



UNIVERSIDAD NACIONAL DE ASUNCIÓN
FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS SOCIALES
Escuela de Ciencias Sociales y Políticas
ECSP/SG/MJFM/COD039



PROGRAMA 2012

I. IDENTIFICACIÓN

Carrera	: Sociología
Nombre de la Cátedra	: Nuevas Tecnologías de la Comunicación, Información e Industrias Culturales
Profesor	: Abog. José María Costa
Semestre	: Séptimo
Horas Semanales	: 4 (Cuatro) Horas
Horas Semestrales	: 64 (Sesenta y Cuatro) Horas

II. FUNDAMENTACIÓN

La Sociedad de la Información uno de los nuevos y relevantes paradigmas del desarrollo de la humanidad en el siglo XXI. Las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) proveen al hombre oportunidades y recursos para desarrollarse como persona en el marco de una sociedad atravesada de avances en las ciencias, pero en la cual el intercambio de información, la comunicación colectiva siguen siendo esenciales. La sociedad de la información es también la sociedad del conocimiento, en donde las personas acceden a la cultura que da sustento y proyecta su desarrollo.

En este contexto, el estudiante de Ciencias Sociales debe conocer cómo interactúan estas nuevas Tecnologías con la comunicación, con la cultura, con la vida cotidiana de las personas, además de comprender cómo se van generando nuevas maneras de abordar, desarrollar y transmitir las artes, la cultura, los conocimientos. En este ámbito y con esta intencionalidad se aborda la materia “Nuevas Tecnologías de la Comunicación, la Información y las Industrias Culturales” en el plan curricular de la Carrera de Ciencias Sociales.

III. OBJETIVOS GENERALES

1. Conocer y comprender el fenómeno de la comunicación humana, su importancia en la realidad social y cultural.
2. Conocer el desarrollo de las nuevas tecnologías de la Información y la Comunicación, su aporte e influencia en el mundo contemporáneo y, de manera especial, en el desarrollo de la cultura de masas.
3. Reconocer y comprender las diferentes industrias culturales que se han desarrollado y tienen incidencia en la vida social y el desarrollo de la cultura.

IV. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA CÁTEDRA:

1. Identificar y entender los componentes del fenómeno de la comunicación humana y su importancia en el contexto social y el desarrollo cultural.
2. Conocer la historia, el desarrollo y vigencia actual de las principales escuelas teóricas de la comunicación de masas.
3. Conocer el marco legal y constitucional del fenómeno de la comunicación y la cultura.

4. Estudiar y conocer los procesos de generación y realidad actual de las principales industrias culturales: Televisión, Libro, Industria musical (fonográfica), Industrias Audiovisuales (Cine, video), etc.
5. Identificar los procesos de desarrollo de los medios de comunicación de masas y su papel en la sociedad contemporánea.
6. Comprender el concepto de sociedad de la información, la importancia del periodismo y la prensa en la sociedad contemporánea y el contexto de su acción en relación al poder político y económico.
7. Conocer los avances tecnológicos del Siglo XX y XXI, y su influencia en los procesos de desarrollo de cultura.
8. Comprender el proceso de globalización cultural y sus incidencias, de manera específica a nivel regional y subregional (América Latina y Mercosur).
9. Conocer la realidad nacional en materia de industrias culturales, medios de comunicación de masas e incidencia de las TICS (específicamente internet) en la sociedad paraguaya.

V. METODOLOGIA

- Técnicas participativas. Clases teóricas en base a presentaciones del docente y participación de los estudiantes en el debate.
- Lectura debatida de textos seleccionados.
- Análisis de casos en grupos y de manera individual. Técnicas de interacción y debate.
- Estudios de casos y aplicaciones de los conocimientos adquiridos a los mismos.
- Uso de recursos: presentaciones en power point, pizarra, etc.
- Exposiciones a cargo de los estudiantes sobre puntos específicos del Programa.

VI. CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- **Exámenes teórico-prácticos**, con pruebas escritas u orales, que aborden la comprensión de los conceptos más que la memorización.
- **Participación en clase**, en debates propiciados a partir de lecturas comunes.
- **Presentación de trabajos prácticos y cumplimiento de tareas** encomendadas para cada clase (lecturas, apuntes, etc.)

VII. CRITERIOS DE ASISTENCIA DEL ALUMNO/A:

- Asistencia a clases mínima del 70%.

VIII. PROPUESTAS DE ACTIVIDADES DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

Se proponen dos alternativas de Extensión Universitaria:

1. Conferencia o Seminario sobre la Sociedad de la Información y la iniciativa “Gobierno Abierto”
2. Trabajo de Campo: Impacto de la implementación de Plazas Digitales en Asunción.

IX. PROGRAMA:

Unidad 1

La comunicación como fenómeno humano, social y cultural. La comunicación humana. Importancia de la comunicación en la sociedad contemporánea. El fenómeno de la comunicación en la actualidad: las nuevas tecnologías. La primacía de la imagen: Del homo sapiens al homo videns, según Sartori. Factor gravitante de la Televisión en la opinión pública y la vida democrática. La video-política.

Unidad 2

Cultura y comunicación de masas. Marco para entender el concepto de cultura de masas. Conceptos de cultura de masas. Los medios masivos de comunicación con relación a la cultura de masas. Desarrollo de la comunicación masiva. Teorías de la Comunicación. La comunicación masiva, la cultura de masas y la identidad nacional: realidad y prospectiva.

Unidad 3

Régimen constitucional y legal en el ámbito de la comunicación y la cultura. Libertad de Expresión, Libertad de Prensa, Libertad de pensamiento y de opinión, Derecho a la Información. Libre ejercicio del periodismo. Derechos a la educación y a la cultura. Derechos de los pueblos aborígenes. Derechos de la niñez y la juventud en el ámbito de la educación, la comunicación y la cultura. Derechos autorales y de reproducción de obras. Contexto en el marco del Derecho Internacional.

Unidad 4

Industrias culturales, desarrollo histórico y actualidad. Aportes para entender el concepto de industria cultural. De la producción artesanal a la producción industrial de las expresiones culturales. Desarrollo histórico de las industrias culturales. Importancia de las industrias culturales y de la comunicación. Transformaciones socio-culturales, efectos, alcances. Industrias editoriales, industrias audiovisuales: Particularidades y proyección de cada industria cultural.

Unidad 5

Comunicación e industrias culturales en el mundo globalizado. Concepto de internacionalización transnacionalización y globalización. Globalización cultural, sus efectos. El negocio de las industrias culturales en la era digital. Las industrias culturales en Europa y EEU. Las industrias culturales en América Latina y el Mercosur. Desafíos de América Latina frente a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

Unidad 6

La Sociedad de la Información. Desarrollo tecnológico y los nuevos medios en el S XX: Radio, Cine, Televisión, internet. Aporte de la comunicación satelital y la tecnología digital en la expansión y alcance de los medios de comunicación. Nuevos modos de creación y producción cultural. La Sociedad de la Información. Cumbres internacionales sobre la Sociedad de la Información. La creación de Internet y su impacto en la sociedad. La sociedad, la cultura y la comunicación a partir de la emergencia de Internet. Documentos y compromisos internacionales sobre Internet y la inclusión digital. Las TICs en Paraguay: Realidad y proyección. Plan Maestro de TICs. Experiencias e iniciativas para la reducción de la brecha digital. Educación y TICs. Iniciativas internacionales sobre acceso a la información: Open Government y Open Data.

Unidad 7

Medios de comunicación, periodismo y factores de poder. La libertad de expresión y el derecho a la información. La libertad de prensa y el ejercicio del periodismo. Mirada histórica y actualizada a los conceptos de “Libre Flujo de la Información” y “Nuevo Orden Mundial de la Información”. El Informe Mc Bride, importancia histórica y actualidad de sus reflexiones. El periodismo frente al poder político y al poder económico. El *poder* de los medios en la sociedad. La concentración de propiedad de los medios.

Unidad 8

Protagonismo de la Juventud en los procesos culturales. Capítulo constitucional sobre derechos de la Juventud. Estudios de consumo y audiencias. Experiencias para el desarrollo del sentido crítico en el consumo de los medios de comunicación y las industrias culturales. Plan Nacional de Juventud, cultura y comunicación.

X. BIBLIOGRAFIA:

LIBROS

- **McQuail, Denis.** Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Paidós. Barcelona, 1983.
- **García Canclini, Néstor.** La globalización imaginada. Paidós. Buenos Aires, 2000.
- **Sartori, Giovanni.** Homo videns. La Sociedad teledirigida. Editorial Taurus. Buenos Aires, 2000.
- **Fayt, Carlos.** La omnipotencia de la prensa. Editorial La Ley. Buenos Aires, 1994.
- **Constitución Nacional de la República del Paraguay.** 1992.
- **Mc Bride, Sean, y otros.** Un solo mundo, muchas voces. FONDO DE CULTURA ECONÓMICA. MÉXICO, 1980.
- **Unión Europea.** Libro Verde de las Industrias Culturales de la Unión Europea.
http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc/GreenPaper_creative_industries_es.pdf

ARTÍCULOS

- **García Canclini, Néstor.** Las industrias culturales y el desarrollo de los países americanos.
- **Gettino, Octavio.** Las industrias culturales en el Mercosur. Observatorio Cultural Mercosur. 2001.
http://estatico.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/ind_cult_en_el_mercosur.pdf
- **Gettino, Octavio.** Economía y desarrollo en las industrias culturales de los países del Mercosur. Redes.com. 2005.
- **Esteinou, Javier.** El Rescate del Informe Mc Bride y la Construcción de un Nuevo Orden Mundial de la Información. Revista Razón y Palabra.
<http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n39/jesteinou.html>
- **Ruano, Soledad.** Las Industrias Culturales, el Negocio de la Era Digital. Revista Razón y Palabra, N° 56. <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n56/sruano.html>
- **Barbero, Jesús Martín.** Jóvenes: comunicación e identidad.
<http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric00a03.htm>
CEPAL. Tecnologías de la Información y la Comunicación e Industrias Culturales. Una perspectiva Latinoamericana. CEPAL 2006.
<http://www.eclac.org/publicaciones/DesarrolloProductivo/2/LCW92/W92.pdf>