UNIDAD CURRICULAR: HISTORIA DE LA COMUNICACION

INTRODUCCION

Esta unidad curricular realiza un recorrido por el devenir histórico experimentado en la conservación, difusión y renovación de las prácticas y discursos de las sociedades en general y los sujetos en particular, propiciando que el Comunicador Social de la Universidad Bolivariana de Venezuela se plantee una consideración de la comunicación vinculada a las acciones llevadas a cabo por los sujetos sociales y a las interrelaciones producto de ellas.

La comunicación ha sido históricamente un componente constitutivo de la naturaleza humana y en la conformación de las culturas del mundo. Tanto la consideración de los procesos comunicacionales como las implicaciones de las diferentes concepciones que a éstos procesos rigen, promueven un determinado imaginario rector en el sujeto y por ende, en las sociedades, lo que hace que el recorrido histórico a lo largo de las formas de comunicación interpersonal y mediada sea un factor de recurrente reflexión a lo largo de la presente Unidad Curricular.

Partiendo de una consideración según la cual la comunicación está asociada a la producción y reproducción del conocimiento, la unidad persigue realizar un recorrido por las diferentes formas en que se concibe y desarrolla la comunicación, desde su dimensión interpersonal hasta la comunicación mediada artificialmente. En estos procesos distinguiremos al menos cuatro diferentes momentos: la comunicación basada en el recurso oral y simbólico; en la escritura; en medios masivos de difusión audiovisual y en las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Se debe dejar claro que cada una de las fases descritas *supra* no implican una superación excluyente, sino que conviven paralelamente por razones que van desde la dinámica propia de la superación tecnológica, como por la exclusión propia de la imposibilidad de hacerse con tecnologías más recientes.

El devenir de estos cuatro momentos principales de la comunicación mediada artificialmente o a distancia, será estudiado desde dos perspectivas: atendiendo a la dimensión más universal; y en segundo momento las implicaciones en el caso de la región latinoamericana y particularmente, lo concerniente al caso venezolano.

En las formas de comunicación regidas por una mediación artificial han estado presentes las dimensiones política y económica, en cuanto a los aspectos primordiales que determinan su funcionamiento debido a su carácter de industria productora de sentido y reproductora del capital.

Respecto al ámbito político, la comunicación ha tenido una dimensión dirigida hacia el establecimiento de formas de pensar apegadas a determinadas ideologías, expresado ello en la conformación de manifestaciones de poder. A través de los discursos, particularmente a partir de la actuación de los medios masivos como agentes multiplicadores, se imponen determinadas maneras en las que el sujeto concibe al mundo e incluso a sí mismo. Las expresiones de poder de esta forma

construidas se manifiestan a manera de ejemplo en situaciones tales como la política y la economía, dimensiones estas que se encuentran en los discursos comunicacionales y en una dimensión más amplia, en la conformación de la vida del hombre.

Resulta particularmente importante la dimensión económica en la comunicación mediada artificialmente, ya que no debemos perder de vista que el sector de la producción simbólica y de las telecomunicaciones –medios de comunicación, industria del software, etc.- es hoy por hoy el principal sector que motoriza la economía mundial. La naturaleza de lucro de la industria de los medios de comunicación le otorga características propias a las actividades por ella desempeñadas y a la forma de su desempeño, lo que le conduce a definir su relación con el usuario del medio, a partir de esquemas estructurados desde el ideal de la ganancia. Igualmente, se considerará el devenir histórico y las características de funcionamiento de los medios de naturaleza estatal y/o sin fines de lucro.

También se abordará el estudio de la comunicación mediada artificialmente y su incidencia en la disolución de las fronteras temporo-espaciales, estudiando sus implicaciones sociales y su repercusión en el replanteamiento de categorías tales como lo local y lo global, lo nacional y lo foráneo, lo propio y lo ajeno, lo real y lo virtual. A partir de elementos como los hasta ahora planteados, se relacionarán los cambios registrados en las formas de comunicación con las prácticas, tanto sociales como discursivas, de los sujetos.

A lo largo del recorrido por la historia de la comunicación estará presente un recurrente análisis amparado en la crítica como fundamento desde el cual: 1.- deconstruir, a partir de una relectura de la historia, las situaciones en que se desarrolló la comunicación masiva, 2.- plantear, a partir de las interpretaciones realizadas, las formas que han de regir el ejercicio de la comunicación social en el aquí y el ahora y 3.- proponer nuevas directrices que señalen el rumbo que ha de seguir la comunicación social en cuanto disciplina, desde una consideración más humana. Todo ello, en función de coadyuvar al alumbramiento de un nuevo ciudadano con un rol protagónico en la transformación de la sociedad expresada en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela.

DESCRIPCIÓN:

Este curso se propone el estudio y reflexión de la evolución de las formas comunicativas, incluida la historia de los medios de comunicación social, desde una perspectiva antropo-social de la comunicación y el lenguaje

OBJETIVOS DE LA UNIDAD CURRICULAR

OBJETIVO GENERAL:

- Analizar los principales momentos que han definido las formas de comunicación, considerando las dimensiones mediadas natural y artificialmente y sus implicaciones en el sujeto y en la sociedad.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Considerar la comunicación como un espacio marcado por la complejidad, superando la concepción hegemónica de la comunicación como difusión (unidireccional) hacia una comunicación como compartir (bidireccional).
- Comprender la comunicación como dimensión constitutiva de la condición humana y de la vida en comunidad, y como elemento integrante de las diferentes prácticas desempeñadas por el sujeto social.
- Realizar un recorrido histórico por las cuatro principales formas en que se presenta la comunicación (oral, escrita, difusión masiva audiovisual y nuevas tecnologías de la información y la comunicación.)
- Discutir con los participantes la manera en que la adhesión de tecnología ha motivado el surgimiento de transformaciones en las formas de comunicación, tanto en sus formas de mediación natural como artificial.
- Analizar la manera en que se utilizan las formas de comunicación masiva, y particularmente las articuladas en torno a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, como factores promotores de una real dimensión comunicativa.
- Identificar las expresiones comunicacionales propias de los Aborígenes de América Latina, el impacto de la conquista por el hombre español y la expresión del mestizaje y su vinculación con la construcción de una identidad latinoamericana.
- Reflexionar sobre el uso de los medios de comunicación en América Latina y las estructuras de poder como manifestación de intereses políticos y económicos.
- Analizar la adopción de los medios masivos de comunicación en Venezuela y su relación con los procesos políticos, desde la Guerra de Independencia hasta el actual escenario de concentración monopólica de los medios privados.
- Reflexionar sobre el papel de los medios de comunicación en Venezuela y la defensa de los valores y principios de la democracia.
- Conocer el recorrido histórico de la legislación venezolana en materia de comunicación masiva.
- Analizar la importancia de la comunicación alternativa en la materialización del nuevo modelo de democracia participativa presente en el texto comunicacional.

CONTENIDO

Tema 1: Comunicación: sus formas y conceptos básicos.

1.1 Información y comunicación: Elementos, características, diferencias e interrelaciones.
1.2 Formas de mediación en la comunicación y sus elementos:
    1.2.1 Mediación natural.
    1.2.2 Mediación artificial.

Tema 2: Los medios de comunicación: dimensiones y categorías.

2.1 Agenda y actores.
2.2 Concepciones de la mediación artificial:
    2.2.1 Concepción política, bélica (propaganda): Revolución francesa, guerras mundiales, conflictos contemporáneos.
    2.2.2 Concepción económica (publicidad)

Tema 3: Desarrollo técnico científico de los medios de comunicación.

3.1 Comunicación desde el recurso oral y simbólico.
3.2 Comunicación desde la escritura: de la voz al signo: cuneiforme, manuscritos, la imprenta. El libro. La prensa.
3.3 Comunicación desde lo audiovisual: cine, la radio, la televisión.
3.4 Comunicación desde las nuevas TIC: ¿Masificación de la comunicación?

Tema 4: El sujeto social y los medios de comunicación en tiempos de globalización

4.1 Globalización y "pensamiento único" Vs. Formas de pensamiento ético y crítico.
4.2 Sociedad de la información o del conocimiento y estado de la situación en la sociedad contemporánea.
4.3 Globalización

Tema 5: La comunicación y las culturas originarias en América Latina.

5.1 Los aborígenes y sus formas de comunicación.
5.2 Conquista, diversidad cultural y reconstrucción de identidad.

Tema 6: Los medios de comunicación masiva en Venezuela y América Latina.

6.1 Comunicación masiva y contextualización de su aparición en la región.
6.2 Casos específicos por países seleccionados:
- Chile.
- Argentina.

6.3 Soportes escritos, audiovisuales y nuevas tecnologías de la información y la comunicación.
6.4 Estructuras política, económica y de poder en Venezuela.
6.5 Grupos económicos dueños de medios.

Tema 7: Problemática actual en los medios de comunicación.

7.1 Deconstrucción y reconstrucción del funcionamiento de los medios de comunicación.

Tema 6: Revisión de la comunicación alternativa y/o comunitaria como formas de participación protagónica.

ESTRATEGIAS METODOLÓGICAS.

Durante los primeros momentos de los dos periodos académicos o trimestres, la estrategia será mayoritariamente expositiva, tanto por parte del docente como de intervenciones organizadas y planificadas con los estudiantes. Debido a la exigencia de establecer una dinámica de lecturas previas a las sesiones de trabajo -para permanecer al tanto de las temáticas abordadas-, se propiciará la formulación de intervenciones y debates permanentes, siendo complementadas dichas estrategias con la realización de exposiciones, realización de material gráfico, ensayos, entre otras que sean propios de la dinámica propiciada por cada uno de los docentes.

Particularmente importante resulta el segundo trimestre de la unidad, ya que en el se permite vincular los contenidos propios de la historia de la comunicación en Venezuela con la propia historia de nuestro País, logrando con ello satisfacer la falta de presencia de unidades curriculares dedicadas explícitamente a reflexionar al respecto. Igualmente, se abordará con detenimiento lo concerniente a la última temática del segundo trimestre, lo ateniente a las formas alternativas y comunitarias de comunicación, así como sobre el funcionamiento de estas formas a través de las diferentes modalidades de mediación, complementando la formación propia de la unidad curricular con la finalidad última del Proyecto I, en cuanto al desarrollo de una propuesta comunicacional amparada fundamentalmente en los espacios comunitarios, en procura de la mayor participación de las sociedades en la construcción de mensajes y en consecuencia, en su propia construcción.

BIBLIOGRAFÍA

AA.VV. *Industria cultural y sociedad de masas.* Monté Ávila Editores. Caracas. 1992.

ALVAREZ, Tomás: *Vendedores de imagen: Los retos de los nuevos gabinetes de la*

comunicación. Paidós. Barcelona. 1997.

AMIN, Samir: *El capitalismo en la era de la globalización.* Editorial Paidós. Madrid. 1999.

ARANGUREN, José Luis: *La comunicación humana*. Editorial Guadarrama. Madrid. 1975.

BALLE, Francis: *Comunicación y sociedad.* Editorial Tercer Mundo. Bogotá. 1991.

BARBIER, Frédéric y Catherine Bertho Lavenir: *Historia de los medios: de Diderot a Internet*. Editorial Colihue. Buenos Aires. 1996.

BETTETINI, Gianfranco: *Las nuevas tecnologías de la comunicación.* Paidós. Barcelona. 1995.

BOLAÑO, César y Mastrini Guillermo (Editores): *Globalización y Monopolios en la Comunicación en América Latina. Hacia una Economía Política de la Comunicación. Editorial* Biblos, Buenos Aires. 1999.

BORDERIA, Enric. *Historia de la comunicación social*. Editorial Síntesis. Madrid. 1996

BUSTAMANTE, Enrique: *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Editorial Gedisa. Barcelona.1999.

CAPRILES, Oswaldo: *Estado y políticas de comunicación en Venezuela*. CDCH UCV. Caracas. 1986.

CAPRILES, Oswaldo: *Poder político y comunicación*. CDCH UCV. Caracas. 1996.

CARRETO, Adolfo: *Lenguaje y comunicación. Teoría y práctica.* Grijalbo. Barcelona. 1995.

CASTELLS, Manuel: *La era de la Información. Economía, sociedad y cultura*. Alianza Editorial. Madrid. (3 volúmenes). 1998.

CENCILLO, Luis: *Sexo, comunicación y símbolo*. Editorial Anthropos. Barcelona. 1993.

COLOMINA, Marta: *El huésped alienante*. Ediciones de La Universidad del Zulia. Maracaibo. 1968.

COLOMINA, Marta: *La celestina mecánica*. Editorial Monte Ávila. Caracas. 1976.

DESIATO, Masimo: L*a configuración del sujeto en el mundo de la imagen audiovisual.* Ediciones Fundación Polar. 1998. omunicacio0n Mision t desafio

DURANDIN, Guy: La información, la desinformación y la realidad. Paidós. Barcelona. 1995.

ECHEVERRÍA, Javier. *Los Señores del aire: Telepolis y el Tercer Entorno.* Editorial Destino. Barcelona. 1999.

FEBRES CORDERO, J.: *Historia de la imprenta y del periodismo venezolano.* ANH. Caracas. 1983.

FLICHY, Patrice: *Una historia de la comunicación moderna: Espacio público y vida privada*. Editorial Gustavo Gili. México. 1993.

GALEANO, Ernesto: *Modelos de comunicación*. Editorial Macchi. Buenos Aires. 1997.

GARCÍA CANCLINI, Néstor: *Ideología, cultura y poder.* Ediciones de la Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires.1997.

GARCÍA PONCE, Servando: *La imprenta en la historia de Venezuela.* Monte Ávila Editores. Caracas. 1983.

GETINA, Octavio: *La tercera mirada: panorama del audiovisual latinoamericano.* Paidós. Buenos Aires. 1996.

GÓMEZ MONT, Carmen: *Nuevas tecnologías de comunicación.* Editorial Trillas. México. 1991.

GONZÁLEZ R, Jesús y AMAYA Ortiz: *El espot publicitario. Las Metamorfosis del deseo*. Editorial Cátedra. Madrid.1999.

HABERMAS, Jürgen: *Escritos sobre moralidad y eticidad.* Paidós. Barcelona. 1991.

HERMAN, Edward y Robert McChesney: *Los medios globales: los nuevos misioneros del capitalismo corporativo*. Editorial Cátedra. Madrid. 1999.

IANNI, Octavio: *La era del globalismo.* Editorial Siglo XXI. México. 1999.

IANNI, Octavio: *La sociedad global.* Editorial Siglo XXI. México. 1998.

LEVIS, Diego: *La pantalla ubicua: comunicación en la sociedad digital.* Editorial Ciccus. Buenos Aires. 1999.

LUHMANN, Niklas. *Sistemas sociales: lineamientos para una teoría general, Universidad Iberoamericana* Alianza Editorial México. 1991.

MALDONADO, Tomás: *Lo real y lo virtual.* Editorial Gedisa. Barcelona. 1994.

MARÍN, Antonio: *La nueva sociedad de la información. Una perspectiva desde Silicon Valley.* Editorial Trotta. Madrid 2000.

MATTELART, Armant: *América Latina en la encrucijada telemática.* Paidós. Buenos Aires. 1983.

MATTELART, Armant: *La mundialización de la comunicación.* Editorial Paidós. Madrid. 1998.

MIRABITO, Michael: *Las nuevas tecnologías de la comunicación.* Editorial Gedisa. Barcelona. 1998.

O´SULLIVAN, Jeremiah: La comunicación humana. C y C editores. U.C.A.B. (S/f)

PASQUALI, Antonio: *Bienvenido Global Village.* Editorial Monte Ávila. Caracas.1998.

PASQUALI, Antonio: *Comprender la Comunicación*. Monté Ávila Editores. Caracas. 1990.

PASQUALI, Antonio: *Cultura y comunicación de masas.* Editorial Monte Ávila. Caracas. 1990.

PASQUALI, Antonio: *La comunicación cercenada: el caso Venezuela*. Monté Ávila Editores. Caracas. 1991.

PERRAULT, Jacques: *Las maquinas de comunicar y su utilización lógica*. Barcelona. 1991.

PNUD: *Informes sobre Desarrollo Humano*. Editorial Mundi-Prensa. Madrid. (Varios años)

RAMONET, Ignacio: *La tiranía de la comunicación.* Editorial Debate. Madrid. 1998.

SILVERSTEIN, Albert: *Comunicación humana*. Editorial Trillas. México D.F. 1985.

SINCLAIR, John *Television: Comunicación Global y regionalización.* Editorial Gedisa. Barcelona. 2000.

TAPSCOTT, Don: *La Economía Digital*. Editorial McGrawHill. Santafé de Bogotá. 1997.

UNESCO: *Informe Mundial sobre la Comunicación. Los medios frente al desafío de las nuevas tecnologías*. Ediciones de la UNESCO. Madrid. 1999.

VAZQUEZ, Manuel: *Historia y comunicación social*. Grijalbo. Barcelona. 1997.

VILA, Manuel: *Para la historia de la comunicación social.* Ediciones de la Academia Nacional de la Historia. Caracas. 1979.

WILLIAMS, Raymond: *Historia de la comunicación.* Editorial Bosch. Barcelona. 1992.