

1981

CENTRO UNIVERSITARIO DE OCCIDENTE  
SISTEMA EDUCACION GENERAL



COMUNICACION Y SOCIEDAD  
PROGRAMA 1981

1.- DESCRIPCION DEL CURSO

El curso, integrado por las cátedras de Filosofía de la comunicación, Comunicación verbal y Comunicación Visual, busca proporcionar un marco teórico general de los aspectos de la comunicación, que permita al estudiante comprender y analizar los mecanismos de este proceso y sus implicaciones en lo social, económico y político, con la finalidad que lo relacione con la situación de América Latina y, especialmente con la realidad costarricense.

2.- OBJETIVOS GENERALES

Que el estudiante sea capaz de:

- 1.- Valorar la función de las universidades en América Latina
- 2.- Evaluar, en forma crítica, el mundo de la percepción y de los sistemas de representación utilizados por el hombre.
- 3.- Analizar la base de los mecanismos de su medio social.
- 4.- Analizar la ideología, la dominación y la dependencia económica manifiestas en los medios de comunicación.
- 5.- Estimar en forma crítica la influencia de la comunicación masiva en la sociedad costarricense.

3.- Filosofía de la Comunicación

1.- Unidades

- a) Introducción a los estudios universitarios
- b) Comunicación, mito y realidad.
- c) Conocimiento, comunicación y vida social
- d) Análisis de los medios de comunicación
- e) Sociedad de masas y cultura de masas.

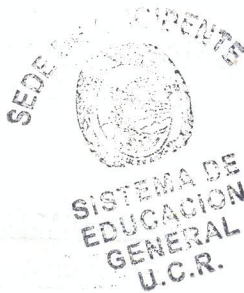
Iº Unidad: Introducción a los estudios universitarios.

Tiempo probable: 2 semanas

Objetivo:

Que el estudiante sea capaz de:

- 1.- Analizar de manera crítica la misión de la universidad en la sociedad en general y de la universidad latinoamericana en particular.



Contenido:

- 1.- Concepto de universidad
- 2.- Misión de la universidad
- 3.- La universidad en América Latina

Actividades:

Trabajo en grupo

Bibliografía : Riveiro, Darcy. La Universidad Latinoamericana. Santiago: Editorial Universitaria, 1971

II Unidad: Comunicación, mito y realidad.

Tiempo probable: seis semanas

Objetivo:

Que el estudiante sea capaz de:

1.- Comprobar, utilizando diversos textos y ejemplos, que la concepción mítica de la realidad es esencialmente diferente a la concepción racional del mundo y que implica:

a) Formas de interacción y de comunicación con la realidad que sobrepasan los límites de la razón discursiva.

b) Que la mentalidad mítica con su riqueza de significados y de valoraciones, ofrece al hombre moderno posibilidades de una comprensión más plena de su existencia, de sus relaciones con la realidad, el conocimiento y sus relaciones sociales.

Contenido:

- a) Cosmovisión y mentalidad mítica
- b) Manifestaciones mitológicas (religión, magia, rituales, etc.) y principios de comunicación.
- c) Comunicación oral y comunicación escrita
- d) Bases y premisas de la comunicación humana.

Actividades:

a) Análisis y discusión de fragmentos de: "Fedro" de Platón; Mito y Metafísica, de Gusdorf, El arte de amar, de Erich Fromm y La alternativa de R. Garaudy.

b) Trabajo en grupo sobre los temas de la unidad

Evaluación:

Pruebas cortas y llamadas orales

Bibliografía específica

- 1.- Eliade, Mircea. Mito y realidad. Madrid: Guadarrama, 1973.
- 2.- Fromm, Erich. El arte de amar. Buenos Aires: Paidós, 1973
- 3.- Garaudy, Roger. La alternativa. 4ª ed. Madrid: EDICUSA, 1977.
- 4.- Gusdorf, Georges. Mito y metafísica. Buenos Aires: Nova. 1960.
5. La palabra. Buenos Aires: Nueva Visión, 1971
- 6.- Levi-Strauss, Claude. El pensamiento salvaje. México: Fondo Cultura Económica, 1972.
- 7.- Mc. Luhan, Marshall. El medio es el mensaje. Buenos Aires: Paidós, 1975
- 8.- La comprensión de los medios como las extensiones del hombre. México: Diana, 1973.
- 9.- Nietzsche, Federico. El origen de la tragedia. Madrid: Espasa-Calpe, 1964.
- 10.- Platón. "Fedro" en Diálogos. México: Porrúa, 1968.

III Unidad: Conocimiento, comunicación y vida social

Tiempo probable: 8 semanas

Objetivos

Que el estudiante sea capaz de :

- 1.- Explicar el condicionamiento social del conocimiento y la comunicación y determinar las causas y orígenes de la dominación ideológica y cultural.

Contenidos:

- 1.- Conocimiento, realidad y lenguaje
- 2.- Condicionamiento social de la comunicación:
  - a) Infraestructura y superestructura
  - b) Comunicación e ideología
  - c) Medios de comunicación y aparatos ideológicos.



Actividades:

Mesa redonda sobre el concepto de ideología, se utilizarán como base para la discusión los textos siguientes: La ideología alemana, de Marx y Engels; de Matterlart: "El concepto de ideología" de Los medios de comunicación de mas y de Rafael Echeverría y F. Castillo: "Antecedentes básicos de la teoría de la ideología" de Ideología y medios de comunicación.

Trabajo en grupos sobre los temas de la unidad

Evaluación:

Prueba corta  
Llamadas orales



Bibliografía específica:

- 1.- Althusser, L. La filosofía como arma de la revolución. México: Siglo XXI, 1973.
- 2.- De Fleur, Melvin. Teorías de la comunicación masiva. Buenos Aires: Paidós, 1975.
- 3.- Echeverría, Rafael y otros. Ideología y medios de comunicación. Buenos Aires: Amorrortu, 1973.
- 4.- Lenin, V.I. El estado y la revolución. Moscú: Progreso, 1970.
- 5.- Marx, Karl y Engels, F. La ideología alemana. México: Ediciones de Cultura Popular, 1970.
- 6.- Marx, Karl. Contribución a la crítica de la economía política. México: Fondo Cultura Económica, 1972

IV Unidad: El análisis de los medios de comunicación

Tiempo probable: 8 semanas

Objetivo:

Que el estudiante sea capaz de:

- 1.- Analizar científicamente diferentes tipos de mensajes, especialmente los mensajes escritos.
- 2.- Aplicar diferentes métodos de análisis de contenido y elaborar un marco teórico sólido para el análisis de diferentes tipos de mensajes.

Contenidos:

Análisis ideológico  
Análisis de contenido

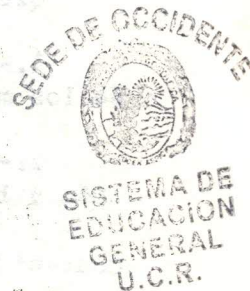
- a) Unidades de información y categorías de análisis
  - b) Elementos de estadística
- Complementación entre el análisis de contenido y el análisis ideológico.

Actividades:

- 1.- Análisis de periódicos, revistas y series de televisión
- 2.- Trabajo en grupos

Evaluación:

- Prueba corta  
Llamadas orales



Bibliografía específica

- 1.- Block de Behar, Luisa. El lenguaje de la publicidad. México: Siglo XXI, 1973.
- 2.- De Moragas Spa, Miguel. Semiótica y comunicación de masas. Madrid: Península, 1976
- 3.- Dorffman, A y ?atterlart, A. Supermán y sus amigos del alma. Buenos Aires: Galerna, 1974
- 4.- Kientz, Albert. Para analizar los mass-media. Valencia: F. Torres, editor, 1976
- 5.- Mattelart, A y otros. Los medios de comunicación de masas. Buenos Aires: El Cid editor, 1970.
- 6.- Mattelart, Michele: "Apuntes sobre lo moderno: una manera de leer la revista femenina ilustrada". En: Ideología y medios de comunicación. Buenos Aires: Amorrortu, 1973.
- 7.- Morin, Violette. El tratamiento periodístico de la información. Barcelona: A.T.E., 1974.
- 8.- Santa Cruz, Adriana. Comropolitan. México: Nueva imagen, 1980.

V Unidad: Sociedad de masas y cultura de masas.

Tiempo probable: 8 semanas

Objetivos:

Que el estudiante sea capaz de:

- 1.- Definir sociedad de masas y cultura de masas y reconocer el papel de los medios de comunicación en su constitución
- 2.- Desarrollar una conciencia crítica sobre el problema de la alienación a la que está sometido el hombre contemporáneo.

Contenidos:

- 1.- Cultura de masas y cultura de élite
- 2.- Técnica, medios de comunicación y cultura de masas
- 3.- Características de la sociedad moderna.
- 4.- Medios de comunicación, relaciones sociales y sociedad de consumo.

Actividades:

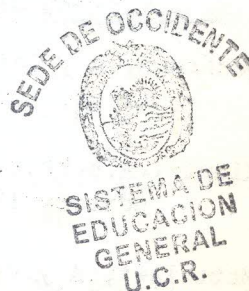
Trabajo en grupos sobre los temas de la unidad.  
Mesa redonda sobre políticas de comunicación

Evaluación:

Prueba corta  
Llamadas orales

Bibliografía específica

- 1.- Freud, Sigmund. Psicología de las masas. Madrid: Alianza, 1974.
- 2.- Fromm, Erich. Psicoanálisis de la sociedad contemporánea. México: Fondo de Cultura Económica, 1971
- 3.- Marcuse, Herberth. El hombre unidimensional. Barcelona: Seix- Barral, 1971
- 4.- Mc. Quail, Denis. Sociología de los medios de comunicación. Buenos Aires: Paidós, 1969
- 5.- Ortega y Gasset, José. La rebelión de las masas. Madrid: Espasa-Calpe, 1965
- 6.- Touraine, Alain. La sociedad post-industrial. Barcelona: Ariel, 1971
- 7.- Weber, Marx. ¿Qué es la burocracia? *Civilización técnica y sociedad de masas.* Buenos Aires: La Pléyade, 1977



Lecturas obligatorias:

Además de las obras señaladas en la bibliografía para cada unidad, los estudiantes leerán los siguientes textos: de Erich Fromm: El miedo a la libertad; de Herberth Marcuse: El hombre unidimensional y de Roger Garaudy La alternativa

COMUNICACION VERBAL

Objetivos generales:

- 1.- Desarrollar en el estudiante las destrezas necesarias para analizar la utilización de la comunicación lingüística.
- 2.- Asumir una actitud crítica ante los diferentes procedimientos lingüísticos de persuasión
- 3.- Utilizar con propiedad el lenguaje, tanto en forma oral como escrita.
- 4.- Desarrollar adecuadamente trabajos de investigación

Unidades:

- 1.- Introducción a los estudios universitarios
- 2.- La comunicación lingüística
- 3.- Comunicación y sociedad

I Unidad: Introducción a los estudios universitarios

Tiempo probable: 2 semanas

Objetivo: Comprender y valorar la importancia que revisten los Estudios Generales para los estudiantes universitarios

Contenido:

- 1.- La Universidad de Costa Rica
  - a) Desarrollo e importancia de las universidades en la sociedad costarricense.
  - b) La responsabilidad del estudiante y del profesional universitario

Actividades:

Lectura y comentario de artículos en grupos



## Bibliografía

- 1.- Azofeifa, Isaac Felipe. Humanismo crítico. San José, C.R. Editorial Universitaria, 1978
- 2.- Gutiérrez, Claudio. Discurso de graduación de 1979

## II Unidad: La comunicación lingüística.

Tiempo probable: 14 semanas

### Objetivos:

Que el estudiante sea capaz de:

- 1.- Analizar, en diferentes ejemplos, la importancia de los elementos de la comunicación
- 2.- Establecer la relación adecuada entre el pensamiento y la utilización de los símbolos.
- 3.- Distinguir, en diferentes mensajes, el empleo de la denotación y de la connotación.
- 4.- Evaluar la importancia del lenguaje en la elaboración de los conceptos y en la percepción del mundo.
- 5.- Evaluar la utilización de procedimientos persuasivos en varios textos

### Contenidos:

- 1.- La comunicación. Aspectos generales: emisor, receptor, media. Su utilización e importancia. La comunicación y el desarrollo de la tecnología de la comunicación.
- 2.- La comunicación humana. Diferentes códigos utilizados por el hombre
  - Procedimientos de simbolización: indicios, síntomas, iconos, símbolos. Empleo en la sociedad
  - El signo lingüístico: características. Elementos: significante, significado. Concepto, significación, sentido. Denotación y connotación
  - El lenguaje y la percepción del mundo. "Mapas y territorios" lingüísticos
  - El lenguaje y el pensamiento: función de los informes, juicios, deducciones.
  - La abstracción, características.



-Los estereotipos: definición, tipos, uso.

Lo gráfico y lo lingüístico: importancia de su relación en la comunicación

Actividades:

-Lecturas y trabajo en grupos

-Análisis de ejemplos

-Discusiones sobre:

1.- La utilización de los "mapas" y "territorios" en anuncios comerciales, en propaganda política.

2.- Los estereotipos

-Recorte de artículos de periódicos y elaborar un libro de recortes con comentarios sobre los puntos vistos

-Lectura y debate acerca de los procedimientos persuasivos que se reflejan en Rebelión en la granja de George Orwell

-Discusión acerca de la importancia del lenguaje según lo presenta George Orwell en 1984

Películas y comentarios

-Realizar una campaña publicitaria.

Evaluación:

Se evaluará la calidad de la participación en las intervenciones.

Se revisará el libro de recortes

Se evaluará la creatividad y originalidad que se demuestre en la elaboración de esbozos de campañas publicitarias

Se evaluará la utilización adecuada de los aspectos básicos de expresión tanto en ideas como en la utilización de puntuación, ortografía y vocabulario

Bibliografía y películas:

1.- Aranguren, José Luis. La comunicación humana. 2ª ed. Madrid: Guadarrama, 1975.

2.- Badura, Bernhard. Sociología de la comunicación. Barcelona: Ariel, 1979.

3.- Behar, Lisa Block de. El lenguaje de la publicidad. Buenos Aires: Siglo XXI, 1973

4.- García Calvo, Agustín. Lalia. Ensayos de estudio lingüístico de la Sociedad. Madrid: Siglo XXI, 1973.



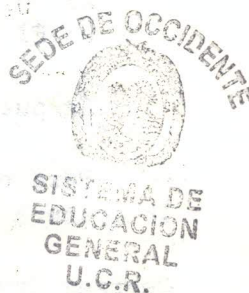
SISTEMA DE  
EDUCACION  
GENERAL  
U.S.C.R.

- 5.- Hayakawa, S.I. El lenguaje en el pensamiento y en la acción. México: U.T.E.H.A. , 1967
- 6.- Lee, John. A.R. Hacia una política realista de la comunicación. París: Unesco, 1976.
- 7.- Lippmann, Walter. "Estereotipos" en Charles S. Steinberg y William Bluem (comp) Los medios de comunicación social. México: Roble. 1969 pp. 121-130
- 8.- Lerói-Goushan, André. "Los símbolos del lenguaje" en El gesto y la palabra. Caracas: Universidad Central de Venezuela, 1971
- 9.- Malmberg, Bertil. Teoría de los signos. México: Siglo XXI, 1977
- 10.- Martinet, Jeanne. Claves para la semiología. Madrid: Gredos, 1976
- 11.- May, Frank. La enseñanza del lenguaje como comunicación. Buenos Aires: Paidós, 1975.
- 12.- Miller, Georges. Lenguaje y comunicación. Buenos Aires: Amorrortu, 1975
- 13.- Newman, John. "¿Por qué es necesario definir la comunicación?" en Alfred G. Smith (comp.) Comunicación y cultura . La teoría de la comunicación humana. Buenos Aires: Nueva Visión, 1976 pp. 91-101
- 14.- Ogden, C.K. y Richards I.A. El significado del significado ? 2º edición Buenos Aires: Paidós, 1964.
- 15.- Saussure, Ferdinand de. Curso de lingüística general. 7º edic. Buenos Aires: Losada, 1969
- 16.- Schaff, Adam. "Lenguaje y acción humana" en Ensayos sobre filosofía del lenguaje . Barcelona: Ariel, 1973.
- 17.- Singh, Jagjit. Teoría de la información, del lenguaje y de la cibernética. 2º ed. Madrid: Alianza, 1976.
- 18.- Stewart, Daniel K. Psicología de la comunicación. 2º ed. Buenos Aires: Paidós. 1973.
- 19.- Thayer, Lee. Comunicación y Sistemas de comunicación. Barcelona: Península, 1975.
- 20.- Ullmann, Stephen. Semántica. Introducción a la ciencia del significado 2º ed. Madrid: Aguilar, 1967

- 21.- Watzlawick, Paul y otros. Teoría de la comunicación humana. 3ª ed.  
Buenos Aires: Tiempo Contemporáneo, 1974.
- 22.- Wiener, Norbert. "Cibernética" En Alfred G. Smith (comp.) Comunicación y Cultura I. La teoría de la comunicación humana. Buenos Aires: Nueva Visión, 1976 pp. 47-61.

Películas:

- 1.- LAS Comunicaciones en la década de los 70 12-86 M.E.P.
- 2.- Desarrollo de las comunicaciones desde el telégrafo hasta la televisión 15-15 M.E.P.
- 3.- Comentarios sobre la comunicación humana
- 4.- La naturaleza del lenguaje
- 5.- El proceso de la comunicación
- 6.- La retroalimentación en la comunicación
- 7.- El significado está en las personas
- 8.- Las palabras y su significado  
Principios básicos de la comunicación



III Unidad: Comunicación y Sociedad:

Tiempo probable: 16 semanas

Objetivos: Que el estudiante sea capaz de:

- 1.- Evaluar, objetivamente, aspectos de su realidad
- 2.- Realizar un trabajo de investigación con un nivel adecuado de aceptación
- 3.- Utilizar con propiedad una técnica de expresión oral.
- 4.- Expresar sus ideas con los elementos básicos de coherencia y claridad.
- 5.- Adaptar, en forma adecuada, los datos investigados a un trabajo creativo.

Contenidos y actividades:

Durante esta segunda eparte del curso los estudiantes, en grupos de 4 o personas, seleccionarán un tema y lo desarrollarán en clase.

Los temas son:

- a) Política y comunicación
- b) El espacio como comunicación
- c) Los estereotipos en la sociedad
- d) La función social de la psicología
- e) Ritos y lenguaje
- f) Lo emotivo en la publicidad
- g) La comunicación en el teatro del absurdo
- h) El lenguaje de las revistas femeninas

Se pueden establecer otros temas.

Para el desarrollo de esos temas se propone como elemento básico o central la lectura de las siguientes obras:

Georges Orwell; 1984. (Política y Comunicación)  
Georges Orwell; Rebelión en la granja. Política y comunicación)  
Ray Bradbury. Fahrenheit 541. Política y comunicación)

Así mismo: A Matterlart. Agresión desde el espacio.

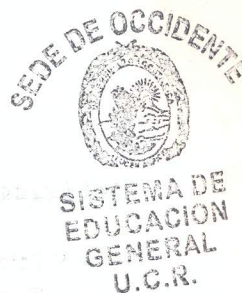
Para el tema de la psicología se recomienda de Skinner Walden II, de A. Burges La Naranja mecánica, V. Packard Las formas ocultas de la propaganda, Erich Fromm La revolución de la esperanza

Para los otros temas la bibliografía de la segunda unidad y la que se entre relacionada con esos temas

Evaluación:

Se evaluarán las consultas y los informes del trabajo según su desarrollo

La exposición y el trabajo escrito serán evaluados según la tabla que se indicará al alumnos.



## COMUNICACION VISUAL

### Unidades:

- 1.- Introducción a los estudios universitarios (2 semanas)
- 2.- La comunicación visual (4 semanas)
- 3.- Comunicación visual y sociedad (10 semanas)
- 4.- Comunicación visual y medios masivos (16 semanas)

### Análisis de las Unidades

#### Introducción a los estudios universitarios

##### Objetivo

Que el estudiante sea capaz de:

- 1.- analizar las transformaciones históricas de la universidad

##### Contenido:

La Universidad en América Latina

##### Actividades

Trabajo en grupo

##### Bibliografía:

- 1.- Riveiro, Darcy. La universidad latinoamericana

#### La Comunicación Visual

##### Objetivos:

Que el estudiante sea capaz de:

- 1.- Explicar la relación imagen-realidad
- 2.- Comparar la creación de imágenes como modo de producción y como modo de representación
- 3.- Analizar la relación entre producción artística y producción material

##### Contenidos:

- 1.- La imagen y el proceso de comunicación
- 2.- La imagen y la realidad
- 3.- La creación de imágenes como producción y como representación
- 4.- El arte y la producción material

Actividades:

- 1.- Proyección de diapositivas y películas
- 2.- Trabajo en grupos

Bibliografía:

- 1.- Arnheim, Rudolf. El cine como arte. Buenos Aires: Infinito, 1971
- 2.- Read, Herbert. Orígenes de la forma en el arte. Buenos Aires: Proyección, 1967.
- 3.- Dorfles, Gillo. El devenir de las artes. México: Fondo Cultura Económica, 1970.
- 4.- García Canclini, Néstor. La imaginación simbólica.
- 5.- García Canclini, Néstor. Arte popular y sociedad en América Latina. México: Grijalbo, 1977.

Evaluación:

Pruebas cortas  
Llamadas orales

Comunicación visual y medios masivos

Objetivo:

Que el estudiante sea capaz de:

- 1.- Determinar las consecuencias de las condiciones de la producción de imágenes en la sociedad de masas
- 2.- Analizar las diferencias entre arte de minorías, arte de masas y arte popular.
- 3.- Aplicar una metodología de análisis de los mensajes cinematográficos, televisivos y publicitarios
- 4.- Explicar y juzgar críticamente la influencia de dichos mensajes en nuestra sociedad.



SISTEMA DE  
EDUCACION  
GENERAL  
U.C.R.

Contenidos:

- 1.- Condiciones de la producción de imágenes, distribución y consumo en la sociedad de masas
- 2.- Arte de minorías y arte de masas
- 3.- Arte popular. Las experiencias de arte popular en América Latina
- 4.- El cine y la televisión
  - a) Análisis de los mensajes cinematográficos y televisivos
  - b) Influencia del cine y la televisión sobre la sociedad:
  - c) El cine y la televisión en América Latina, Mecanismos de distribución y consecuencias.
  - d) Propuestas del cine latinoamericano.
- 5.- La publicidad. La importancia de la imagen en la publicidad. El mensaje publicitario en afiches. El mensaje publicitario en televisión.

Actividades:

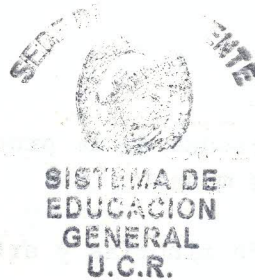
- 1.- Proyección de diapositivas y películas
- 2.- Lecturas que se indiquen
- 3.- Trabajo en grupos sobre manifestaciones del arte popular en Costa Rica; mensajes cinematográficos y mensajes publicitarios; etc.

Bibliografía

- 1.- Eco, Umberto. Apocalípticos e integrados. 4<sup>o</sup> edic. Barcelona: Lumen 1975.
- 2.- García Canclini, Néstor. Arte popular y sociedad en América Latina. México: Grijalbo, 1977.
- 3.- Gomezjara, F. y D. Selene de Dios. Sociología del cine. México. Secretaría: de Educación Pública. 1973
- 4.- Gubern, Roman. Mensajes icónicos en la cultura de masa. Barcelona Lumen, 1974
- 5.- Hausser, Arnold. Sociología del arte. 2<sup>o</sup> vol. Madrid: Guadarrama, 1975.
- 6.- Solanas F. y O. Getino. Cine, cultura y descolonización. Buenos Aires Siglo XXI, 1973
- 7.- Martínez, T.A. y M. Pérez Estremera. Nuevo Cine latinoamericano. Barcelona Anagrama, 1973.

Evaluación:

Pruebas cortas. llamadas orales  
Evaluación de los trabajos sen grupos



Comunicación visual y sociedad

Objetivos:

Que el estudiante sea capaz de:

- 1.- Analizar la relación entre las manifestaciones artísticas y la sociedad
- 2.- Distinguir las influencias externas en la producción de imágenes de América Latina y sus consecuencias.
- 3.- Explicar las condiciones materiales de existencia del productor de imágenes en la sociedad y la relación con el consumidor
- 4.- Preparar adecuadamente un informe escrito breve.

Contenido

- 1.- Relación entre la producción de imágenes y las formaciones socio-económicas: Prehistoria. Pueblos primitivos actuales. Grecia. La Edad Media. El Renacimiento. Los siglos XIX y XX. Las imágenes en América Latina. Influencia y autonomía en su producción.
- 2.- El productor de imágenes en la sociedad. El artista como mago y sacerdote. El artista como trabajador manual. El artista como trabajador intelectual. El artista en la sociedad burguesa. El artista en la sociedad latinoamericana

Actividades

- 1.- Proyección de diapositivas y películas
- 2.- Trabajo en grupos

Bibliografía

- Dorfles, Gillo. Las oscilaciones del gusto. Barcelona; Lumen, 1974
- Freund, Gisele. La fotografía como documento social. Barcelona: Gustavo Gili, 1976.
- Hausser, Arnold. Historia social de la literatura y el arte. 3ª ed. Madrid; Guadarrama. 1971



Sociología del arte. 2º vol. Madrid: Guadarrama, 1975

Sánchez Vásquez, Adolfo. Las ideas estéticas de Marx. 7º ed. México:  
Era, 1977.

Evaluación:

- 1.- Pruebas cortas y llamadas orales
- 2.- Evaluación del trabajo en grupo

21-1-81  
SEC-jsf.

