



Departamento: Ciencias de la Comunicación

Carrera: Comunicación Social – Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Asignatura: Introducción a la Comunicación Humana **Código:** 6113

Curso: Primer año

Comisión: Una clase teórica y tres comisiones de trabajos prácticos semanales.

Régimen de la asignatura: Anual

Asignación horaria semanal: 4

Asignación horaria total: 120

Profesor Responsable: Dra. Silvina Berti

Integrantes del equipo docente: Dra. Ariadna Cantú – Lic. Agustín Hurtado

Año académico: 2022

Lugar y fecha: Río Cuarto, marzo de 2022

1. FUNDAMENTACIÓN

Introducción a la Comunicación Humana es una asignatura de primer año y corresponde al área teórico-metodológica en los planes de estudios de las Carreras de Comunicación. Se ubica en el primer ciclo de las mismas y representa una introducción a la Teoría de la Comunicación Humana I y a la Teoría de la Comunicación Humana II (segundo y tercer ciclo, respectivamente). Por esta razón, el objetivo central es brindar a los alumnos un panorama sobre las líneas teóricas tradicionales y/o principales de la disciplina. Como se puede observar en el programa, la primera unidad introduce conceptos centrales y modelos de comunicación que sirven de base para las teorías de comunicación que se presentan a lo largo de la materia. La segunda unidad toma como foco la perspectiva interpersonal, que se profundiza luego en la materia Teoría de la Comunicación Humana I. Finalmente, la tercera unidad es una introducción a los paradigmas centrales que abordan la problemática de la comunicación de masas, que luego será profundizada y ampliada en la asignatura Teoría de la Comunicación Humana II.

Resulta importante señalar, asimismo, que los contenidos de la asignatura Introducción a la Comunicación Humana se complementan con los de otras materias que los alumnos cursan de manera simultánea, como Psicología, Sociología, Introducción a la Semiótica y Filosofía.

2. OBJETIVOS

1. General

-Introducir al estudiante en el dominio de los conceptos y las perspectivas más importantes en el campo de la Comunicación Humana. Para ello el programa se desarrollará en tres partes. La primera tratará conceptos teóricos comunes a las diferentes perspectivas y niveles de análisis de la comunicación; la segunda, problemas básicos del estudio de la comunicación interpersonal y la tercera, la comunicación mediática.

2. Específicos

2.1. Señalar la posición de la Comunicación en relación con las demás Ciencias Sociales.

2.2. Señalar la dificultad de cualquier explicación del fenómeno comunicacional por fuera de los supuestos teóricos que la sustentan.

2.3. Promover una comprensión contextualizada de teorías y modelos observando sus límites y posibilidades.

2.4. Desarrollar la capacidad de comparar enfoques y plantear problemas de comunicación.

2.5. Contribuir a desarrollar la capacidad de transferir conceptos teóricos a la realidad.

3. CONTENIDOS

CONTENIDOS MÍNIMOS

Concepto de modelo, teoría y realidad.
Niveles de comunicación: interpersonal y masiva.
Autores y escuelas clásicas contemporáneas.
Momentos históricos y realidades socioculturales

UNIDADES TEMÁTICAS

1. La comunicación humana.

- a. Introducción a la problemática de las ciencias sociales.
- b. La teoría de la Información: emisor, receptor, canal, ruido, retroalimentación, entropía, redundancia, etc.
- c. Redes y niveles de la comunicación: redes interpersonales, grupales y masivas.
- d. Los componentes sociales y culturales de la comunicación.
- e. La comunicación como proceso integrado.

2. La comunicación interpersonal.

- a. La comunicación “no verbal”: Gesto, comportamiento y cultura. La mirada, la distancia, posiciones y ademanes.
- b. Una perspectiva sistémica.
- c. Una perspectiva dramática.

3. La comunicación mediática.

- a. ¿Por qué estudiar los medios?
- b. Cambios y persistencias en los estudios de efectos: el paradigma americano.
- c. Efectos a corto y largo plazo. La construcción del temario.
- d. La comunicación como proceso humanizador. La importancia de contar historias.
- e. La mediación tecnológica.
- f. Los medios y el sistema social: una aproximación crítica.
- g. Los medios y el sistema cultural.

4. METODOLOGIA DE TRABAJO

El cursado de la materia está organizado en clases teóricas y prácticas. Durante la clase teórica se introduce al alumno en el material, que se discutirá luego durante las clases prácticas, haciendo hincapié en la explicación de los conceptos específicos como así también en su relación con otras disciplinas, su contextualización social e histórica y su aplicación a situaciones de la realidad social y de la vida cotidiana, donde la teoría encuentra su principal aplicación.

La metodología específica de los Trabajos Prácticos varía, fundamentalmente, acorde con la naturaleza del tema a tratar; es decir, teniendo en cuenta el nivel de abstracción del material teórico; la complejidad de la lectura y las posibilidades de aplicación de los conceptos teóricos.

Debido a la característica eminentemente teórica de la materia y a que se trata de una asignatura de primer año, en términos generales, los teóricos y los prácticos de cada tema están orientados a la comprensión de la bibliografía específica para que, posteriormente, el alumno logre aplicar los contenidos y conceptos centrales a situaciones cotidianas. En este sentido los prácticos se llevan adelante a partir de una combinación de guía de lectura y ejercicios de aplicación práctica.

5. EVALUACION

Evaluaciones de clases prácticas: al comienzo de cada clase se realiza una pregunta abierta y general sobre el material de lectura obligatoria que se discutirá durante el práctico. La calificación es de tipo aprobado/desaprobado. El propósito es garantizar la lectura de la bibliografía y lograr de esta manera la participación de los estudiantes en la discusión de los materiales y su aplicación a situaciones empíricas. Así mismo, se podrán solicitar breves escritos o reseñas con el doble propósito de reforzar conocimientos teóricos e introducirlos en la práctica de la redacción académica.

Evaluaciones parciales: se realizan cuatro evaluaciones parciales. En todos los casos se aplica una combinación de diferentes técnicas cualitativas y cuantitativas; en otras palabras, los exámenes parciales constan de preguntas abiertas y cerradas y de ejercicios prácticos de aplicación. El plazo máximo para la devolución de los parciales corregidos es de 10 días corridos.

En todas las evaluaciones se tiene en cuenta la ortografía y la redacción.

Evaluación final:

- a. Alumnos regulares: examen oral.
- b. Alumnos libres: examen escrito y si aprueban esta instancia, pasan a examen oral.

5.1. REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE REGULARIDAD

Régimen de Promoción: para lograr la promoción los estudiantes deberán cumplir con los siguientes requisitos mínimos:

- a) Asistencia al 80% de clases teóricas y prácticas.
- b) Aprobación del 80% de las evaluaciones de los prácticos generales.
- c) Aprobación de los 4 exámenes parciales con obtención de una calificación promedio de 7 (siete) puntos sin registrar instancias evaluativas de aprobaciones con notas inferiores a 6 (seis) puntos. El último examen parcial tendrá la característica de ser integrador.
- d) Los alumnos que opten por esta condición deberán hacer entregar y aprobar trabajos prácticos específicos e integradores.

El estudiante promocional no rendirá examen final siempre y cuando cumpla con todos los requisitos arriba mencionados. La nota que figurará en la libreta será el resultado del promedio obtenido durante el año.

Régimen de Regularidad: para lograr la regularidad los estudiantes deberán cumplir con los siguientes requisitos mínimos:

- a) Asistencia al 80% de las clases teóricas.
- b) Entrega del 80% de las guías de prácticos
- c) Asistencia y aprobación del 80% de las clases prácticas.
- d) Alcanzar una calificación mínima de cinco puntos en las evaluaciones parciales.
- e) Para alcanzar la calificación mínima de cinco puntos en las evaluaciones se establece que el estudiante deberá acreditar un mínimo del 50% de los conocimientos solicitados en el examen.
- f) De no alcanzarse dicha calificación, el estudiante tendrá derecho a una instancia de recuperación para cada evaluación parcial de la asignatura.

Régimen libre: los estudiantes que por algún motivo no pudieran alcanzar las condiciones arriba mencionadas, o hayan decidido el no cursado de la asignatura, podrán rendir examen libre basándose en el último programa dictado de la materia. El examen libre tiene los mismos requisitos de conocimiento que para los estudiantes regulares y consta de dos instancias: la primera es escrita y si obtiene una nota igual o superior a 5 (cinco), podrá pasar a la instancia oral.

6. BIBLIOGRAFÍA

6.1. BIBLIOGRAFIA OBLIGATORIA

UNIDAD 1 LA COMUNICACIÓN HUMANA.

- a. APUNTE DE CÁTEDRA: Conceptos Teóricos Básicos?
- b. SCHRAMM, W. (1977) Teoría de la información y comunicación masiva. En *Comunicación y cultura*. Nueva Visión, Buenos Aires.
- c. WESTLEY, B. y M. MacLEAN (1977) Un modelo conceptual para la investigación en comunicaciones. En SMITH, A. (comp.). *Comunicación y cultura (T.1)*. Nueva Visión, Buenos Aires.
- c. TUDOR, A. (1974) Modelos de comunicación. En *Cine y comunicación social*. Gustavo Gili, Barcelona.

- d. BIRDWHISTELL, R. (1979) El comportamiento aislado, en *El lenguaje de la expresión corporal*. Gustavo Gili, Barcelona.

UNIDAD 2 LA COMUNICACIÓN INTERPERSONAL.

- a. KNAPP, M. Comunicación no verbal: estaremos leyendo un artículo de Mark Knapp: *Comunicación no verbal: perspectivas básicas* (Pág. 13-46) <http://www.investigacionucem.com/resources/La%20comunicaci%C3%B3n%20no%20verbal.pdf> - HALL, E.: *Las distancias en el hombre* (pág. 139 a 159)
- b. WATZLAWICK, P. (1976) *Teoría de la Comunicación Humana*. Tiempo Contemporáneo, Bs. As. Pág. 17 - 71.
- c. GOFFMAN, E. (1981) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu editores, Buenos Aires. Pág. 12 - 81. GOFFMAN, E. (1970) *El ritual de la Interacción*. Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires. Pág. 13 - 47.

UNIDAD 3 LA COMUNICACIÓN MEDIÁTICA

- a. LOZANO RENDON, J. (1996). La comunicación como campo y objeto de estudio. En *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Alhambra Mexicana: México. pág. 19-27. SILVERSTONE, R. (2004) La textura de la experiencia. En *¿Por qué estudiar los medios?* Amorrortu, Buenos Aires. Pág. 13-32
- b. DE FLEUR, M. L. y S. BALL ROKEACH. (1982) *Teorías de la comunicación de masas*. Paidós, Buenos Aires. Pág. 197-225; 247-266. KATZ, E., J. BLUMLER y M. GUREVITCH. (1986) Usos y gratificaciones de la comunicación de masas, en *MORAGAS, M de (ed.). Sociología de la comunicación de masas (T2)*. Gustavo Gili: Barcelona.
- c. ALSINA, M. (1990) El consumo de la noticia. En *La construcción de la noticia*. Paidós: Barcelona. APUNTE DE CATEDRA (2019) Agenda Setting
- d. MORGAN, M. (2008) La Teoría del Cultivo. En (2008) Baquerín de Riccitelli, M. T. Los medios ¿aliados o enemigos del público? Derivaciones de las teorías de la comunicación surgidas en los setenta. Buenos Aires : Educa. BERTI, S. (2006) Entre la práctica académica y el compromiso político. Homenaje a George Gerbner. En: Revista Argentina de Comunicación. Año 1, Nro 1. Pag: 143-150.
- e. Mc LUHAN, M. (1992) *El medio es el masaje*. Paidós: Barcelona.
- f. ADORNO, Th. y E. MORIN (1967) *La industria cultural*. Galerna: Bs. As. Pág. 9 - 20; 47 - 67. PICCINI, M. y A. NETHAL (1990) Los estudios acerca de las industrias culturales: la escuela de Frankfurt. En *Introducción a la pedagogía de la comunicación*. Trilla: México. Pág. 27-37
- g. HALL, S. (1997) Introducción a Representación: representaciones culturales y prácticas significantes. *Culture, Media and identities. Vol 2. April 1997* (Traducción: Silvina Berti). HALL, S. (1980) Codificar/decodificar. En *Culture, Media and Language*, Hutchinson: Londres. MORLEY, D. (1996) Interpretar la

televisión: la audiencia de *Nationwide*. En *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Amorrortu: Buenos Aires

6.2. BIBLIOGRAFIA DE CONSULTA

1. La comunicación humana.

- PASQUALI, A. (1980) *Comprender la comunicación*. Monte Avila: Caracas.
- SMITH, A. (comp.) (1977) *Comunicación y cultura (T.1, 2 y 3)* Nueva Visión: Buenos Aires.
- TUDOR, A. (1974) *Cine y comunicación social*. Gustavo Gili: Barcelona.
- VERON, E. y ot. (1984) *Lenguaje y comunicación social*. Nueva Visión: Buenos Aires.
- WINKIN, Y. (comp.) (1987) *La nueva comunicación*. Kairós: Barcelona.

2. La comunicación interpersonal.

- BATESON, G. (1991) *Pasos hacia una ecología de la mente*. Planeta: Buenos Aires.
- BERTI, S. (1993) *El gesto, entre la anáfora y la comunicación*. CEA. UNC.
- BIRDWHISTEL, R. (1979) *El lenguaje de la expresión corporal*. Gustavo Gilli: Barcelona.
- DAVIS, F. (1985) *La comunicación no verbal*. Alianza: Madrid.
- GOFFMAN, E. (1970) *El ritual de la Interacción*. Tiempo Contemporáneo: Buenos Aires.
- GOFFMAN, E. (1981) *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu: Bs. As.
- GRIMSON, A. (2001) Dimensiones de la comunicación, en *Interculturalidad y comunicación*. Norma, Buenos Aires. Pág. 55 -94
- HALL, E. (1986) *La Dimensión Oculta*. Siglo Veintiuno, Buenos Aires. Pág. 139 a 159.
- KNAPP, M. L. (1992) *La Comunicación no verbal . El cuerpo y el entorno*. Paidós: Bs. As.
- RICCI BITTI, (1986) La comunicación no verbal. En *La comunicación como proceso social*. Grijalbo, México. Pág. 135-164.
- RUESCH, J y G. BATESON. (1965) *Comunicación. La matriz social de la psiquiatría*. Paidós: Buenos Aires.
- WATZLAWICK, P. (1976) *Teoría de la Comunicación Humana*. Tiempo Contemporáneo: Bs. As.

3. La comunicación mediática.

- ADORNO, Th. y E. MORIN. (1967) *La industria cultural*. Galerna: Buenos Aires.
- ALSINA, M. (1989) *Los Modelos de Comunicación*. Tecnos: Madrid.

- BALLE, F. (1991). *Comunicación y sociedad. Evolución y análisis comparativo de los medios*. Tercer Mundo: Bogotá.
- BARAGLI, E. (1982) *Medios de comunicación ¿mensaje o masaje? A propósito del caso Mc Luhan*. Universidad del Salvador: Buenos Aires.
- BENJAMIN, W. (1989) La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica. En *Discursos interrumpidos I*. Taurus: Buenos Aires.
- BERTI, S. y A. CANTÚ (2011) - (Lo que las voces dicen de) las voces de la protesta televisiva. En *A Contracorriente*, Vol. 9 No 1 (Fall 2011) Department of Foreign Languages & Literatures de la North Carolina State University, USA. Pp. 38-68 (ISSN: 1548-7083)
http://tools.chass.ncsu.edu/open_journal/index.php/acontracorriente/article/view/90/72
- BERTI, S., CANTÚ, A. y A. BRANDOLÍN (2011) El descontento televisado: Lecturas de la protesta social. En *Mediálogos*, Revista de la Universidad Católica del Uruguay. (ISSN: 1688-8456). En prensa.
- BERTI, S. (2003-2004) Televisión y minorías. En *Revista Cronía – Facultad de Ciencias Humanas, UNRC. CDROM*.
- BERTI, S. (2003) Clausuras de Sentido en una noticia melodramática. El caso Elián González. En *Temas y Problemas de Comunicación, Año 10, Vol 2*. Revista del Departamento de Ciencias de la Comunicación.
- BERTI, S. (1993) Pasando, pasando que atrás hay lugar. Un recorrido por los medios y la televisión. CEA. UNC.
- BERTI, S. y A. Rizzo. (1992) Algunas reflexiones acerca de la existencia del campo televisivo. CEA. UNC.
- BRANDOLIN, A. y M. ROSBOCH (2003). *Transformaciones “al aire”*. Radio, Medios y Poder.. Universidad Nacional de Río Cuarto.
- CANTÚ, A. y S. BERTI (2010) La protesta social: del noticiero a las audiencias. (En coautoría con A. Cantú). En *Perspectivas de la Comunicación*. Vol. 3, N° 2. Universidad de la Frontera. Temuco, Chile. 2010. Pp. 64-83. (ISSN: 0718-4867)
http://www.perspectivasdelacomunicacion.cl/revista_2_2010.html
- CANTU, A. (1997) Los referentes. Una versión de los '90 sobre los líderes de opinión. En *La bocina que habla*. Editorial de la. UNRC.
- DE FLEUR, M. y S. BALL ROKEACH. (1982) *Teorías de la comunicación de masas*. Paidós: Buenos Aires.
- ENTEL, A. (1995) Aproximaciones a los Estudios Culturales: Escuela de Birmingham. En *Teorías de la comunicación. Cuadros de época y pasiones de sujetos*. Fundación Universidad a Distancia “Hernandarias”. (P. 161-177)
- FEATHERSTON, M. (1990) *Theory, Culture & Society*. Sage: Londres.

- FISKE, J.(1994) *Introduction to Communication Studies*. Routledge: London - New York.
- WHITE, R. (1989) La teoría de la Comunicación en América Latina. En *Telos*. Nro 19, Madrid.
- IGARZA, R. (2008) *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. La Crujía Ediciones: Buenos Aires.
- LANDI, O. (1992) *Devórame otra vez*. Planeta: Bs. As.
- MATTELART, A. y M. MATTELART. (1997) *Historia de las teorías de la comunicación*. Paidós Comunicación: Barcelona.
- Mc LUHAN, M. (1993) *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. Diana: México.
- Mc QUAIL, D. (1987) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Paidós: Barcelona.
- MORAGAS, M de (ed.) (1986) *Sociología de la comunicación de masas (T. 1,2, 3 y 4)*. Gustavo Gili: Barcelona.
- MORGAN, M. (ed.) (2002) *Against the Mainstream. The Selected Works of George Gerbner*. Peter Lang: New York.
- MORGAN, M. y J. SHANAHAN (1995) *Democracy Tango. Television, adolescents, and authoritarian tension in Argentina*. Hampton Press: New Jersey.
- MORGAN, M. (1998) Comunicación masiva y democracia. Una mirada a la Argentina. En *Temas y problemas de comunicación*. Nro 7. Revista del Departamento de Ciencias de la Comunicación - UNRC
- MORLEY, D. y CHEN, K. (ed.) (1996) *Stuart Hall. Critical Dialogues in Cultural Studies*. Routledge: London.
- MORLEY, D. y R. SILVERSTONE. (1993) Comunicación y contexto: La perspectiva etnográfica en los sondeos de opinión. En JENSEN K. y N. JANOWSKI. *Metodologías cualitativas de investigación en Comunicación de Masas*. Bosch Comunicación: Barcelona.
- MORLEY, D. (1989) Paradigmas cambiantes en los estudios de audiencia. En Seiter, Ellen et al. (ed.) *Remote control. Television, Audiences & Cultural Power*. Routledge: London. Traducción: Mirta Varela.
- MORLEY, D_ (1996) Interpretar la televisión: la audiencia de *Nationwide*. En *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Amorrortu: Buenos Aires.
- PASQUALI, A. (1980) *Comprender la comunicación*. Monte Avila: Caracas. Pág. 33-39.
- REPOLL, J. L. (2010)_Estudios culturales de audiencia latinoamericanos. En *Arqueología de los Estudios Culturales de Audiencia*. UACM. (P. 155-209).
- LOZANO RENDON, J. (1996) Los Estudios Culturales. En *Teoría e Investigación de la Comunicación de masas*. Alhambra Mexicana: México. (P. 199-213)

SCHMUCLER, H. (2011) La tecnología es orgánica al proyecto del capitalismo contemporáneo. En *Comunicación y Periodismo. Entrevistas sobre tecnologías/ identidades7 culturas*. La Crujía Ediciones.

SILVERSTONE, R. (2004) *¿Por qué estudiar los medios?* Amorrortu, Buenos Aires.

URRESTI, M. (2008) Ciberculturas juveniles: vida cotidiana, subjetividad y pertenencia entre los jóvenes ante el impacto de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información. En *Ciberculturas juveniles*. La Crujía Ediciones: Buenos Aires.

WILLIAMS, R. (1981) *Cultura. Sociología de la comunicación y el arte*. Paidós: Buenos Aires.

WOLF, M. (1991) *La investigación de la comunicación de masas*. Paidós: Barcelona.

7. CRONOGRAMA

Unidad 1: 5 clases teóricas y 5 clases prácticas y 1 clase para examen parcial.

Unidad 2: 5 clases teóricas y 5 clases prácticas y 1 clase para examen parcial.

Unidad 3: 10 clases teóricas y 10 clases prácticas, dos clases generales de consulta y revisión de material y 2 clases para sendos exámenes parciales.

A esto se suman 4 días para recuperatorios de parciales fuera de los horarios regulares de dictado de clases de la materia.

8. HORARIOS DE CLASES Y CONSULTAS (mencionar días, horas y lugar).

Clases teóricas:

Miércoles de 16 a 18 hs. Anf.2 Pab. 2

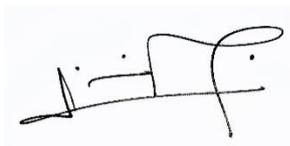
Clases prácticas:

Comisión I: Martes de 10 a 12 hs — Prof. Hurtado Aula 107 Pab. 2

Comisión II: Martes de 14 a 16 hs - Prof. Ariadna Cantú Aula 107 Pab.2

Clases de consulta: Prof. Berti Cub. 5
Prof. Cantú. Cub. 7
Prof. Hurtado Cub. 4

Reuniones de cátedra: Lunes 14 a 16 hs



Dra. Silvina Berti

**SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN¹ PARA IMPLEMENTAR
LA CONDICIÓN DE ESTUDIANTE PROMOCIONAL
EN LAS ASIGNATURAS²**

Sr. Docente Responsable de la Asignatura: si desea solicitar la autorización para implementar el sistema de promoción en la/s asignatura/s a su cargo, complete la siguiente planilla y previa firma, preséntela anexa al programa de la/s misma/s. Después de vencido el plazo para la presentación, según cronograma académico, se publicará la Resolución con las autorizaciones correspondientes. Muchas gracias.

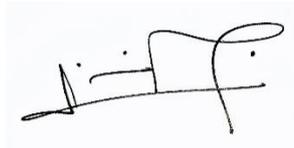
Código de la Asignatura	Nombre completo y regimen de la asignatura	Carrera a la que pertenece la asignatura	Condiciones para obtener la promoción
6113	Introducción a la Comunicación Humana. Anual	Comunicación Social y Licenciatura en Comunicación Social	para lograr la regularidad los estudiantes deberán cumplir con los siguientes requisitos mínimos: a) Asistencia al 80% de las clases teóricas. b) Entrega del 80% de las guías de prácticos c) Asistencia y aprobación del 80% de las clases prácticas. d) Alcanzar una calificación mínima de cinco puntos en las evaluaciones parciales. e) Para alcanzar la calificación mínima de cinco puntos en las evaluaciones se establece que el

¹ Esta planilla reemplaza la nota que debía presentar cada docente para solicitar la autorización para implementar el sistema de promoción en las asignaturas. Se presenta junto con el programa de la asignatura.

² Cada profesor podrá presentar sólo una planilla conteniendo todas las asignaturas a su cargo para las que solicita la condición de promoción para los estudiantes cursantes.

			<p>estudiante deberá acreditar un mínimo del 50% de los conocimientos solicitados en el examen.</p> <p>De no alcanzarse dicha calificación, el estudiante tendrá derecho a una instancia de recuperación para cada evaluación parcial de la asignatura</p>
--	--	--	--

Firma del Profesor Responsable:



Aclaración de la firma: Silvana Berti