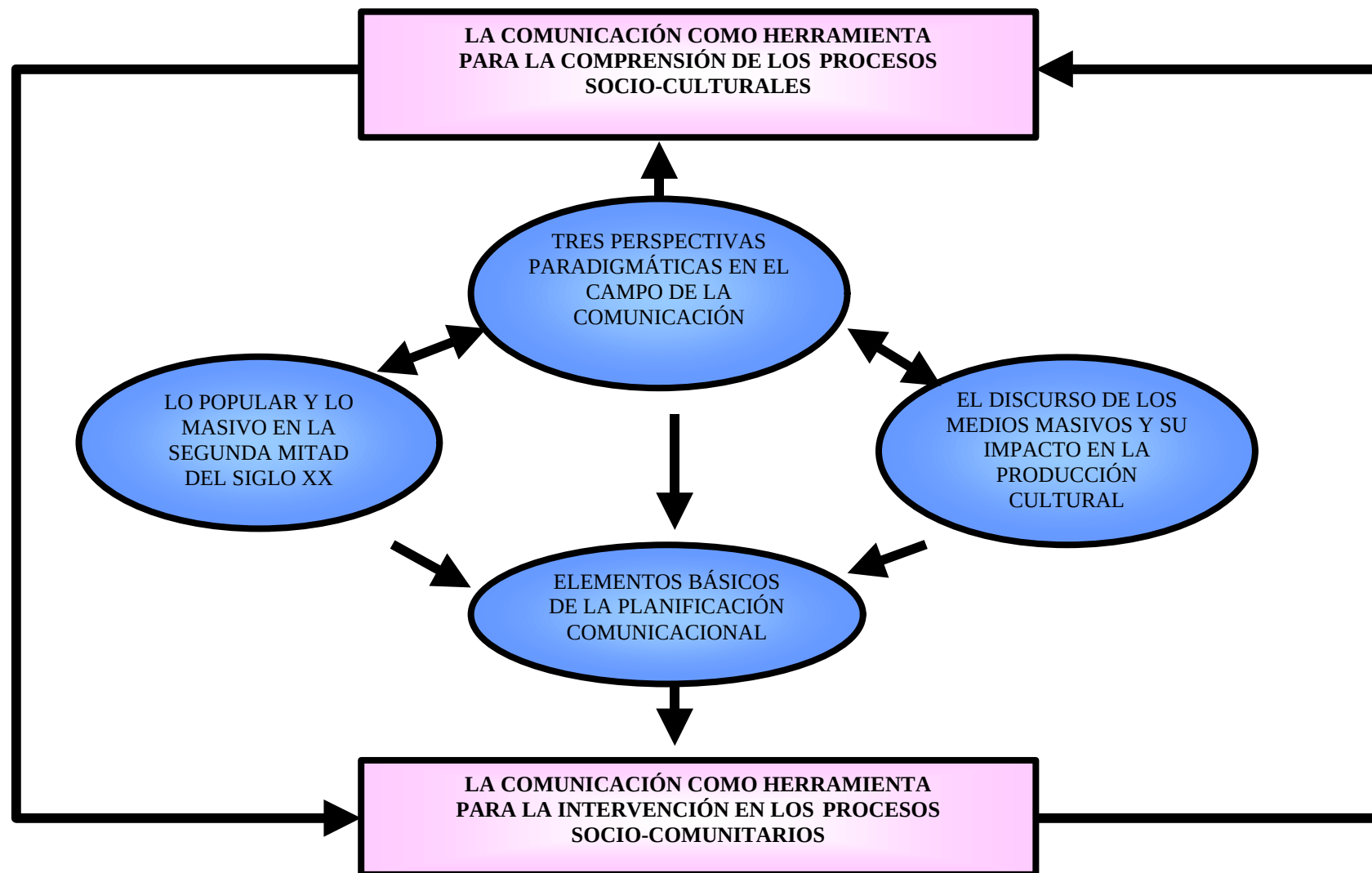
En este sentido, la organización del campo de estudio se nutrió desde sus comienzos y por supuesto aún hoy- de perspectivas de pensamiento originadas en otras ciencias y al mismo tiempo fue generando una serie de concepciones que enriquecen aún hoy el análisis de procesos socioculturales (como por ejemplo la explicación del concepto de “otredad” que algunos autores -Zvetan Todorov- utilizan en el análisis de la Conquista de América).

En este marco, se ha optado aquí por recuperar la concepción de la comunicación como un campo de estudio en construcción, que se constituye en una herramienta válida para la comprensión de fenómenos socioculturales significativos, que contribuye a un desempeño social crítico y participativo. De esta forma, el espacio de COMUNICACIÓN en la propuesta de Educación Polimodal se propone brindar al alumno elementos conceptuales que le permitan analizar los procesos comunicacionales (masivos e interpersonales) que se dan en fenómenos socioculturales significativos y complejos. Esto implica abordar la temática de los medios masivos de comunicación, las perspectivas teóricas culturales que han tenido desarrollo en el campo de la comunicación y el impacto de lo masivo en las culturas en desarrollo.

Pero además, resulta pertinente –desde esta propuesta- otorgar otros instrumentos que le permitan al alumno desplazarse desde el plano del análisis crítico a la intervención en su contexto de desempeño. Seguramente en situaciones de menor complejidad pero altamente significativas en su cotidianeidad. Por esto, resulta necesario incorporar en su formación elementos básicos de planificación comunicacional, que puedan ser utilizados no sólo desde este campo, sino también en el marco de propuestas o proyectos que provengan de otras áreas.

EXPECTATIVAS DE LOGRO

- Comprender las teorías comunicacionales consideradas centrales en el campo de la comunicación, a partir de reconocer los paradigmas de pensamiento en los que se inscriben y el impacto en el desarrollo de la comunicación como campo de estudio.
- Identificar las características del impacto de los medios masivos de comunicación en las producciones culturales y fenómenos sociales trascendentes en los últimos 50 años.
- Reconocer las lógicas de producción, circulación y consumo que sustentan el discurso de los medios masivos de comunicación
- Compartir equipos de trabajo en la elaboración y concreción de propuestas de planificación comunicacional



CONSIDERACIONES ACERCA DEL ESQUEMA

El esquema presenta dos ejes organizadores, ubicados en la parte superior e inferior del diagrama y configurando un circuito que contiene a los cuatro núcleos temáticos que se consideran apropiados en lo propuesto aquí para el espacio curricular. En este sentido, cada uno de los ejes organizadores refiere a planos diferentes:

- Un plano general o macro en la parte superior
- Un plano particular o micro en la parte inferior

Quedará a criterio del docente, entonces, decidir cuál de los dos ejes se toma como referencia para el inicio del desarrollo del espacio curricular y en ese caso recuperar las relaciones señaladas aquí con las flechas indicadoras. Resulta importante marcar ahora que si bien el diagrama permite avanzar con diferentes lógicas (desde lo general a lo particular o viceversa), la elección de uno de los caminos significa iniciar por uno u otro núcleo temático (ver recomendaciones didácticas).

Los núcleos temáticos propuestos para el espacio, tienen como base los Contenidos Básicos Comunes, aunque en su selección interviene también la articulación con la propuesta de Formación General de Fundamento afín a la modalidad Comunicación, Artes y Diseño.

Los núcleos temáticos sirven de orientación para el abordaje y desarrollo de los ejes del espacio, por lo que en su interior coexisten una serie de conceptos clave que pueden ser utilizados para el desarrollo de la temática del núcleo, pero que no agotan las posibilidades de tratamiento de la misma.

CONTENIDOS SUGERIDOS

NÚCLEO TEMÁTICO A: Paradigmas en el campo de la Comunicación

- *La perspectiva emisionista de comunicación*
- *Elementos de la teoría conductista.*
- *La "Communication Research"*
- *La escuela de Francfort y la perspectiva de la reproducción social. El concepto de INDUSTRIA CULTURAL de Adorno y Horkheimer.*
- *Elementos de pensamiento estructural-funcionalista*
- *El rol de los medios masivos de comunicación en la perspectiva de la Escuela de Francfort*
- *La recepción como objeto de estudio de la comunicación*
- *Experiencias en la formación de receptores críticos. La perspectiva de autores latinoamericanos.*

NÚCLEO TEMÁTICO B: Lo popular y lo masivo en la segunda mitad del siglo XX

- *La circulación de la información en las sociedades de clase*
- *La evolución del concepto "popular" en las ciencias sociales*
- *Cultura popular y Cultura culta*
- *El concepto de "cultura masiva" desde la óptica de autores latinoamericanos (Barbero y García Canclini)*
- *Nuevas relaciones entre lo popular, lo culto y lo masivo a fines de los '80*
- *Hegemonía y subalternidad en la perspectiva de Gramsci*

NÚCLEO TEMÁTICO C: El discurso de los medios masivos

- *Elementos que intervienen en la producción mediática. Condiciones, funciones y reglas de funcionamiento de los medios masivos*
- *El concepto de ideas preconcebidas de P. Bordieu*
- *El concepto de matriz cultural y discurso de Eliseo Verón*
- *Ley de Radiodifusión en Argentina. Legislación vigente y legislación ausente*

NÚCLEO TEMÁTICO D: Elementos básicos de la planificación comunicacional

- *Etapas de la planificación de estrategias comunicacionales*
 - Delimitación de la problemática para la intervención*
 - Determinación de los objetivos. Formulación*
 - Formulación de las metas*
 - Determinación aproximada de los recursos*
 - Alternativas posibles en la elaboración de la estrategia*

RECOMENDACIONES DIDÁCTICAS

De acuerdo a como ha sido planteado aquí el esquema para el espacio, sugerimos que puede abordarse inicialmente desde cualquiera de los tres núcleos temáticos propuestos, excepto el de ELEMENTOS BÁSICOS DE PLANIFICACIÓN. Esta sugerencia, está relacionada con el hecho de que se considera que en la elaboración y desarrollo del proyecto o propuesta de intervención comunitaria, debe estar previamente explicitado (para quien lo elabora y para los actores que participan) el modelo o la perspectiva comunicacional que lo sustenta. Esto permite delimitar con mayor precisión las problemáticas involucradas, explicitar desde el inicio los objetivos que se persiguen y diagramar con mayor justeza y pertinencia las acciones a desarrollar.

De esta forma, se requiere un abordaje de los núcleos temáticos restantes (sobre todo el de las perspectivas teóricas en el campo de la comunicación) para otorgarle al alumno elementos que le permitan explicitar el modelo de comunicación desde el que piensa la propuesta de intervención.

Se sugiere en este caso tener en cuenta que los alumnos que provienen del tercer ciclo debieran tener un concepto preliminar de la comunicación (el esquema básico y posiblemente las funciones del lenguaje), ya que esta temática se aborda en el Área de Lengua de 8º y 9º.

Por eso, una instancia diagnóstica inicial le permitirá al docente recuperar la base de conocimientos sobre la cual se propone desarrollar y profundizar conceptos de un campo que como tal, resulta nuevo para el alumno.

En este sentido, si bien las perspectivas teóricas contenidas en el núcleo temático superior pueden resultar complejas para abordar, conviene hacerlo desde el inicio del curso, con soportes didácticos que acerquen esas concepciones a la cotidianeidad de los alumnos y posiblemente con niveles de conceptualización preliminares, que después puedan retomarse, complejizarse y ajustarse. Pero estas perspectivas debieran ser acercadas al alumno desde el inicio del curso.

Acerca del desarrollo del núcleo temático ELEMENTOS BÁSICOS DE LA PLANIFICACIÓN, consideramos que debe ser abordado en una etapa avanzada del curso y, de ser operativamente viable, articular su desarrollo con algunos otros espacios que puedan requerir de los conceptos que aquí se desarrollan. Incluso también en el marco de algún proyecto o propuesta institucional o comunitaria.

BIBLIOGRAFÍA

- Morley, D. "Television, Audience and Cultural Studies". Londres, Routledge, 1992.
- Pasquali, A "Comunicación y Cultura de masas". Caracas, Monte Avila, 1963.
- Adorno, T. y Horkheimer, M. "La producción industrial de bienes culturales".
- Charles Creel, Mercedes y Orozco Gomez, Guillermo. "Educación para la recepción"
- Gomezjara, F. y Perez, N. "El diseño de la investigación social"
- Barbero, Jesús Martín. "De los medios a las mediaciones". G. Gilli. México. 1987
- García Canclini, Néstor. "Culturas Híbridas". Estrategias para entrar y salir de la modernidad, Grijalbo. México, 1990.
- Mattelart, Armand; Mattelart, Michéle. "Historia de las teorías de la Comunicación". Paidós Comunicación.