



UNIVERSIDAD DE  
COSTA RICA



ESCUELA DE CIENCIAS DE LA  
COMUNICACIÓN COLECTIVA

# DESCRIPTIVOS DE LOS CURSOS ÉNFASIS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

*Versión actualizada según Resolución VD-12541-2023  
Rige a partir del II-2023*





## DESCRIPTIVOS DE LOS CURSOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

C1021 Introducción a la Comunicación Social .....	4
<b>CURSOS OBLIGATORIOS.....</b>	<b>7</b>
C1000 Comunicación y relaciones humanas .....	8
C1001 Comunicación y tecnología .....	14
C1002 Comunicación inclusiva .....	21
C1005 Comunicación, lenguaje e interacción social .....	25
C1103 Comunicación y poder .....	30
C1003 Comunicación y comunidad .....	35
C1101 Comunicación para el desarrollo .....	40
C1020 Práctica profesional en Comunicación Social .....	48
<b>CURSOS OPTATIVOS .....</b>	<b>52</b>
C1004 Seminario de Investigación Aplicada.....	53
C1100 Historia contemporánea de la Comunicación .....	55
C1102 Propiedad intelectual y Comunicación .....	60
C1104 Cultura visual.....	67
C1105 Comunicación, economía y cultura .....	72
C1106 Seminario de Comunicación, políticas públicas y ciudadanía.....	76
C1107 Seminario de temas I.....	81
C1108 Seminario de temas II.....	83
C1112 Seminario de temas III .....	85
C1113 Seminario de temas IV .....	87
C1109 Tendencias en comunicación I.....	89
C1110 Tendencias en comunicación II.....	91
C1111 Comunicación, gestión del riesgo y procesos sociales.....	93



<b>CURSOS OPTATIVOS - TALLERES DE APRENDIZAJE EXPERIENCIAL .....</b>	<b>96</b>
C0103 Taller de aprendizaje experiencial en Canal 15.....	97
C0104 Taller de aprendizaje experiencial en el Sistema Radiofónico UCR.....	101
<b>CURSOS OPTATIVOS - CURSOS DE ACTUALIZACIÓN INTERDISCIPLINARIOS.....</b>	<b>105</b>
C0038 Comunicación y actualidad I .....	106
C0039 Comunicación y actualidad II.....	108
C0040 Comunicación y actualidad III.....	110



## C1021 Introducción a la Comunicación Social

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-Práctico
Horas teóricas:	1
Horas prácticas:	2
Requisitos:	• C0001 Introducción a la Comunicación
Tipo:	Bloque Común - Optativos Introdutorios

### DESCRIPCIÓN

“Introducción a la comunicación social” es el curso introductorio de la concentración de Comunicación Social, la cual forma parte del plan de estudios de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva de la Universidad de Costa Rica. El curso propone una experiencia de aprendizaje orientada a introducir a los y las estudiantes al conocimiento de la disciplina de la comunicación social, tanto en su dimensión profesional o aplicada como en sus aspectos teórico-conceptuales.

Se desarrolla a partir de un proceso de intercambio y reflexión colectiva sobre los alcances e implicaciones del ejercicio profesional en el campo de la comunicación social, sustentado tanto en casos concretos como en la revisión de lecturas y materiales diversos como en la exposición a diversas situaciones. Como parte de este proceso, se abordan contenidos que permiten reconocer y reflexionar sobre los ejes que son transversales al campo disciplinar, tales como su carácter inter y transdisciplinar, el abordaje crítico-histórico-holístico de lo comunicacional, la comprensión de los pesos de las diferentes manifestaciones del poder en las relaciones humanas y los abordajes metodológicos propios del campo disciplinar.

De manera paralela y complementaria, el curso propone exponer a los y las estudiantes a diversas experiencias de Comunicación Social y les brinda un acercamiento a los diferentes contenidos y experiencias de aprendizaje que cursarán durante su paso por los estudios de la concentración.

### OBJETIVOS GENERALES

El curso “Introducción a la Comunicación Social” ha sido diseñado y planificado con la expectativa de que los y las estudiantes puedan comprender el campo de la Comunicación Social, tanto en los aspectos correspondientes al quehacer profesional como en sus alcances conceptuales básicos, con el fin de dimensionar las diferentes propuestas de aprendizaje



que implicará el paso por el estudio dentro de la concentración de Comunicación Social, así como los retos y responsabilidades éticas y profesionales asociados a este campo.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

- Identificar las diferentes propuestas de aprendizaje que les implicará el paso como estudiantes dentro del énfasis de Comunicación Social.
- Analizar y participar en experiencias concretas del ejercicio profesional propio del énfasis.
- Reflexionar sobre las implicaciones profesionales-aplicadas y éticas del ejercicio de la Comunicación Social.
- Vislumbrar los alcances que tienen los diferentes ejes transversales y estructurales propios del ejercicio profesional del énfasis.
- Conocer y comprender los alcances teórico-conceptuales básicos de la disciplina de la Comunicación Social y, desde allí, la respectiva delimitación epistemológica del campo.

## CONTENIDOS

- Breve historia de los estudios en comunicación.
- Nociones introductorias de los paradigmas y conceptos de comunicación.
- Perfil general (atributos y características y competencias) del comunicador/la comunicadora social
- Dimensión ética y alcances sociales del ejercicio profesional de la Comunicación Social.
- Ámbitos o espacios socio-laborales del ejercicio de la Comunicación Social.
- Perspectiva histórica y crítica, diversidad y derechos humanos como ejes conceptuales-transversales de la comunicación social.
- Investigación, planificación y métodos participativos como herramientas fundamentales de la comunicación social.
- Comunicación y metodologías participativas.
- Comunicación y poder.
- Comunicación, desarrollo y comunidad.



- Aportes y experiencias del ejercicio profesional en Comunicación Social: investigación social aplicada, ejercicio profesional en instituciones públicas, ejercicio profesional en ONG's y organizaciones sociales.

Estos contenidos generales, a su vez, podrán ser desarrollados a partir de los siguientes temas específicos:

- Comunicación, comunidad y riesgo ambiental
- Comunicación y desigualdad
- Comunicación e instituciones públicas
- Comunicación y género

## **BIBLIOGRAFÍA**

Por definir.



# CURSOS OBLIGATORIOS

## C1000 Comunicación y relaciones humanas

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-Seminario
Horas:	1 teoría, 2 práctica
Requisitos:	• C0001 Introducción a la Comunicación
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Obligatorio

### DESCRIPCIÓN

El curso C1000 Comunicación y Relaciones Humanas es un curso propio del énfasis en Comunicación Social, cuya motivación central es brindar un acercamiento a la comprensión de los procesos que operan en el establecimiento de las relaciones humanas en tanto expresión y reflejo, por una parte, y en tanto mecanismo de reproducción, por otro lado, de las dinámicas y procesos sociales. Este acercamiento apunta a propiciar la comprensión, por parte del/la estudiante, de la forma en que el ejercicio de la comunicación constituye un instrumento tanto para la producción “nueva” como para la reproducción de las dinámicas y relaciones sociales.

Para el cumplimiento de los objetivos de aprendizaje respectivos, en consecuencia con una perspectiva crítica de las Ciencias Sociales y de la Comunicación, el curso plantea una experiencia de estudio, análisis, reflexión y propuesta, desde una mirada amplia siempre ligada a aspectos concretos de la realidad social, primero, del proceso de desarrollo y constitución del sujeto humano, en su doble dimensión de sujeto individual-social, para luego continuar con el estudio de los procesos de conformación de grupos y de construcción de identidad en los colectivos humanos. Posteriormente, mediante un acercamiento a la comprensión de las formas en que opera la comunicación en estos procesos y a las posibilidades de pensar el cambio social desde la comunicación, se plantea un estudio de las lógicas que subyacen a la existencia de diversas violencias sociales, para proceder a plantear propuestas de cambio, desde la comunicación misma, de las realidades expresadas en esas violencias, tomando como referente ideal de las relaciones humanas el marco filosófico y conceptual de los Derechos Humanos.

Esta mirada crítica y amplia que propone el curso parte de la consideración de que el ser humano se constituye como sujeto socio-histórico a la luz de las condiciones del entorno y de los diversos procesos sociales concretos en/con los que inter-actúa desde el momento en que es concebido biológicamente, así como de que todo lo que corresponde al ámbito



de lo social-humano se establece a partir de relaciones que son estrictamente sociales, de las cuales la comunicación es dimensión articuladora. De esto deriva la comprensión de que todo cuanto respecta a las relaciones humanas es expresión y producto de la acción social humana y que, consecuentemente, está sujeto a las posibilidades del cambio y/o la transformación social.

En el mismo sentido, el curso propone un abordaje de la comunicación entendida como dimensión compleja y multidimensional, que va mucho más allá de las concepciones tradicionales basadas en el modelo emisor-receptor, y la asume como una dimensión articuladora de las relaciones humanas, íntimamente ligada a los procesos sociales antes mencionados, con funciones tanto de producción como de reproducción de las dinámicas del sistema social. De esta manera, se asume a la comunicación la constante producción-reproducción y distribución de significados como dimensión estructural y estructurante en la constitución de los seres humanos, en tanto seres histórico-sociales integrales, así como de los procesos sociales, en general.

En este marco de estudio, análisis, reflexión y propuesta, se propicia la comprensión por parte del/la estudiante del hecho de que el ejercicio de la comunicación supone transitar entre las posibilidades de la producción y/o la reproducción simbólica-social, y que, por lo tanto, es parte de la responsabilidad profesional tomar conciencia de la condición propia de sujeto social y, desde allí, del rol que cada profesional de la comunicación adquiere dentro del entramado social, con influencias diferenciadas, según las diversas orientaciones que se le dé al ejercicio profesional mismo.

De esta manera, además de procurar aportar a la comprensión de la forma en que opera el establecimiento de las relaciones humanas desde una mirada sistémica y holística, el curso aspira a hacer partícipe al/la estudiante de una reflexión sobre las implicaciones sociales de su propia condición de sujeto y de su futuro ejercicio profesional en comunicación, y lo hace procurando integrar y aplicar estos conocimientos tanto al análisis como a la propuesta desde la comunicación.

## **OBJETIVO GENERAL**

El curso C1000 Comunicación y Relaciones Humanas ha sido conceptualizado y planificado con la expectativa de que los y las estudiantes sean capaces de conocer y comprender las relaciones humanas desde la perspectiva de procesos sociales holísticos, multidimensionales y complejos, inscritos en contextos socio-político-económico-históricos, así como analizar y aplicar ese conocimiento desde las lógicas de la comunicación y las posibilidades del cambio social, con el fin de propiciar la interiorización de las implicaciones que tiene el ejercicio profesional en comunicación en las diversas manifestaciones de las relaciones humanas y en las dinámicas sociales, en general.



## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

- Comprender desde diferentes miradas disciplinares y teóricas las lógicas y procesos que subyacen a la construcción del sujeto humano en su doble dimensión de sujeto individual-social.
- Comprender y analizar las formas en que operan las dinámicas de grupo y la construcción de identidades colectivas en sus aspectos psicosociales-comunicacionales fundamentales, en el marco de las diversas manifestaciones de relaciones de poder.
- Analizar el marco filosófico-conceptual y regulatorio de los Derechos Humanos, en tanto posible “deber ser aspiracional” de las relaciones humanas.
- Comprender y analizar la forma en que la comunicación los procesos de producción-reproducción y distribución de significados se insertan en la construcción (producción-reproducción) de las relaciones humanas y, por tanto, en las posibilidades de la reproducción y/o el cambio social.
- Aplicar los conocimientos, tanto para el análisis crítico como para la formulación de propuestas que apunten a aportar al cambio social desde la comunicación, a diversas manifestaciones de la realidad social que expresan los encuentros y desencuentros propios de las relaciones sociales que nos rodean.

## CONTENIDOS

### Construcción del sujeto social

- Nociones introductorias sobre la construcción del sujeto social.
- Conceptos de genoma, fenoma, genotipo, fenotipo, cultura, filogénesis, sociogénesis, ontogénesis.
- “Biologicismo”: perspectiva biologicista y Darwinismo Social vrs. “naturaleza” social del ser humano.
- Constructivismo: Epistemología Genética de Piaget y Enfoque Socio-cultural de Vygotsky.
- Las nociones de sujeto, subjetividad e intersubjetividad.
- La condición de “normalidad” como construcción social.

## **Dinámica de grupos y construcción de identidades (3 semanas)**

- Elementos básicos de la constitución de grupos: qué es un grupo, cómo/por qué se forma.
- Por qué, para qué, cómo se forma un grupo: ideas de Martín-Baró.
- Grupo, identidad y poder.
- Estructura, roles, funciones, en los grupos.
- Categorías analíticas para analizar la identidad.

## **Dimensión simbólica de las relaciones humanas**

- Comunicación: conceptos y reflexiones sobre las implicaciones de sus distintas comprensiones.
- Análisis socio-histórico de la dimensión simbólica de la realidad: la semiótica.
- Sociedad, comunicación y poder.

## **Los Derechos Humanos como (posible) referente de las relaciones humanas**

- Sustentos filosóficos y conceptuales de los Derechos Humanos.
- Críticas y aportes de los Derechos Humanos como referente de las relaciones humanas.
- Relación entre comunicación y Derechos Humanos.

## **Comunicación, violencias sociales y cambio social en las relaciones humanas**

- Teoría y realidad de las violencias sociales.
- Las violencias sociales como constructos humanos.
- El marco de los Derechos Humanos como referente en las relaciones humanas modernas.
- Comunicación y Derechos Humanos como marco orientador de las relaciones humanas.
- Manifestaciones diversas de las violencias sociales:
  - Colonialismo
  - Racismo y xenofobia
  - Desigualdad socioeconómica
  - Género y machismo.
  - Exclusión socio-económica por condición de clase.

- Explotación laboral.
- Autoritarismo político: fascismo y totalitarismo.
- Fundamentalismos ideológico-religiosos.
- Violencia mediática, violencia periodística.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arias Beatón, G. (s.f.) - Lo Biológico y lo socio-cultural en la conformación de lo psíquico en el ser humano. Facultad de Psicología. Universidad de La Habana.
- Beorlegui, C. (2007). La Singularidad del ser humano como animal Bio-Cultural. En: Realidad. UCA, El Salvador.
- Borraz, Marta (2015). El decálogo del neomachismo o cómo perpetuar la desigualdad de género sin parecer machista. En Eldiario.es. 23/11/2015.
- Calderón, Rodolfo (2012). Delito y Cambio Social en Costa Rica. FLACSO, Costa Rica.
- Calvillo y Favela (s.f.). Hacia la categoría de sujeto social en la teoría sociológica. En: Biblioteca Jurídica Virtual, Instituto de Investigaciones Jurídicas, UNAM.
- Campos, Armando (2015). Violencia Social. EUNED-ILANUD. San José, Costa Rica.
- Castells (2001). La era de la información, Economía, sociedad y cultura. Volumen II: El Poder de la Identidad. Siglo XXI Editoriales. México. Páginas 28 a 34.
- Corsi y Peyrú (2003). Violencias Sociales (estudios sobre violencia). Editorial Ariel. Barcelona, España.
- D'Angelo, O. (2004). La subjetividad y la complejidad: procesos de construcción y transformación individual y social. En: Problemas sociales de la complejidad. CIPS, Centro de Investigaciones Psicológicas y Sociológicas, La Habana, Cuba. Consultado el 22 de febrero del 2016. Disponible en: <http://168.96.200.17/ar/libros/cuba/angelo14.rtf>
- Fuentes (2015) - Reflexión sobre el componente ideológico-discursivo en la estructura de los actos y hechos sociales. En: Investigación y desarrollo, Vol. 23, N° 1 (on line). Universidad Central de Chile
- Houtart, F. (2006). Los movimientos sociales y la construcción de un nuevo sujeto histórico. Ponencia presentada en el marco del V Encuentro Hemisférico contra el ALCA y el Libre Comercio, La Habana, 15 de abril de 2006.
- Lugones (2010). Subjetividad esclava, colonialidad de género, marginalidad y opresiones múltiples.
- Martín-Baró (1984). El significado de grupo. En: Sistema, grupo y poder, Psicología Social desde Centroamérica (II).
- MenEngage (2015). Hombres, Masculinidades y Cambios en el Poder. Documento-debate

- sobre la participación de los hombres en la igualdad de género desde Beijing 1995 hasta el año 2015. MenEngage, ONU-Mujeres.
- Navarrete-Cazales, Z (2015). ¿Otra Vez La Identidad?, un concepto necesario pero imposible. En: Revista Mexicana de Investigación Educativa. Vol. 20, N<sup>o</sup>. 65, Pp. 461-479.
- Pedrol, R. (2010). Determinismo biológico vrs mediado en el desarrollo humano. En: Alternativas cubanas en Psicología, vol. 3, N<sup>o</sup> 7. Cátedra L.S. Vygotski, Universidad de La Habana.
- Pérez, G. (2009). Ética y comunicación en la perspectiva de los derechos humanos: consideraciones preliminares en torno al reconocimiento de la dignidad de la persona y los derechos humanos. En: Signo y Pensamiento, número 55, volumen XXVIII, julio - diciembre 2009. Páginas 50 a 65.
- Piedrahita, Claudia (2015). Subjetivaciones políticas y pensamiento de la diferencia. Universidad Distrital Francisco José de Caldas: Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. Colombia, 2015.
- Rauber, Isabel (2006). América Latina: Sujetos políticos. Rumbos estratégicos y tareas actuales de los movimientos sociales y políticos. Pasado y Presente XXI. Quinta edición. República Dominicana.
- Rivera y Ceciliano (2004). Cultura, Masculinidad y Paternidad: las Representaciones de los Hombres en Costa Rica. 2a. ed. FLACSO-Costa Rica. San José, Costa Rica.
- Sojo, Carlos (2010). Igualitarios: la construcción social e la desigualdad en Costa Rica. Flcaso y PNUD, Costa Rica.
- Solana, J. (1999) - Reduccionismos antropológicos y antropología compleja. En: Gazeta de Antropología. N<sup>o</sup> 15, artículo 08. Universidad de Granada. Consultado el 22 de febrero del 2016. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10481/7531>
- Solano, Mario (1999). Legitimación del Estado en la conciencia cotidiana: una indagación socio psicológica sobre la dominación política. Editorial de la Universidad de Costa Rica. San José, Costa Rica.
- Vizer (2009) - Dimensiones de la comunicación, la doble faz de la realidad social. En: Signo y Pensamiento número 55, Puntos de vista, pp 234-246 · volumen XXVIII · julio - diciembre 2009.
- Walsh, Catherine (s.f.). Las geopolíticas del conocimiento y colonialidad del poder: entrevista a Walter Mignolo. En: Indisciplinar las ciencias sociales. Geopolíticas del conocimiento y colonialidad del poder. Perspectivas desde lo Andino, editado por C. Walsh, F. Schiwy y S. Castro-Gómez. Quito; UASB/Abya Yala



<b>C1001 Comunicación y tecnología</b>	
Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-Seminario
Horas:	1 teoría, 2 práctica
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• C0004 Trayectorias de los estudios en Comunicación</li> </ul>
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Obligatorio

## DESCRIPCIÓN

A inicios del siglo XXI, el proceso de digitalización de la información y su circulación en redes computacionales ha generado importantes transformaciones en procesos y prácticas de comunicación. Por ejemplo, el auge de diversas tecnologías de comunicación ha creado condiciones para la emergencia de nuevas formas de interacción social, participación política y expresión pública. Estos fenómenos plantean retos para pensar el rol de la tecnología en la vida política, económica y cultural de sociedades contemporáneas.

El curso “Comunicación y Tecnología” tiene como objetivo proporcionar a las y los estudiantes herramientas conceptuales para examinar de manera crítica las implicaciones económicas, políticas, sociales y culturales del auge actual de tecnologías de comunicación. Durante el curso, se desarrollarán diversas aproximaciones teóricas y posicionamientos conceptuales, en el marco de debates sobre temas relevantes, para entender qué es la tecnología y cuál es su significado en los procesos y prácticas de la comunicación contemporánea. De este modo, las y los estudiantes podrán desarrollar habilidades y destrezas analíticas para proponer soluciones pertinentes a problemáticas relacionadas con la producción, uso, distribución y circulación de tecnologías de comunicación.

## OBJETIVO GENERAL

Brindar insumos reflexivos para identificar las epistemologías que subyacen y fundamentan los debates contemporáneos sobre tecnologías de la comunicación y las representaciones mediáticas sobre el tema.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante:

- Será capaz de reconocer y analizar las perspectivas teóricas contemporáneas para la investigación sobre tecnologías de la comunicación.
- Conocerá las principales corrientes metodológicas para el estudio de los medios digitales.
- Podrá desarrollar una reflexión crítica sobre los fenómenos de desarrollo y de difusión de las nuevas tecnologías de la comunicación y sus implicaciones sociales, culturales y económicas.
- Desarrollará habilidades para comprender y explicar algunas de las tendencias contemporáneas en la producción, distribución y prácticas mediáticas con el fin de proponer soluciones a problemáticas sociales de manera crítica y responsable.

## CONTENIDOS

1. Determinismos: de lo social a lo tecnológico
  - Introducción a los debates sobre tecnología y sociedad.
  - ¿De qué hablamos cuando hablamos de nuevos medios o nuevas tecnologías de la comunicación?
2. Innis, McLuhan y la ecología mediática
  - Pensar la sociedad y la evolución de la conciencia individual a partir de la historia y de las formas de la comunicación: introducción al pensamiento de Harols A. Innis y Marshall McLuhan.
3. Tecnologías de la comunicación: entre medios, mediaciones y remediaciones
  - Pensar los nuevos medios de comunicación a través de la mediación técnica y los procesos de remediación.
4. Cibernética : el origen de una transdisciplina
  - Problematizar sobre los aportes de una teoría paradigmática en el desarrollo de la comunicación como disciplina científica.
5. La teoría de la difusión de las innovaciones
  - Estudio de modelos concretos para el análisis de tecnologías de la comunicación.
  - El modelo de la difusión de las innovaciones de E.M. Rogers y sus aplicaciones contemporáneas.
6. Teoría de la construcción social de las tecnologías
  - Introducción al acercamiento constructivista para la comprensión de la relación



- entre la tecnología y la sociedad.
7. La sociología de la traducción
    - La teoría del Actor-Red (de Bruno Latour y Michel Callon) como un nuevo paradigma en los estudios en comunicación.
  8. Estudios de la apropiación de la tecnología
    - Uso, apropiación y consumo mediático
    - El uso de la tecnología como espacio privilegiado para su estudio.
    - Análisis de los conceptos de uso, apropiación, consumo y domesticación.
  9. La sociedad-red
    - Inteligencia colectiva, la biblioteca de Babel y la economía del conocimiento.
  10. Introducción a los estudios sobre Internet
    - De la audiencia al usuario
    - Internet como medio de comunicación: de los mitos a los hechos.
    - Análisis de las principales perspectivas teóricas/metodológicas para el estudio de internet
  11. Estudios de la cibercultura
    - La mediación en red. Identidad y construcción simbólica.
  12. Acceso y cotidianeidad
    - La problemática del acceso y mediación como prácticas cotidianas
  13. Interactividad, prácticas y medios sociales
    - Participación y comunidad. Comunidades de práctica y de interés.
  14. Portabilidad, movilidad y convergencia mediática
    - Los retos de la apropiación, diversificación y ubicuidad.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arellano, A. (2003). La sociología de las ciencias y de las técnicas de Bruno Latour y Michel Callon. Cuadernos Digitales: Publicación electrónica en Historia, Archivística y Estudios Sociales, 8(23).
- Bakardjieva, M. & Smith, R. (2001). "The Internet in Everyday Life: Computer Networking from the Standpoint of the Domestic User". *New Media & Society*, 3 (1), 67-83.
- Bijker, W. E., Hughes, T. P., & Pinch, T. J. (1987). *The Social construction of technological systems: new directions in the sociology and history of technology*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Bolter, J.D. (1991). Seeing and Writing. *Writing Space: The Computer, Hypertext and the History of Writing*, 63-81. Hillsdale, J.J. Lawrence Erlbaum Associates.



- Bae Brandtzæg, P., Heim, J. (2009). "Explaining Participation in Online Communities." En Whitworth, B. and de Moor, A. Eds. Handbook of research on socio-technical design and social networking systems / Brian Whitworth and Aldo de Moor, editors. IGI Global, Cap. 12.
- Breton, B. (2000). La utopía de la comunicación. Buenos Aires : Nueva Visión, cap. 1.
- Breton, P., & Proulx, S. (2002). L'explosion de la Communication: La naissance d'une nouvelle idéologie (4 ed.). Québec: Boréal.
- Bush, V. (1945). As We May Think, Atlantic Monthly, 176(1). In A. Goldberg (Ed.), History of Personal Workstations (pp. 641-649). New York: Addison-Wesley.
- Caronia, L. (2005) "Mobile Cultures: An Ethnography of Cellular Phone Uses in Teenager's Everyday Life". Convergences, 11 (3), 96-103.
- Castells, Alvaro (2001): Diccionario de Internet. Bilbao: Deutso.
- Cobo Romani, C., y H. Pardo Kuklinski (2007): Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food. Barcelona, México D. F.
- Couldry, N. (2004) Theorising media as practice. Social Semiotics 14, 115-32.
- Hartmann, M. (2005b) 'The Triple Articulation of ICT. Media as Technological Objects, Symbolic Environments and Individual Texts', in T. Berker, M. Hartmann, Y. Punie and K. Ward (eds) Domestication of Media and Technologies, pp. 80-102. Maidenhead: Open University Press.
- Hills, M. (2008) Participatory Culture: Mobility, Interactivity and Identity, in Creeber, G. & Martin, R. (2008) Digital Culture: Understanding New Media, Maidenhead: Open University Press.
- Hine, C. (2004) Etnografía virtual. Barcelona: UOC, pp. 9-23.
- Horst, H.A., Herr-Stephenson, B. and Robinson, L. (forthcoming) "Media Ecologies". En: Ito et al, Hanging Out, Messing Around and Geeking Out: Living and Learning with New Media. Cambridge, MIT Press.
- Humphreys, L. (2005). "Cellphones in public: social interactions in a wireless era". New Media and Society. Vol. 7(6), 810-833.
- Innis, H.A. (1972). Empire and Communications. (Capítulo 1, Introducción, pp. 3-11) Toronto: University of Toronto Press.
- Jacques Perriault, La Logique de l'usage, chap. IX "La logique de l'Usage", pp. 202-227, Paris : Flammarion, 1989.
- Jenkins, H. (2006). "Introduction: Worship at the Altar of Convergence". En, Convergence culture: where old and new media collide. NYU Press.
- Jensen, J. F. (1999). Interactivity: Tracking a New Concept in Media and Communication Studies. In P. A. Mayer (Ed.), Computer Mediated Communication : A Reader. Oxford: Oxford University Press.



- Jinjiu, Z., Xiaoming, H. & Banerjee, I. (2006). "The Diffusion of the Internet and Rural Development". *The International Journal of Research into New Media Technologies*, 12(3): 293–305.
- Jouët, J. (2000). Retour critique sur la notion des usages. *Réseaux*, 100, 487-521.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Laurel, B. (1991). The Six Elements and the Causal Relations Among Them. *Computers as Theater*, 49-65. Reading, Mass: Addison-Wesley.
- Lievrouw L. A. (2002). "New media design and development: Diffusion of innovations v. social shaping of technology". En Lievrouw, A. L. and Livingstone, S. (Eds.). *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs* (1st ed.) London: Sage Publications.
- Lévy, Pierre (1999). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós.
- Licklider, J. C. R., & Taylor, R. W. (1968). The Computer as a Communication Device. *Science & Technology*, abril, 21-31.
- Lievrouw, L. A. and Livingstone, S. (2002), Introduction (pp.1-15). En Lievrouw, A. L. and Livingstone, S. (Eds.). *Handbook of New Media: Social Shaping and Consequences of ICTs* (1st ed.) London: Sage Publications.
- Lister, Martin, Dovey, Jon, Giddins, Seth. Grant, Iain. & Kelly, Kieran (2009). "New Media in Everyday Life." En: *New Media: A Critical Introduction*, London, Routledge, Cap.4 (237-256).
- Livingstone, Sonia (1999) New media, new audiences? *New media and society*, 1 (1). pp. 59-66.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Martín Barbero, Jesús (2006) *De los medios a las mediaciones*. México: Fondo de Cultura Económica.
- McLuhan, M. (1994). *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona : Paidós, pp. 29-42.
- Miller, D. & Slater, D. (2000). *The Internet : An Ethnographic Approach*. Oxford: Berg.
- Moggridge, B. (2007). *Designing Interactions*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Orozco Gómez, Guillermo (1991) "De las mediaciones a los medios. Contribuciones de la obra de Martín-Barbero al estudio de los medios y sus procesos de recepción". En: *Mapas Nocturnos: Diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero*. Editado por Maria Cristina Laverde y Rossana Reguillo. Universidad Central – DIUC, Siglo del Hombre Editores, Bogotá
- Oudshoorn, N., and T. Pinch (2003) How users and non-users matter in N. Oudshoorn and

- T. Pinch (eds.) *How users matter: The co-construction of users and technology*, 1-29. Cambridge, MA: MIT Press.
- Pinch, T. & Bijker, W. (1987). *The Social Construction of Facts and Artifacts: or How the Sociology of Science and the Sociology of Knowledge might Benefit Each Other*. In Bijker, W. E., Hughes, T.P. & Pinch, T. J. (Eds.). *The Social Construction of Technological Systems: New Directions in the Sociology and History of Technology*. Cambridge (pp.17-50), MA : MIT Press.
- Pinch, T. (1997). *La construcción social de la tecnología : una revisión*. En Santos, M. J. y Díaz, R. (comps.) *Innovación, tecnología y procesos culturales. Nuevas perspectivas teóricas*. México : FCE-UNAM.
- Piscitelli, A. (1995). *Ciberculturas: En la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires: Paidós Contextos.
- Rheingold H. 1993. *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*. Reading, Mass. : Addison-Wesley. 325 p. <http://www.rheingold.com/vc/book/>
- Rogers, E. M. et Kincaid, D. L. *Communication Networks: Toward a New Paradigm for Research*, New York: Free Press, 1981, pp. 31-78.
- Rogers, E. M. Y Shoemaker, F. (1971). *La difusión de innovaciones*. México : Herrero, pp. 1-43.
- Tirado, F. y Domènech, M. (2008) "Asociaciones heterogéneas y actantes: El giro postsocial de la teoría del actor-red."7 En: Sánchez Criado, T., Ed. *Tecnogénesis*. AIBR, Cap. 2.
- Scolari, C.A. (2009). "Alrededor de la(s) convergencia(s) Conversaciones teóricas, divergencias conceptuales y transformaciones en el ecosistema de medios". *Signo y Pensamiento* (54), enero - junio 2009.
- Schneider, S. M. & Foot, K. A. (2004). "The web as an object of study". *New Media & Society*, 6 (1), 114-122.
- Siles González, Ignacio (2008) *A la conquista del mundo en línea: internet como objeto de estudio (1990-2007)* Comunicación y Sociedad.
- Siles, I. (2004). *Sobre el uso de las tecnologías en la sociedad: tres perspectivas teóricas para el estudio de las tecnologías de la comunicación*. *Revista Reflexiones*, 83(2), 73-82.
- Silver, D. (2004). *Internet/Cyberculture/Digital Culture/New Media/Fill-in-the-Blank Studies*". *New Media and Society*, 6 (1), 55-64.
- Silverstone, R. (1996) [1994]. *La apropiación, la objetivación, la incorporación, la conversión*. En *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu, 212-220.
- Silverstone, R. (2004) [1999]. *El consumo*. En: *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires: Amorrortu, 127-138.
- Bakardjieva, M., & Smith, R. (2001). "The internet in everyday life: Computer networking from the standpoint of the domestic user". *New Media & Society*, 3(1), 67-83.



- Silverstone, R. (2006) `Domesticating Domestication. Reflections on the Life of a Concept', in T. Berker, M. Hartmann, Y. Punie and K.J. Ward (eds) *Domestication of Media and Technology*, pp. 229—48. London: Open University Press.
- Sismondo, S. (2004). "Does Technology Drive History?" En: *An Introduction to Science and Technology Studies*. Oxford: Blackwell Publishing, cap.7 (pp.79-85).
- Sismondo, S. (2004). "Actor-Network Theory" En: *An Introduction to Science and Technology Studies*. Oxford: Blackwell, cap. 8 (pp. 81-92).
- Turkle, S. (1997) [1995]. *La vida en la pantalla*. Barcelona: Paidós, 15-36.
- Vayreda i Duran, A. (2004) *Las promesas del imaginario Internet: las comunidades virtuales*. *Athenea Digital*, núm. 5: 57-78.
- Vossen, G. and Hagemann, S. (2007). *Unleashing Web 2.0. From Concepts to Creativity*. Morgan and Kaufmann Publishers.
- Walther, J. B., Gay, G., & Hancock, J. T. (2005). "How Do Communication and Technology Researchers Study the Internet?" *Journal of Communication*, 55(3), 632-657.
- Wellman, B. (2004). "The three ages of internet studies: ten, five and zero years ago". In *New Media & Society*, 6 (1), 123-129. London: SAGE Publications.
- Wiener, N. (1954). *Men, Machines and the World About*. In Wardrip-Fruin, N. and Montfort, N. (Ed.), *The New Media Reader*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Wilson, T. (2009). *Understanding media users : from theory to practice*. Chichester, West Sussex, U.K.: Wiley-Blackwell.
- Winograd, T. and Flores, F. (1986). *Using Computers: A Direction for Design (from Understanding Computers and Cognition)*. In Wardrip-Fruin, N. and Montfort, N. (Ed.), *The New Media Reader*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Woolgar, S. (2006). ¿Un Internet reflexivo? En Castells, M. (Ed), *La sociedad red: una visión global* (pp. 68-188). Madrid: Alianza.

## C1002 Comunicación inclusiva

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Seminario-Taller
Horas:	1 teoría, 2 práctica
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"><li>• C0001 Introducción a la Comunicación</li></ul>
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Obligatorio

### DESCRIPCIÓN

El curso Comunicación Inclusiva aborda el tema de la comunicación como derecho y como bien público desde la construcción de ciudadanía y los vínculos y responsabilidades que los y las comunicadoras tienen en este proceso, tomando en consideración el papel que en la actualidad juega la comunicación como proceso social de interacción e intercambio discursivo en la expresión de formas de ciudadanía.

Muchos son los actores sociales que contribuyen a la construcción de ciudadanía desde la comunicación, pero ¿cómo lo hacen? ¿Qué perspectivas de comunicación y ciudadanías manejan? ¿Son incluyentes o excluyentes esas nociones? ¿A quiénes se incluye/excluye de esos procesos? Todas estas son preguntas complejas y que obligan a pensar comunicación y ciudadanía como categorías teórico-políticas contextualizadas en realidades nacionales y regionales concretas.

Como los vínculos entre comunicación y construcción de ciudadanía se construyen cotidianamente en las prácticas de los diferentes actores sociales y desde perspectivas diversas, este curso pretende articular el análisis de experiencias concretas de ejercicio y demandas ciudadanas. Por eso se recurre al modelo de Seminario-Taller para desarrollar el mismo, ya que se pretende que los y las estudiantes conozcan, evalúen y valoren dichas experiencias y el papel que la comunicación como proceso social ha jugado en el desarrollo de las mismas.

Con este curso se pretende que los y las estudiantes, desde una perspectiva crítica y activa, puedan no solo identificar y analizar procesos de exclusión e invisibilización ciudadana, sino proponer, desde la comunicación, estrategias que contribuyan a eliminar formas de discriminación presentes en el ejercicio de la comunicación como profesión.

## OBJETIVO GENERAL

Que las y los estudiantes sean capaces de desarrollar propuestas de comunicación desde una perspectiva inclusiva, a partir del análisis de procesos y conflictos comunicativos nacionales y regionales.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Analizar críticamente procesos de comunicación en los que se violen los derechos ciudadanos de grupos o personas.
2. Asumir críticamente el rol y responsabilidad de los y las comunicadoras en la inclusión-exclusión de formas concretas de ciudadanía en los discursos comunicativos (escritos, visuales, de comunicación interpersonal, etc.)
3. Utilizar lenguajes inclusivos en la construcción de productos y procesos de comunicación.
4. Diseñar propuestas comunicativas incluyentes en contextos sociales en los que tengan que intervenir o en los que tengan que realizar roles de facilitación o mediación.

## CONTENIDOS

### **Derechos de comunicación. Bases para entender la comunicación inclusiva**

- Conceptos clave para comprender ciudadanía, derechos y derechos de comunicación: Modernidad, colonialidad, sistema patriarcal, interseccionalidad.
- Ciudadanía y Derechos Humanos: una revisión desde la comunicación.
- Ampliando las nociones de derechos comunicativos: diversidad, universalidad, representación y participación.
- Discusiones en torno al acceso y la participación en procesos de comunicación mediáticos, organizacionales y comunitarios.
- Marcos legales nacionales e internacionales.

### **Ciudadanía y Sociedad Civil. Construcción de procesos inclusivos de comunicación**

- Una mirada a la comunicación desde la sociedad civil: articulación de demandas, derechos y accesos.
- Construcción y comunicación de derechos ciudadanos: las agendas de diversidad,

multiculturalidad y divergencia en los procesos sociales de reconocimientos de ciudadanías étnicas, género, privación de libertad, etc.

- Actores políticos, conflictos ciudadanos y procesos comunicativos.
- Relación Estado-Sociedad Civil en la construcción de procesos inclusivos de comunicación.

### **Estrategias comunicativas desde la inclusión**

- Las y los comunicadores como mediadores y facilitadores de procesos de comunicación no discriminatoria en contextos de conflicto.
- Sentido común y lenguajes de comunicación: prácticas exitosas para romper el cerco de la discriminación.
- Uso de lenguajes inclusivos en las diferentes expresiones de discursos comunicativos: formas de escritura, construcción de imágenes, etc.
- Elementos a considerar en creación de estrategias inclusivas de comunicación.

## **BIBLIOGRAFIA**

- Cerrillo, Agustí (2014) Los principios de los datos abiertos en la legislación española, Revista de Internet, Derecho y Política, No. 19.
- CIPAC (2015) Situación de la población adulta mayor LGTBI en Costa Rica.
- Crenshaw, Kimberle (2016) La urgencia de la interseccionalidad. TED [https://www.ted.com/talks/kimberle\\_crenshaw\\_the\\_urgency\\_of\\_intersectionality?language=es](https://www.ted.com/talks/kimberle_crenshaw_the_urgency_of_intersectionality?language=es)
- De Sousa, Boaventura y Calo, Susana (2012) Democratizar el territorio, democratizar el espacio
- Fraser, Nancy (2014) Entrevista con Nancy Fraser: La justicia como redistribución, reconocimiento y representación <http://www.cnree.go.cr/documentacion/estadisticas.aspx>
- Luengo, Francisca (2009) Las expansiones subversivas de lo trans-feminista en Ecuador. Un recorrido por el Proyecto trans-género/casatrans y las autorepresentaciones de sus activistas. Revista Debate, 78, / 73-88
- Mata, Ma. Cristina (2006) Comunicación y ciudadanía. Problemas teórico-políticos de su articulación
- Mugarik Gabe (sde) ¿Cómo dices? Guía para una comunicación con equidad de género. [www.mugarikgabe.org](http://www.mugarikgabe.org)
- Observatorio de Derechos de las Personas con Discapacidad (2013) Informe alternativo OPCD Costa Rica <http://www.obdiscec.org/informes-ddhh/costa-rica/informe-alternativo-opcd-costa-rica/>



- OIT (2016) Orgullo (Pride) en el trabajo. un estudio sobre la discriminación en el trabajo por motivos de orientación sexual e identidad de género en Costa Rica
- ONU (2012) Convención sobre los Derechos de las personas con discapacidad y Protocolo Facultativo
- ONUSIDA (2012) Construyendo una realidad de derechos. Compilación de estudios de caso de experiencias de organizaciones de personas trans.
- Prince, Alejandro; Jolías, Lucas; Brys, Carlos (2013) Análisis de la cadena de valor del ecosistema de Datos Abiertos de la Ciudad de Buenos Aires. Conferencia Regional de Datos Abiertos para América Latina y el Caribe 26 y 27 de junio de 2013 – Montevideo, Uruguay

<b>C1005 Comunicación, lenguaje e interacción social</b>	
Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-práctico
Horas:	1 teoría, 2 práctica
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"><li>• C0004 Trayectorias de los estudios en Comunicación</li><li>• C0005 Tendencias contemporáneas de los estudios en Comunicación</li><li>• C1021 Introducción a la Comunicación Social</li></ul>
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Obligatorio

## DESCRIPCIÓN

El curso Comunicación, lenguaje e interacción social aborda la comunicación desde su aspecto performativo, es decir, se estudia la comunicación como interacción. Tal abordaje parte de la premisa de que el lenguaje (verbal, no-verbal) constituye el punto de partida para la comprensión de las interacciones sociales y que es a partir de ellas que son construidos los significados, las representaciones, las relaciones sociales, las formas culturales y las identidades.

El presente curso realiza un recorrido por distintas escuelas de pensamiento (lingüística, semiótica y pragmática) que han tomado las interacciones cotidianas como material privilegiado para entender la realidad social. Esta perspectiva es útil ya que nos permite conocer los mecanismos a partir de los cuales creamos sentido en forma colectiva y reflexionar acerca del papel fundamental de la comunicación en las dinámicas que subyacen a tales mecanismos.

Comunicación, lenguaje e interacción social forma parte de la concentración en Comunicación y constituye un curso introductorio fundamental para la comprensión de la comunicación como perspectiva privilegiada para observar la realidad social.

## OBJETIVO GENERAL

Que las y los estudiantes sean capaces de comprender y reflexionar acerca de los conceptos, teorías y acercamientos que contribuyen a la articulación de la dimensión performativa



de la comunicación los cuales les permitirá explorar y analizar el carácter dinámico de la construcción colectiva de sentido así como el rol de la comunicación en la configuración de lo cotidiano.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Conocerá los principales acercamientos, teorías y conceptos que contribuyen a la comprensión de la comunicación como interacción social.
2. Será capaz de analizar diversas situaciones sociales (e.g., una reunión de trabajo, un proceso de negociación, una entrevista) desde una visión performativa de la comunicación que le permitirá develar la dinámica de la construcción colectiva de sentido.
3. Podrá reflexionar acerca del papel de la comunicación como espacio de interacción en problemáticas relacionadas con las relaciones asimétricas de poder, el trabajo colaborativo, procesos identitarios, entre otros.

## CONTENIDOS

1. Orígenes conceptuales
  - Información y comunicación
  - Fenómenos distintos y complementarios
  - Los modelos fundadores de la teoría de la comunicación
  - Estructuralismo y behaviorismo
  - La cibernética
  - El análisis sistémico
  - Dos visiones de la comunicación
  - La comunicación individual
  - La comunicación social
2. El lenguaje como mediador del sentido
  - El sujeto, el entorno y la relación
  - El pragmatismo: índice, iconos y símbolos y su participación en la construcción de los mensajes de los procesos comunicativos. (C. Peirce, W. James, J. Dewey)
  - El neopragmatismo (C. I. Lewis, Schiller, H. Putnam, S. Fish, Latour)
  - Interacción y comunicación
  - La microsociología: el ritual, el escenario, la fachada y el contexto (Goffman)



- El interaccionismo simbólico: la comunicación como proceso de interacción social (G. H. Mead, H. Blumer)
- La modernidad cultural como proceso semiótico
- La sociedad como propuesta comunicativa (Baudelaire, Georg Simmel, Walter Benjamin, Siegfried Kracauer, De Certeau)
- 3. La comunicación como acción
  - La perspectiva lingüística
    - La lengua, el habla y la comunicación
    - La lingüística moderna (de Saussure, Benveniste, Voloshinov)
    - La lingüística funcional (Jakobson y Halliday)
  - La perspectiva performativa
    - La pragmática lingüística (Austin)
    - La etnografía del habla (Hymes)
  - El análisis de conversación (Sacks, Jefferson) y el texto y la conversación (Taylor, J.R. y Cooren, F.)
  - La perspectiva no-verbal
    - El comportamiento kinésico: el lenguaje gestual, corporal, visual y el paralenguaje (Birdwhistell y Scheflen)
    - El comportamiento proxémico: el espacio, la distancia, la proximidad y la intimidad (E.T. Hall)

## BIBLIOGRAFÍA

- Beltrán, M. (1990): El lenguaje como realidad social, en *La realidad social*, Madrid: Tecnos, 1991.
- Benveniste, E. (1968): Naturaleza del signo lingüístico, en *Problemas de lingüística general*, Madrid: Siglo XXI, 1971 (43-56).
- Berthet, F. (1979): Elements of conversation. *Communications*, 30 (109-163).
- Carey, J.W. (1997), "The Chicago School and the History of Mass Communication Research," in *James Carey: A Critical Reader*, edited by Eve Stryker Munson and Catherine A. Warren. Minneapolis, Minn.: University of Minnesota Press, 14-33.
- Carey, James W. (1992). *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. New York: Routledge.
- Cooren, F. (2004). Textual Agency: How Texts Do Things in Organizational Settings. *Organization* 11(3): 373-393.
- Cooren, F. (Ed.). (2007). *Interacting and organizing: Analyses of a management meeting*.

- Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Cooren, F. and Taylor, J. R. (1997), Organization as an Effect of Mediation: Redefining the Link Between Organization and Communication. *Communication Theory*, 7: 219–260.
- Cooren, F. Taylor, J. R. & Van Every, E. J. (Eds.) (2006) , *Communication as organizing: Empirical and theoretical explorations in the dynamics of text and conversation*. Mahway, NJ: LEA.
- Danesi, Marcel (2000). *Enciclopedia de Semiótica, media, and communications*. Toronto, Buffalo, London: University of Toronto Press.
- Eco, Umberto (1999a). *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*. España: Lumen.
- Eco, Umberto (2000). *Tratado de semiótica general*. España: Lumen.
- Goffman, E. (1959). *La presentación del yo en la vida cotidiana*, Buenos Aires: Amorrortu, 1987. Traducción de H.B. Torres y F. Setaro.
- Goudge, Thomas A. (1950). *The thought of C. S. Peirce*. Toronto: University of Toronto Press.
- Halliday, M. A. K. (2001). *El lenguaje como semiótica social. La interpretación social del lenguaje y del significado*. México: FCE.
- Halliday, M.A.K. (1985): *An Introduction to Functional Grammar*, London: Edward Arnold, 1989.
- Herbert Blumer, "Society as Symbolic Interaction" and "Suggestions for the Study of Mass Media Effects" in *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, 1969. 78–89, 183–194.
- Jacques, F. (1988): "Trois stratégies interactionnelles: conversation, negotiation, dialogue", en Cosnier, Gelas y Kerbrat-Orecchioni, (eds): *Échanges sur la conversation*, Paris: CNRS, (45-68).
- James, W. (2000). *Pragmatismo: un nuevo nombre para viejas formas de pensar*. Madrid: Alianza.
- Jensen, Klaus Bruhn (2002a). "The humanities in Media and Communication research", en JENSEN (Ed.) *A handbook of Media and Communication Reserach. Qualitative and Quantitative Methodologies*. London & New York: Routledge, pp. 15-39.
- Knapp, M.L. (1980). *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*, Barcelona: Paidós, 1992. Traducción de Marco Aurelio Galmarini.
- Latour, B. (2005) *Re-Ensamblar lo Social. Una Introducción a la Teoría del Actor-Red*.
- Mccarthy, T. (1993). "La pragmática de la razón comunicativa", en Isegol-La, octubre, núm. 8.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self and Society*. Chicago: Univ. of. Chicago Press.
- Mead, G.H., (1934). "The Social Foundations and Functions of Thought and Communication," in *Mind, Self and Society*. Chicago, Ill.: University Chicago Press, 1934, 253–260.



- Moreno Fernández, Francisco. (2009). Principios de sociolingüística y sociología del lenguaje. Barcelona: Ariel.
- Orozco, Jose Luís (2003). William James y la filosofía del siglo americano. Barcelona: Gedisa.
- Peirce, Charles Sanders (1931-1935). Collected Papers of Charles Sanders Peirce. Editado por C. Harsthone y P. Weiss. (Volumen V. Pragmatism and Pragmaticism y volumen VI. Scientific Metaphysics). Cambridge Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Poyatos, F. (1994): La comunicación no verbal. Vol I: Cultura, lenguaje y conversación; Vol. II: Paralenguaje, kinésica e interacción; Vol. III: Nuevas perspectivas en novela y en teatro y en su traducción, Madrid: Itsmo.
- Saussure, F. de (1916): Curso de Lingüística General. Madrid: Alianza, 1983. Edición de Tullio de Mauro.
- Searle, J. (1969). Actos de habla. Ensayo de filosofía del lenguaje. Madrid: Cátedra, 1980. Traducción de Luis M. Valdés.
- Sebeok, Thomas A. (2001). Signs. An introduction to semiotics. Toronto: University of Toronto Press.
- Shannon, Claude E. (1948). A mathematical theory of communication. Portal Infoamérica [En línea junio de 2005] Disponible en (<http://www.infoamerica.org/teoria/shannon4.htm>)
- Taylor, J. R., Cooren, F., Giroux, N. and Robichaud, D. (1996), The Communicational Basis of Organization: Between the Conversation and the Text. Communication Theory, 6: 1-39.
- Watzlawick, P., Helmick-Beavin, J. y Jackson, D. (1967). Teoría de la comunicación humana. Barcelona: Herder. 1993.
- Wittezaele, J. J. y García, T. (1992). La Escuela de Palo Alto. Historia y evolución de las ideas esenciales, Barcelona: Herder. 1994. Traducción de Luisa Medrano.

<b>C1103 Comunicación y poder</b>	
Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-práctico. Se desarrollará a partir de la modalidad didáctica de seminario.
Horas:	3 teórico prácticas
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"><li>• C0005 Tendencias contemporáneas de los estudios en Comunicación</li><li>• C0012 Construcción del objeto de investigación</li><li>• C1021 Introducción a la Comunicación Social</li><li>• C1000 Comunicación y Relaciones Humanas.</li></ul>
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Obligatorio

## DESCRIPCIÓN

En un sentido general, el poder es un fenómeno relacional que implica la capacidad de la realización de los intereses de grupo y la comunicación un ámbito privilegiado en el que se despliegan las estrategias de poder.

Múltiples relaciones de poder atraviesan y configuran el cuerpo social, y quienes controlan y dominan el poder de la comunicación, tienen la ventaja. El actual contexto tecnológico reta a las estrategias tradicionales del poder mediático y tiende a modificar las relaciones de poder en los procesos políticos.

Este curso analiza el concepto de poder y cómo se configura en ejercicios de comunicación específicos. Su intención es que los y las estudiantes reconozcan el entorno político y mediático en el que se desarrolla su ejercicio profesional y la importancia de la comunicación como articuladora y mediatizadora de procesos y conflictos político sociales. Por eso en su diseño se articulan tres dimensiones: discusión teórica, análisis de la realidad y propuesta de difusión de los resultados de investigación.

## OBJETIVO GENERAL

Que las y los estudiantes puedan reconocer, a partir de los insumos teóricos, el análisis de casos y la investigación, el rol estratégico de la comunicación en los conflictos sociopolíticos y en los procesos de configuración del poder, con el fin de determinar la función, el marco de acción y las posibilidades de incidencia que como profesionales en comunicación tendrán en los diversos espacios y procesos donde se expresan tensiones, conflictos y negociaciones.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

- Analizar con rigurosidad los conflictos sociopolíticos actuales de la sociedad costarricense y el entorno latinoamericano y global, a partir de abordajes teóricos y metodológicos que permiten la comprensión de los procesos de configuración del poder en la sociedad moderna.
- Detectar, en contextos específicos, los vínculos, tensiones y confrontaciones existentes entre sectores sociales, lo que le permitirá elaborar mapeos políticos, reconocer actores y establecer líneas discursivas para el posicionamiento de temas en procesos de incidencia política.
- Investigar, en escenarios regionales, nacionales y locales, sobre cómo la comunicación participa como elemento configurador, mediatizador y potencialmente transformador de los conflictos políticos-sociales.
- Reconocer cómo operan los mecanismos de inclusión y exclusión de voces y discursos en la agenda mediática, con el fin de desarrollar habilidades y herramientas que le permitan, en la práctica profesional, franquear el cerco mediático, sobre todo si se vincula profesionalmente con organizaciones, instituciones y movimientos sociales.

## CONTENIDOS

### Módulo 1. Dimensiones conceptuales y categorías de análisis del poder:

- ¿Qué es el poder? Un acercamiento crítico al concepto.
- Dimensiones del poder: simbólica, estructural, económica, política, social.
- Categorías para el análisis: dominación, hegemonía, influjo, fuerza, autoridad, consenso, clase, verdad.
- Grupos de poder: juegos de alianzas, negociaciones, intereses, contradicciones, correlaciones de fuerzas.



- Poder y discurso: el poder de la palabra. El discurso como arma política.
- La política y lo político, lo público y lo privado: trabajo doméstico/remunerado. Relaciones de poder en el ámbito doméstico.

### **Módulo 2. Ejercicios mediáticos y juegos políticos (medio como mediación técnica):**

- Poderes económico, político y mediático en Costa Rica: Gobierno/Estado/Poderes.
- Poderes mediáticos y corporaciones globales y regionales.
- Medios de comunicación y nuevas leyes de democratización mediática: el poder de la comunicación en disputa.
- Rol de los medios (actores, lectores, mediatizadores) en los conflictos sociopolíticos.
- Tensiones entre el poder hegemónico y las alternativas mediáticas.

### **Módulo 3. Categorías para el análisis de los medios en conflictos políticos:**

- Construcción (conflictos) de agendas.
- Procesos de inclusión y exclusión de discursos en la agenda mediática.
- Construcción de las noticias.
- Construcción de opinión pública.

### **Módulo 4. Comunicación popular, poderes y saberes de los movimientos sociales:**

- Comunidad y poder social. Rol de la comunicación en los procesos de transformación social y organización política comunitaria.
- De “uno” y del colectivo. Poder popular y ciudadanías mediáticas.
- Nuevas epistemologías del poder desde América Latina: giro decolonial. Interseccionalidad del poder: patriarcado, racismo y capitalismo.
- Movimientos sociales: movilización de recursos, organización, procesos de incidencia política y perspectiva identitaria.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Agamben, G. (2006). Homo Sacer. El poder soberano y la nula vida I. Valencia: Pretextos.
- Agamben, G. (2006). Homo Sacer. El poder soberano y la nula vida I. Valencia: Pretextos.
- Bourdieu, P. (2000) Poder, derecho y clases sociales. Palimpsesto: Bilbao
- Bourdieu, P. (2000) Sobre el poder simbólico. En: Intelectuales, política y poder,UBA/ Eudeba: Buenos Aires. pp. 65-73.
- Butler, J. (2010). Marcos de guerra. Las vidas lloradas. México D.F.: Paidós.
- Butler, J. (2010). Marcos de guerra. Las vidas lloradas. México D.F.: Paidós.
- Castells, M. (1999) Globalización, identidad y estado en América Latina. PNUD: Chile



- Castells, M. (2009) Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial.
- Castro-Gómez, S. Y Grosfoguel, R. (2007). El giro decolonial, Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- Castro-Gómez, S. Y Grosfoguel, R. (2007). El giro decolonial, Reflexiones para una diversidad epistémica más allá del capitalismo global. Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- Chomsky, N. et. Alt. (2002) Los límites de la globalización. Ariel Practicum: Barcelona
- Eco, H. (2006) Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas. Tusquets: Buenos Aires
- Foucault, M. (1979) Microfísica del poder. La Piqueta: Madrid
- Foucault, M. (1992) El orden del discurso. Tusquets: Buenos Aires
- Foucault, M. (1999) Estrategias de poder. Barcelona: Paidós.
- Foucault, M. (1999) Estrategias de poder. Barcelona: Paidós.
- Foucault, M. (2007) El nacimiento de la biopolítica. Fondo de Cultura Económica: Buenos Aires
- Gramsci (2001) Cuadernos de la cárcel. Era: México, D.F.
- Magrini, A. y Rincón, O. (2010) Medios, poder y democracia en América Latina. Poder político y medios de comunicación. De la representación política al reality show. Buenos Aires: Siglo XXI Editora Iberoamericana.
- Magrini, A. y Rincón, O. (2010) Medios, poder y democracia en América Latina. Poder político y medios de comunicación. De la representación política al reality show. Buenos Aires: Siglo XXI Editora Iberoamericana.
- Martínez, J. (2011). El ecologismo de los pobres. Conflictos ambientales y lenguajes de valoración. Barcelona: Icaria.
- Martínez, J. (2011). El ecologismo de los pobres. Conflictos ambientales y lenguajes de valoración. Barcelona: Icaria.
- Melucci, A. (1991), La acción colectiva como construcción social, Estudios Sociológicos, IX (26): 357-364.
- Meynaud, J. (1979) Los grupos de presión. Eudeba: Buenos Aires
- Montbrun, A. (2010). Notas para una revisión crítica del concepto de poder. Polis, Revista de la Universidad Bolivariana, 9 (25): 367-389.
- Montbrun, A. (2010). Notas para una revisión crítica del concepto de poder. Polis, Revista de la Universidad Bolivariana, 9 (25): 367-389.
- Múnera, L. (2005). Poder. Trayectorias teóricas de un concepto. Colombia Internacional (62), jul-dic 2005: 32-49.
- Múnera, L. (2005). Poder. Trayectorias teóricas de un concepto. Colombia Internacional (62), jul-dic 2005: 32-49.
- Poutlanzas, N. (2000) State, Power and Socialism. Verso: London



- Rincón, O. (2013) La lucha por el relato de los medios de comunicación en América Latina. Revista La Zurda (14): 22-29.
- Rincón, O. (2013) La lucha por el relato de los medios de comunicación en América Latina. Revista La Zurda (14): 22-29.
- Serrano, P. (2008) Medios violentos. Palabras e imágenes para el odio y la guerra. Caracas: Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información.
- Serrano, P. (2008) Medios violentos. Palabras e imágenes para el odio y la guerra. Caracas: Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información.
- Serrano, P. (2010) El periodismo es noticia. Tendencias sobre comunicación en el siglo XXI. Barcelona: Icaria Editorial.
- Serrano, P. (2010) El periodismo es noticia. Tendencias sobre comunicación en el siglo XXI. Barcelona: Icaria Editorial.
- Serrano, P. (2012) Periodismo canalla. Los medios contra la información. Barcelona: Icaria Editorial.
- Serrano, P. (2012) Periodismo canalla. Los medios contra la información. Barcelona: Icaria Editorial.
- Wacquant, L. (2007) Los condenados de la ciudad. Gueto, periferias y estado. Siglo XXI: Buenos Aires

<b>C1003 Comunicación y comunidad</b>	
Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Seminario-Taller
Horas:	1 teoría, 2 práctica
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"><li>• C0005 Tendencias contemporáneas de los estudios en Comunicación</li><li>• C0014 Diseño, construcción de datos y análisis cualitativos</li><li>• C0017 Planificación de la Comunicación</li><li>• C1103 Comunicación y poder</li></ul>
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Obligatorio

## DESCRIPCIÓN

En años recientes, la comunicación ha sido un componente indiscutible en la aplicación de programas para el desarrollo y en procesos organizativos con componentes de comunicación desde los sectores populares.

Este curso pretende formar teórica y metodológicamente a las y los futuros profesionales en comunicación para que puedan crear sus propios programas o integrarse a los programas de desarrollo, procesos de organización comunal, promovidos por organismos internacionales, agencias de cooperación para el desarrollo, el estado o propuestas autogestionarias, incluyendo el análisis de actores, herramientas de comunicación, contexto político y socioeconómico y el diseño de estrategias participativas que incidan positivamente en comunidades.

El curso permitirá a las y los estudiantes aproximarse a las dinámicas de la vida en comunidad contemplando las dimensiones sociales, políticas y económicas que se entrelazan en el tejido comunitario. La perspectiva política de la comunicación social, supone una mirada crítica del papel de los diversos actores comunales, y del profesional en comunicación, en el desarrollo colectivo. Además, aporta herramientas para comprender los procesos comunicativos en los colectivos sociales, diagnosticar necesidades y co-construir alternativas de abordaje. Problematisa el rol del/de la comunicador/a social, sus retos y ámbitos de acción actuales (comunidades “offline y online”) y potenciales.

Comunicación y comunidad busca el análisis crítico de la comunicación en contextos



sociales particulares (micro y macro) y la comprensión del papel del estado y sus instituciones en las dinámicas comunales. Desarrollará instrumental para que el/a estudiante trabaje en, desde y con colectivos. Mediante este curso los y las estudiantes ampliarán sus habilidades analíticas, tanto inductivas como deductivas y de síntesis; desarrollarán la capacidad de resolver problemas y tomar decisiones con base en problemas y situaciones reales; fortalecerán su empatía con los colectivos sociales, desde una lectura crítica de sus condiciones socio-históricas, características, necesidades, recursos y potencialidades; generarán una actitud crítica y de compromiso ético; mejorarán sus habilidades de trabajo en equipo.

El curso tiene como base un conocimiento de las teorías de la comunicación, de las técnicas de investigación cualitativa y de la planificación de la comunicación. Complementa la formación en la comunicación en tanto es el único que tiene como objeto la dimensión comunitaria del bloque común de la carrera de comunicación colectiva en la Universidad de Costa Rica.

## **OBJETIVO GENERAL**

Que las y los estudiantes sean capaces de comprender los diversos aspectos que intervienen en la estructuración y el funcionamiento de los procesos comunales y las dinámicas grupales a fin de identificar necesidades y problemas comunicacionales para proponer estrategias de abordaje desde un ejercicio ético, crítico e innovador de la profesión y sus diversos énfasis, aportando al desarrollo de las comunidades.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

- Reconocer los aspectos sociales, políticos y económicos que atraviesan la vida comunal e identificar el papel de la comunicación y las implicaciones que tienen a la hora de elegir canales, mensajes y lenguaje, así como el rol del/de la comunicador/a social en ellos.
- Identificar las necesidades comunicacionales de diversos actores comunales y generar propuestas para su abordaje desde la perspectiva del cambio social.
- Comprender los principales elementos de los procesos y dinámicas grupales e inscribir en ellos la construcción de identidades (subjetivas y colectivas)
- Utilizar herramientas participativas y de educación popular para el diagnóstico de necesidades comunicacionales a nivel comunal y generar propuestas de abordaje



estrechamente vinculadas con los actores y la realidad comunal.

- Analizar el funcionamiento de las comunidades virtuales, su origen, contexto y posibilidades de intervención desde la comunicación social.
- Reflexionar acerca del quehacer de la persona profesional de las Ciencias Sociales en el trabajo en comunidad y su postura ética dentro de su profesión.

## CONTENIDOS

### **La comunicación**

- De los medios a las mediaciones
- La comunicación alternativa
- Ubicación del profesional en Ciencias Sociales en el proceso comunicativo

### **La comunidad**

- Distintas aproximaciones al concepto
- Comunidad y organización
- Comunidad y conflictos

### **Dimensiones psicosociales de los grupos organizados y la comunicación**

- Los grupos organizados
- Las dimensiones psicosociales de los grupos
- Las dimensiones psicosociales de los grupos y la comunicación

### **La comunicación en las comunidades**

- La comunicación desde las instituciones
- La comunicación desde las comunidades (comunicación y autonomía)

### **Necesidades comunicacionales de las organizaciones comunales**

- Comunidad, diversidad y participación
- Comunidad y comunicación
- Educación popular y autogestión grupal
- Lectura de entorno, recursos locales y propuestas comunicacionales

## Problematización de las metodologías y técnicas participativas

- Diagnóstico
- Sistematización
- Cartografía colectiva
- Seguimiento y evaluación
- Acompañamiento

## BIBLIOGRAFÍA

- Alvarenga, Patricia. (2005). De vecinos a ciudadanos: movimientos comunales y luchas cívicas en la historia contemporánea de Costa Rica. San José: Editorial de la Universidad de Costa Rica, Editorial de la Universidad Nacional.
- Aubry, Andrés. (2011). Otro modo de hacer ciencia. Miseria y rebeldía de las ciencias sociales. En Baronnet, Bruno; Mora, Mariana y Stahler-Sholk, Richard (Coord). Luchas muy otras. Zapatimos y autonomía en las comunidades indígenas de Chiapas. (p.p. 9-78). México: CIESAS, Casa Abierta al Tiempo y Universidad Autónoma de Chiapas.
- Calzadilla, Sandra; Mateo, Cristina; Price, Rotsen y Riveros, Amaylín (2000). La organización comunitaria. Análisis de un proceso exitoso: Comunidad Las Casitas de La Vega. En Revista Venezolana de Análisis de Coyuntura. VI (1), 189-212.
- Centro de Comunicación Voces Nuestras (s.f.). Manual para el diseño participativo de estrategias de comunicación. San José: Voces Nuestras.
- Colectivo Diatriba (2011). Educación Pública-Comunitaria: Propuestas contra-hegemónicas para la transformación social. En Diatriba. Revista de pedagogía militante. (1)
- Kamlongera, Cris y Mefalopulos, Paolo. (2008). Manual diseño participativo para una estrategia de comunicación. Roma: FAO
- Kaplún, Gabriel (2007). La comunicación comunitaria. En Anuario de medios (p.p. 311-320). Recuperado de [https://www.academia.edu/5235619/La\\_comunicaci%C3%B3n\\_comunitaria\\_en\\_Am%C3%A9rica\\_Latina](https://www.academia.edu/5235619/La_comunicaci%C3%B3n_comunitaria_en_Am%C3%A9rica_Latina)
- Mardones, Rodrigo. (2014) Sistematización de una experiencia de investigación- acción-participativa (iap) para el fortalecimiento de la participación comunitaria de jóvenes en el Chaitén post-erupción volcánica a través de la radio local. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Chile.
- Martín-Barbero, Jesús (1991). De los medios a las mediaciones. México: Editorial Gustavo Gilli.



- Martín-Baró, Ignacio (1989 a). Sistema, grupo y poder. Psicología social desde Centroamérica (II). El Salvador: UCA Editores
- Martín-Baró, Ignacio (1989 b). Los grupos con historia: un modelo psicosocial. En Boletín de AVESPO, XI, (1)
- Martínez, Marcelo (2012). Comunidad y comunicación. En Martínez, Marcelo; Mayugo, Carme y Tamarit, Ana. Comunicad y comunicación. Prácticas comunicativas y medios comunitarios. (p.p. 21-35). Madrid: Editorial Fragua
- Maya, Isidro (2004). Sentido de comunidad y potenciación comunitaria. En Apuntes de Psicología. 22 (2), 187-211.
- Montero, Maritza (2004). Introducción a la psicología comunitaria. Desarrollo, conceptos y procesos. Buenos Aires: Paidós.
- Opubor, Alfred. (2008). Si la comunicación comunitaria es la respuesta, ¿cuál es la pregunta? En Gumucio, A. y Tufte, T. (comps.) Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas (pp. 1054-1063). La Paz: Consorcio de Comunicación para el Cambio Social
- Regueyra, Miguel (2015). Radio Ixchel Estéreo (Guatemala), Radio Victoria (El Salvador) y Radio Stereo Vos (Nicaragua). Relación entre su proyecto político comunicativo y su programación. (Tesis de maestría). Universidad de Costa Rica.

## C1101 Comunicación para el desarrollo

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-práctico. Se desarrollará a partir de la modalidad didáctica de seminario.
Horas:	3 teórico prácticas
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"><li>• C0004 Trayectorias de los estudios en Comunicación</li><li>• C0017 Planificación de la Comunicación</li><li>• C1103 Comunicación y poder</li></ul>
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Obligatorio

## DESCRIPCIÓN

La comunicación ha estado presente, a modo de “acompañante” inseparable, en cada uno de los planteamientos y propuestas de “Desarrollo”. Al decir de Cadavid (2006), “a cada concepción del desarrollo le ha correspondido una manera de entender la comunicación, y no solo de entenderla, sino de practicarla”. Se puede afirmar que no hay modelo de “Desarrollo” sin propuesta de comunicación, pues, ya sea de manera explícita o implícita, de cada modelo de “Desarrollo” deriva una determinada lógica de comprensión del ser humano, así como de relaciones y de poder entre las personas, colectivos y sociedades. Así como cada modelo de “Desarrollo” ha estado directa o indirectamente ligado a alguna ideología político-económica, así la comunicación vinculada al “Desarrollo” ha sido reflejo de la concepción de ser humano y de la forma de “entenderse y proponerse” las relaciones sociales, políticas y económico-productivas que se plantean en cada uno de esos modelos.

En tanto el “Desarrollo” se ha “presentado” (¿acaso no, más bien impuesto?) a modo de meta universal para las sociedades, el acercamiento a la comprensión de los vínculos entre comunicación y “Desarrollo” expresa, ante todo, una comprensión de las formas en que la comunicación se vincula con los procesos sociales relacionados con las posibilidades de cambio y transformación de la sociedad. La comunicación y el “Desarrollo” co-existen como realidades imbricadas, de una forma que no siempre ha sido explicitada en su completa dimensión. “Si bien, tanto en términos conceptuales y académicos como desde el ejercicio profesional o aplicado, se ha delimitado esta relación a partir del pensar y el hacer de lo que tradicionalmente se ha dado en llamar “Comunicación para el Desarrollo” y en los últimos años, también a partir de la denominada “Comunicación para el Cambio



Social”, la relación que hay entre ambos va mucho más allá de lo que esos enfoques conceptuales y sus respectivas expresiones prácticas-aplicadas han propuesto” (3). Más bien, corresponde entender que esta relación se expresa en y explica la, forma en que operan los procesos de re y producción simbólica, ya sea para reproducir, ya sea para transformar las realidades sociales, en un sentido amplio.

La Comunicación para el “Desarrollo” surge a partir del advenimiento del modelo desarrollista-modernista, en la década de los años 40 del Siglo XX. Esta propuesta modernista de “Desarrollo” es impulsada desde una vasta plataforma institucional internacional creada para asegurar su imposición, la cual, a su vez, se sustentada en una propuesta de comunicación concreta: el difusionismo. Sin embargo, a la luz del surgimiento de las ideas críticas y contestatarias al modelo modernista de “Desarrollo”, y con un importantísimo aporte del pensamiento crítico latinoamericano, se fue moldeando, con el paso de los años, una propuesta alternativa de comunicación cuyo eje epistemológico-político fundamental es la lógica participativa. En mucho, la forja de este enfoque de comunicación se da, más que como teoría sin “asiento” concreto y antes que propuesta de los centros de poder (como ocurre con el difusionismo) o de los espacios académicos, a partir de una práctica comunicativa tangible, fuertemente arraigada en los procesos de organización, acción y lucha social en América Latina.

La comprensión de este proceso de construcción y deconstrucción de las ideas y las propuestas de la Comunicación para el “Desarrollo”, a la luz del surgimiento y posicionamiento de los diferentes modelos y teorías del “Desarrollo”, en general, así como de las lógicas y prácticas concretas que subyacen a cada uno de ellos, es condición indispensable para quienes se interesan en realizar lecturas críticas respecto a la realidad del “Desarrollo” y la comunicación, en general, así como en concretar prácticas comunicativas relacionadas con cualquier interés de cambio social que apunte al mejoramiento de las condiciones de vida en nuestras sociedades.

A partir del estudio y análisis de este marco general en el que se inscribe la comunicación vista a la luz de sus vínculos con el “Desarrollo”, este curso constituye una propuesta educativo-formativa que procura contribuir, por un lado, al desarrollo de capacidades críticas para el reconocimiento de los referentes teórico-conceptuales del “Desarrollo” y la comunicación para el “Desarrollo”, y, por otro lado, a facilitar capacidades analíticas y a aplicar acciones concretas de comunicación que aporten al cambio social desde una perspectiva de derechos, así como a aplicar los métodos y técnicas pertinentes.



## OBJETIVO GENERAL

Facilitar la comprensión y el acercamiento crítico a la noción de “Desarrollo” y a los enfoques de Comunicación para el “Desarrollo”, con especial énfasis en la propuesta latinoamericana, en consideración de sus respectivas lógicas de poder e implicaciones metodológicas, para que, a partir de allí, y desde un abordaje crítico, el/la estudiante esté en capacidad de proponer y concretar acciones y prácticas orientadas a la promoción y defensa de derechos y a la mejora de las condiciones de vida de grupos sociales concretos.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso, los y las estudiantes participantes estarán en capacidad de:

- Comprender y analizar críticamente la noción de “Desarrollo”, y de las teorías y modelos respectivos, tanto en las versiones ortodoxas o hegemónicas como en las heterodoxas o contestatarias, así como los enfoques alternativos, y sus respectivas visiones e implicaciones en términos de las relaciones sociales, económicas y políticas.
- Comprender y analizar las nociones y propuestas conceptuales de “comunicación para el desarrollo”, “comunicación participativa” y “comunicación para el desarrollo y el cambio social”, así como las lógicas comunicacionales implícitas y explícitas en sus métodos y en sus prácticas;
- Comprender las metodologías y las técnicas de trabajo participativo y dialógico, y desde allí, proponer-aplicar acciones sustentadas en dichas metodologías, junto con actores sociales concretos, a la luz de situaciones, necesidades y/o problemas sociales-comunicacionales identificados en los contextos comunitarios y/u organizacionales de esos actores sociales;
- Formular y ejecutar, desde espacios participativos y dialógicos, propuestas comunicacionales que coadyuven a los procesos de cambio social desde-con grupos y/o comunidades concretos, con miras al mejoramiento de las condiciones de vida de esos grupos y/o comunidades.

## CONTENIDOS

### **Evolución del concepto y de la propuesta modernista de “Desarrollo”: concepto, contexto, teorías y modelos de “Desarrollo”**

- Doctrinas político-económicas y sus conexiones con las teorías – modelos (ortodoxos o hegemónicos y heterodoxos o contestatarios) de “Desarrollo”.
- El “Desarrollo”: concepto, antecedentes históricos, contexto histórico y geopolítico, características del modernismo como paradigma de pensamiento que lo sustenta.
- Contenidos-características-discurso del desarrollismo y su propuesta modernista.
- Recorrido del “Desarrollo” desde su surgimiento, modelos-teorías sociológicas del “Desarrollo”.
- Institucionalidad mundial del “Desarrollo” (Sistema de Naciones Unidas, Banco Mundial, FMI, acuerdos de Breton Woods).
- Institucionalidad del “Desarrollo”: en el mundo (Sistema de Naciones Unidas, Banco Mundial, FMI, acuerdos de Breton Woods), en C.R.

### **Situación del “Desarrollo” en el mundo y en CR:**

- Dimensiones del “Desarrollo” (la supuesta integralidad del concepto: lo social, la salud, la educación, el ambiente y la primacía economicista-política del “Desarrollo”).
- Índices del “Desarrollo”: el IDH y el IDS.
- Situación del “Desarrollo” en Costa Rica, modelos de “Desarrollo” en Costa Rica.
- pobreza (qué es, cómo se mide),
  - situación ambiental,
  - situación de la mujer y la niñez,
  - situación de la población indígena,
  - situación de la población afroamericana,
  - situación de la población migrante.

### **Críticas al desarrollismo como meta universal: el mito de la propuesta “desarrollista”**

- Teoría de la dependencia, fundamentos de la “crítica al desarrollismo”, críticas al Desarrollo Sostenible, al Desarrollo Humano, al Desarrollo Humano Sostenible.
- Principales planteamientos críticos al modelo hegemónico de “Desarrollo” y al “Desarrollo” como meta universal.
- Críticas y limitaciones del IDH, alcances del Índice de Desarrollo Social (MIDEPLAN)
- “Desarrollo”, sociedad y poder: Poder Global, Geopolítica y “Desarrollo” a nivel mundial (los centros mundiales del poder), redes y poderes fácticos en Costa Rica.
- Propuestas alternativas al “Desarrollo” (post-desarrollo, buen vivir, paradigma de multiplicidad).

### **“Desarrollo”, Democracia y Comunicación en Costa Rica**

- Propuestas alternativas al “Desarrollo” (post-desarrollo, buen vivir, paradigma de multiplicidad).
- Redes de poder y poderes fácticos.
- Acercamiento crítico a las nociones de comunicación.
- Políticas nacionales y comunicación: del NOMIC al presente.
- Modelos de comunicación para el “Desarrollo”: comunicación difusionista vrs comunicación participativa para el desarrollo
- Bifurcaciones hacia la Comunicación para el Cambio Social
- Medios, “Desarrollo” y Derecho a la comunicación en Costa Rica.
- Características de una comunicación alternativa para el “Desarrollo”.

### **“Desarrollo”, Comunicación y Gestión de Riesgo ante Desastres**

- Concepto, alcances del campo de la gestión del riesgo de desastres.
- “Desarrollo” local, gestión del riesgo y comunicación.
- Gestión del riesgo e institucionalidad.

### **Lógica y metodología de la comunicación para el “Desarrollo”: la metodología participativa**

- Metodologías participativas y comunicación.
- Prácticas participativas: niveles de participación, métodos para propiciar la participación.
- Importancia del/la participante individual y del trabajo colectivo en la lógica participativa.
- Trabajo interdisciplinario y visión holística de la realidad.

### **Estrategias y experiencias de comunicación para el “Desarrollo”**

- Estrategias específicas de comunicación para el “Desarrollo”.
- El “taller” participativo como técnica y espacio fundamental de la metodología participativa.
- La “incidencia política” como propuesta de cambio social.
- Planificación participativa de procesos y proyectos.
- Periodismo-radio-producción audiovisual desde enfoque popular, sistematización participativa de experiencias.
- Experiencias nacionales e internacionales de comunicación para el “Desarrollo” y el cambio social.

## BIBLIOGRAFÍA

- Amador, Marvin (2011). Estudio Regional sobre el Desarrollo Local de los Cantones (Trans) Fronterizos del Pacífico Sur de Costa Rica. Informe Final de Investigación. Primera parte: Presentación, Delimitación, Metodología y Dimensión Conceptual del Estudio. Universidad Estatal a Distancia y Asociación de Iniciativas Populares Ditsö. San José, Costa Rica.
- Amador, Marvin (2016). La otra comunicación: apuntes de epistemología para la Comunicación Participativa del Cambio Social para la Vida (inédito). Ponencia presentada en el "III Congreso Centroamericano de Comunicación". San Salvador, El Salvador.
- Arévalo, Andrés y Rico, María Alejandra (2008). Desarrollo y participación: la re significación de los invisibilizados en la historia. Ponencia presentada ante las XI Jornadas de Economía Crítica. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, 2008
- Caja de Herramientas Comunitarias (sf). Enfoques participativos para planificar intervenciones comunitarias (Sección 2) y Desarrollar un plan de acción (Sección 8). Disponible en: <http://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/estructura/estrategia-planificacion/desarrollar-un-plan-de-accion/principal> y <http://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/analizar/donde-empezar/enfoques-participativos/principal>
- Careaga, Adriana (2006). Aportes para diseñar e implementar un taller. 8vo. Seminario-Taller en Desarrollo Profesional Médico Continuo (DPMC). 2das Jornadas de Experiencias educativas en DPMC. México.
- CNE (2016). Plan nacional de Gestión del Riesgo 2016-2020. Comisión nacional de Prevención de Riesgos y Atención de Emergencias.
- De Cambra Bassols, Jordi (2009). Desarrollo y Subdesarrollo del Concepto de Desarrollo: De Souza Silva, José (2011). El "desarrollo" como meta universal. ¿Hasta cuándo? ¿A qué costo? (introducción). En: Hacia el 'Día Después del Desarrollo': descolonizar la comunicación y la educación para construir comunidades felices con modos de vida sostenibles (versión pdf). Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica – ALER. Campina Grande, Paraíba, Brasil.
- Disponible en: [http://www.iepala.es/IMG/pdf/ALER\\_Hacia\\_el\\_Dia\\_Despues\\_del\\_Desarrollo\\_-Jose\\_de\\_Souza\\_Silva.pdf](http://www.iepala.es/IMG/pdf/ALER_Hacia_el_Dia_Despues_del_Desarrollo_-Jose_de_Souza_Silva.pdf)
- Elementos para una Reconceptualización (versión pdf). Disponible en: <http://www.unida.org.ar/Bibliografia/>
- Ganuzo y otros (sf). La democracia en acción: una visión desde las metodologías participativas. Editorial Antígona, procesos participativos.
- Geilfus, Frans (2002). 80 herramientas para el desarrollo participativo: diagnóstico, planificación, monitoreo, evaluación. Instituto Interamericano de Cooperación Agrícola. San José, Costa Rica.



- Gudynas y Acosta (2011). El buen vivir o la disolución de la idea del progreso. En: La medición del progreso y el bienestar, propuestas desde América Latina. Foro Consultivo Científico y Tecnológico. México DF.
- Gudynas, Eduardo (2012). Debates sobre el desarrollo y sus alternativas en América Latina: una breve guía heterodoxa. En: Más allá del Desarrollo (versión pdf). Grupo permanente de Trabajo sobre Alternativas al Desarrollo. Compiladoras: Lang, Miriam y Mokrani, Dunia. Fundación Rosa Luxemburgo/Abya Yala. Disponible en: <http://www.gudynas.com/publicaciones/capitulos/GudynasDesarrolloGuiaHeterodoxaFRL-Quito11.pdf>
- Gudynas, Eduardo (2012). Debates sobre el desarrollo y sus alternativas en América Latina: una breve guía heterodoxa. En: Más allá del Desarrollo (versión pdf). Grupo permanente de Trabajo sobre Alternativas al Desarrollo. Compiladoras: Lang, Miriam y Mokrani, Dunia. Fundación Rosa Luxemburgo/Abya Yala. Disponible en: <http://www.gudynas.com/publicaciones/capitulos/GudynasDesarrolloGuiaHeterodoxaFRL-Quito11.pdf>
- Gumucio-Dagron, Alfonso (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. En: Signo y Pensamiento, vol. XXX, núm. 58, enero-junio, 2011. Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.
- Las Otras Voces, Comunicación para la democracia, y Unesco (2005). Entre jóvenes, Comunicación y VIH: Herramientas periodísticas para crear campañas comunitarias de prevención de VIH/SIDA. 1a ed. UNESCO, Buenos Aires.
- Las Otras Voces, Comunicación para la democracia, y Unesco (2005). Entre jóvenes, Comunicación y VIH: Herramientas periodísticas para crear campañas comunitarias de prevención de VIH/SIDA. 1a ed. UNESCO, Buenos Aires.
- Programa Estado de La Nación (2014). Capítulo 1: Sinopsis. En: Vigésimo Informe Estado de la Nación en desarrollo humano sostenible (versión pdf). Disponible en: <http://www.estadonacion.or.cr/20/>
- Programa Estado de La Nación (2014). Capítulo 1: Sinopsis. En: Vigésimo Informe Estado de la Nación en desarrollo humano sostenible (versión pdf). Disponible en: <http://www.estadonacion.or.cr/20/>
- Red MICA (2015). Propuesta de proyecto de Ley Participativa de Radio y Televisión.
- Servaes, Jan (2000). Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos. En: Temas y Problemas de Comunicación, Año 8. Vol. 10.



Sindicatos de los países Nórdicos y de Holanda, Frans (2003). Manual para la Planificación Participativa de Proyectos. Breve revisión de los principios fundamentales de la planificación de proyectos y del Enfoque de Marco Lógico (EML). Lineamientos Centrales Sindicales de los países Nórdicos y de Holanda FNV, LOFTF, LOTCO, LO Noruega, SASK.

Tapia y otros (2010). Manual de Incidencia en Políticas Públicas. Alternativas y Capacidades. México. Páginas 14 a 19 y 77 a 105.

## C1020 Práctica profesional en Comunicación Social

Créditos	4
Enfoque pedagógico:	Curso práctico
Horas:	3 teóricos prácticas (320 horas en el lugar de trabajo)
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• C1003 Comunicación y Comunidad</li> </ul>
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Obligatorio

### DESCRIPCIÓN

Este curso permite consolidar los procesos formativos de las y los estudiantes de la concentración en Comunicación de la carrera de Ciencias de la Comunicación Colectiva dentro de su quehacer profesional específico, en ambientes y contextos laborales externos a la Universidad.

El curso pretende mejorar el conocimiento que tienen las y los estudiantes antes de graduarse de las condiciones del contexto, de los recursos disponibles e incluso del verdadero impacto de sus propuestas de comunicación en sus públicos.

Su trabajo en un centro de práctica profesional le permitirá a cada estudiante poner a prueba los conocimientos y destrezas adquiridos durante la carrera así como lograr un mayor acercamiento a la realidad no solo laboral sino también social, lo cual les permitiría identificar oportunidades, delinear un plan de desarrollo profesional e imponerse desafíos y metas personales en relación con sus aportes futuros a la sociedad.

La Práctica Profesional dará a las y los estudiantes una oportunidad para adaptar sus ideas y propuestas a circunstancias de la vida laboral, desarrollar en ellas y ellos la seguridad necesaria para desempeñarse profesionalmente una vez graduados y también para adquirir un mayor entendimiento del entorno socioeconómico en el que trabajarán como profesionales en Comunicación.

Así, este curso permitirá a las y los estudiantes tener una experiencia de trabajo pre profesional, que les enfrente a una realidad profesional específica de manera directa y les permita lograr los propósitos expuestos.

Las y los estudiantes fortalecerán su aprendizaje gracias a la preparación y autorevisión oportuna de sus capacidades y fortalezas y al intercambio de experiencias con sus compañeros y compañeras del curso.

La intervención de las personas profesionales que supervisan su trabajo, tanto desde la academia como en la organización de forma constante durante el proceso, será determinante para el mejoramiento sustantivo de la y el estudiante.

## OBJETIVO GENERAL

Que las y los estudiantes estén mejor preparados para la vida profesional mediante:

- mayor entendimiento de la realidad laboral y profesional.
- mayor conocimiento de la realidad social y económica del país.
- mayor seguridad y confianza en sus capacidades y destrezas profesionales.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso las y los estudiantes serán capaces de:

1. Diagnosticar las fortalezas y debilidades de su propia formación y afianzar la seguridad y confianza en sus capacidades y destrezas profesionales.
2. Entender la realidad laboral y profesional de su concentración y su relación con la realidad social y económica del país.
3. Desarrollar las destrezas necesarias para enfrentarse a un medio laboral desconocido.
4. Desarrollar capacidad propositiva ante nuevos retos.
5. Buscar soluciones pertinentes a problemas de comunicación.
6. Desarrollar destrezas para elaborar formas creativas y colaborativas de trabajo.
7. Contribuir con el mejoramiento y adecuación de los planes de estudio de la carrera mediante los informes que le brinde a la o el docente que asuma el curso.
8. Participar en un espacio de diálogo y retroalimentación profesional con sus compañeros y compañeras, el o la docente y el o la supervisora profesional.
9. Lograr mediante la autoreflexión de los procesos de aprendizaje cómo ser generadores de cambios oportunos en las diversas etapas del conocimiento.

## DINÁMICA DEL CURSO Y CONTENIDOS

### Duración

Un semestre - cuatro meses efectivos de trabajo en jornada de medio tiempo.

Los y las estudiantes matricularán el curso de Práctica Profesional, preferiblemente, en el primer semestre del cuarto año. Eso permitirá que en el segundo semestre se aproveche



la experiencia desarrollada en los cursos finales y se refuercen aspectos de formación que se hayan identificado como débiles.

## **Dedicación de los y las estudiantes**

20 horas a la semana más 2 horas de sesión semanal con el o la profesora del curso, en el aula. (Total: 320 horas de práctica en la organización)

## **Modalidad**

Complementario al trabajo que estarán llevando a cabo los y las estudiantes en los centros de práctica, asistirán a una sesión de clase, con el o la docente del curso. Esta reunión o clase semanal incluirá los siguientes aspectos:

- Realización de un diagnóstico sobre los intereses de cada estudiante.
- Información de los centros de práctica existentes.
- Escogencia del centro de práctica.
- Elaboración del plan de trabajo por parte de cada estudiante al inicio del proceso.
- Monitoreo de la experiencia mediante la preparación y entrega semanal de bitácoras.
- Análisis y procesamiento de las experiencias de los y las estudiantes con el resto de las y los compañeros.
- Guía para la preparación del informe final de la Práctica Profesional.
- Presentación de los informes finales de la Práctica Profesional a todas y todos los compañeros de clase.

La evaluación del curso incluirá cuatro aspectos:

- Elaboración del plan de trabajo.
- El seguimiento semanal – bitácoras e informe verbal. Se evaluará el cumplimiento.
- El Informe final. Se evaluará el cumplimiento.
- La evaluación final del o la supervisora profesional del o la pasante. Criterios otorgados por la Escuela que serán orientados hacia el cumplimiento de los siguientes aspectos:
  - Responsabilidad
  - Puntualidad
  - Cumplimiento
  - Actitud



## **Reglamentación**

El curso de Práctica Profesional debe cumplir con lo estipulado en el Reglamento de Práctica Profesional de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, en el cual se especifican funciones y responsabilidades de las organizaciones y personas participantes en el proceso, entre otros.

## **BIBLIOGRAFÍA**

La o el docente responsable del curso elaborará una bibliografía específica de su área, en la cual incluya aspectos como la ética profesional y los que considere oportuno. Cada estudiante la complementará con los documentos que obtenga en el centro de práctica sobre la organización, así como los que considere oportuno para el desarrollo de su práctica.



## **CURSOS OPTATIVOS**

## C1004 Seminario de Investigación Aplicada

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Seminario-Taller
Horas:	1 teoría, 2 práctica
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"><li>• C0013 Diseño, construcción de datos y análisis cuantitativos</li><li>• C0014 Diseño, construcción de datos y análisis cualitativos</li></ul>
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Optativo

### DESCRIPCIÓN

En la actualidad las prácticas investigativas en comunicación son muy diversas. Desde los estudios de sondeo de opinión hasta los análisis etnográficos, los métodos de investigación y estudio intentan acercarse a objetos y sujetos cambiantes y complejos. Una vez los y las estudiantes han alcanzado nociones teórico-prácticas en cursos anteriores, el Seminario-taller pretende ser un espacio para profundizar en metodologías de investigación de campo y su aplicación. Ofrecerá a los y las estudiantes de bachillerato especialización en el uso instrumental de técnicas de investigación y profundización en perspectivas de investigación novedosas y pertinentes en el campo de la comunicación.

Una preocupación del curso es la aplicación profesional de los métodos e instrumental de investigación, por lo que prestará especial atención al trabajo de campo que las y los estudiantes realizarán a partir de un tema y metodología determinados.

El curso se planifica a partir de las necesidades investigativas definidas por estudiantes y/o docentes, por lo que los temas y las perspectivas metodológicas variarán en cada edición según las necesidades expresadas.

### OBJETIVO GENERAL

Profundizar en el estudio y aplicación, en el terreno, de un método de investigación de la comunicación que les permita complementar su formación disciplinaria y profesional en el campo de la investigación aplicada.



## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Realizar trabajo de campo que permita aplicar un método de investigación específico

1. Conocer conceptualmente y en perspectiva histórica el desarrollo de un determinado método de investigación.
2. Aplicar el método de investigación en su ejercicio profesional y académico.
3. Conocer las posibilidades y limitaciones de ese método para el estudio de problemas de comunicación.
4. Presentar resultados de investigación pertinentes y de actualidad

## TEMÁTICAS PROPUESTAS PARA SEMINARIO

1. Métodos inferenciales
2. Etnografías, etnografías virtuales
3. Investigación-acción
4. Investigación-acción participativa

## BIBLIOGRAFÍA

- Ander-Egg, E. (2003) Repensando la investigación acción participativa. (Recuperado el 26 de febrero de 2011) <http://www.terras.edu.ar/aula/cursos/10/biblio/10ANDER-EGG-Ezequiel-La-investigacion-propiamente-dicha.pdf>
- Glaser, B., Strauss, A. (2009) The discovery of Grounded Theory: Strategies for cualitatives research. Nueva Jersey: Rutgers.
- Glas, G, Stanley, J (1993) Métodos estadísticos aplicados a las ciencias sociales. México: Prentice Hall Hispanoamérica.
- Hine, Ch. (2004) Etnografía virtual. Barcelona: UOC.
- Latorre, A. (2003) La investigación acción. Conocer y cambiar la práctica educativa. Barcelona: Graó.
- Strauss, A., Corbin, J. (1998) Basics of cualitatives reseach: Techniques and procedures to developing Grounded Theory. California: Sage.

## C1100 Historia contemporánea de la Comunicación

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-práctico
Horas:	1 teoría, 2 práctica
Requisitos:	• C0003 Historia de la Comunicación
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Optativo

### DESCRIPCIÓN

El propósito de este curso es analizar la evolución histórica de las producciones culturales asociadas con el desarrollo de los medios de comunicación e instituciones dedicadas a la comunicación social, en contextos y coyunturas específicas, con el fin de comprender mejor el trasfondo y las intencionalidades que existen en las principales formas culturales de las sociedades contemporáneas.

En tal sentido, si bien el desarrollo histórico de los medios e instituciones de comunicación posee una indudable dimensión tecnológica y sociocultural, también se relaciona con el desarrollo de contextos económicos, políticos y culturales que en determinadas épocas afectan las producciones culturales predominantes que incluso llegan a caracterizar algunos períodos históricos. Es igualmente importante establecer las relaciones de las producciones culturales con los ejercicios profesionales. El estudio de esas producciones culturales –al menos de las que más repercusión tuvieron en ciertas épocas–, constituye el tema central del curso, pues al conocimiento del desarrollo histórico de los medios e instituciones de comunicación, se une ahora la producción de contenidos para los mismos, aspecto que es relevante para la formación de las y los estudiantes de comunicación, al constituir una dimensión de su quehacer quizá no suficientemente explorada todavía, al menos en el caso costarricense.

En cuanto a las destrezas y habilidades que el curso busca desarrollar en sus estudiantes se encuentran las siguientes:

- Capacidad de análisis.
- Capacidad de reflexión y de síntesis.
- Habilidades en investigación.
- Trabajo en equipo.



Finalmente, este curso complementa los contenidos del curso Historia de la comunicación que forma parte del bloque común del Plan de estudios, asimismo es requisito del curso Cultura Visual.

## OBJETIVO GENERAL

Que las y los estudiantes comprendan las relaciones existentes entre el desarrollo de los medios e instituciones de comunicación y las producciones culturales que caracterizan determinadas épocas, contextualicen esas relaciones y establezcan sus vinculaciones con los contextos y las coyunturas económicas sociales, culturales y políticas que las promueven en cada sociedad particular y en el ámbito mundial.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Analizar críticamente las producciones culturales actuales con perspectiva histórica.
2. Realizar comparaciones entre las producciones culturales de distintos contextos sociales e investigar acerca de ellas con visión histórica.
3. Establecer el impacto del desarrollo histórico de la producciones culturales mundiales de mayor relevancia en la sociedad costarricense.

## CONTENIDOS

1. La producción cultural en la comunicación impresa.
  - Los cambios de las formas culturales de los medios impresos: libros, periódicos y revistas.
  - El papel de los usos y apropiaciones de la lectura.
  - La digitalización de los impresos.
  - El papel de la imagen (caricatura, carteles, fotografía).
2. La producción cultural en la comunicación audiovisual.
  - De las radionovelas a la radio en Internet.
  - Del cine de ficción al documental.
  - La producción cinematográfica se expande: de Hollywood a Bollywood.
  - El desarrollo del vídeo.
  - Melodramas, telenovelas y comedias de situación.
  - La producción televisiva en los albores del siglo XXI.



3. La producción cultural en la era de la digitalización
  - Entretenimiento y convergencia mediática.
  - Nuevos soportes y ¿nuevos contenidos?
  - Procesos de digitalización de la TV y la radio
  - El papel de los celulares y de otros dispositivos móviles en la producción de contenidos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Balaguer, R. (2010). Zapping, navegación, nomadismo y cultura digital. *Razón y Palabra*, 73. Recuperado el 12 de febrero del 2011, de <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N73/MonotematicoN73/11-M73Balaguer.pdf>
- Batticuore, G. (2007). Lectura y consumo en la cultura argentina de entresiglos. *Estudios* 15(29): 123-142. Recuperado el 8 de febrero del 2011, de <http://www.revestudio.ll.usb.ve/PDF/29/Batticuore.pdf>
- Casals, M. (2001). La narrativa periodística o la retórica de la realidad construida. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 7. 195-219. Recuperado el 14 de febrero del 2011, de <http://revistas.ucm.es/inf/11341629/articulos/ESMP0101110195A.PDF>
- Castro, M. (2010). Cuba exotizada y la construcción cinematográfica de la nación mexicana. *Razón y Palabra*, 71. Recuperado el 11 de febrero del 2011, de [http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/TEXTOS/CASTRO\\_REVISADO.pdf](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/TEXTOS/CASTRO_REVISADO.pdf)
- Durán de Porras, E. (2009). Henry Crabb Robinson y la sección internacional *The Times* a comienzos del siglo XIX. *Historia y Comunicación Social*, 14: 71-86. Recuperado el 8 de febrero del 2011, de <http://revistas.ucm.es/inf/11370734/articulos/HICS0909110071A.PDF>
- Fouce, H. (2010). Nativos digitales en la selva sonora. Tecnologías y experiencia cultural en la música digital. *Razón y Palabra*, 73. Recuperado el 12 de febrero del 2011, de <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N73/MonotematicoN73/08-M73Fouce.pdf>
- Frutos, F. (2009). Historietas mágicas: Orígenes del relato gráfico y proyección de imágenes. *Diálogos de la Comunicación*, 78. Recuperado el 12 de febrero del 2011, de <http://www.dialogosfelafacs.net/revista/upload/articulos/pdf/78FrutosFrancisco.pdf>
- Gómez, J. (2010). Los circuitos alternativos de la lectura y el libro en la época de su reproductibilidad digital. *Razón y Palabra*, 73. Recuperado el 11 de febrero del 2011, de <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N73/MonotematicoN73/05-M73Gomez.pdf>
- Gordillo, I. (2007). Viejos y nuevos formatos en la televisión del siglo XXI. *Chasqui*, 99, 66-71. Recuperado el 31 de enero del 2008 desde <http://chasqui.comunica.org/pdf/chasqui99.pdf>



- La Pastina, A., Rego, C. y Straubhaar, J. (2004). La centralidad de las telenovelas en la vida cotidiana de América Latina: tendencias pasadas, conocimiento actual e investigación por venir. *Global Media Journal*. Edición Iberoamericana, 1(1). Recuperado el 11 de febrero del 2011, de <http://gmje.mty.itesm.mx/articulos1/pdf/LaPastina.pdf>
- Larrañaga, J. (2010). Hacia la globalización de la comunicación: un análisis económico del consumo de periódicos en Europa. *Historia y Comunicación Social*, 15: 169-186. Recuperado el 8 de febrero del 2011, de <http://revistas.ucm.es/inf/11370734/articulos/HICS1010110169A.PDF>
- Levis, D. (2007). Medios digitales: creación artística y producción cultural. Recuperado el 18 de febrero del 2011, de [http://diegolevis.com.ar/secciones/Articulos/Medios\\_digitales.pdf](http://diegolevis.com.ar/secciones/Articulos/Medios_digitales.pdf)
- Mateos, J. (2011). La telerrealidad en las televisiones españolas (1990-1994). *Comunicación y Sociedad*. Nueva época, 15, 169-194. Recuperado el 12 de febrero del 2011, de [http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/pdf/cys15\\_10/9MateosPerez.pdf](http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/pdf/cys15_10/9MateosPerez.pdf)
- Mena, T. y Veiga, A. (2006). El video clip en constante renovación. *Chasqui*, 94, 46-51. Recuperado el 29 de junio del 2006, de <http://chasqui.comunica.org/pdf/chasqui94.pdf>
- Murelaga, J. (2009). Historia contextualizada de la radio española del franquismo (1940-1960). *Historia y Comunicación Social*, 14: 367-386. Recuperado el 8 de febrero del 2011, de <http://revistas.ucm.es/inf/11370734/articulos/HICS0909110367A.PDF>
- Orozco, G. y Vassallo, M. (2010). Observación de la ficción televisiva en ocho países iberoamericanos. *Comunicación y Sociedad*. Nueva época, 13, 13-42. Recuperado el 12 de febrero del 2011, de [http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/pdf/cys13\\_10/orozco\\_vassallo.pdf](http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/pdf/cys13_10/orozco_vassallo.pdf)
- Paiva, R. (2006). Las minorías en las narrativas de los media. *Revista Científica de Información y Comunicación*, 3, 53-62. Recuperado el 14 de febrero del 2011, de <http://institucional.us.es/revistas/revistas/comunicacion/pdf/numero%203/art4.pdf>
- Pérez, M. (2010). Temas del cine documental como fuente para la historia de América Latina en el siglo XX. *Naveg@merica*. Revista electrónica de la Asociación Española de Americanistas, 4, 1-15. Recuperado el 30 de enero del 2011, de <http://revistas.um.es/navegamerica/article/download/99931/95461>
- Ramírez, M. (2007). La importancia de la televisión como espacio para la construcción de la sociedad: el caso de la radio y televisión de Andalucía, España. *Global Media Journal*. Edición Iberoamericana, 4(8), 1-16. Recuperado el 11 de febrero del 2011, de <http://gmje.mty.itesm.mx/RamirezAlvarado.pdf>
- Rueda, J., Coronado, C. y Sánchez, R. (2009). La historia televisada: una recapitulación



- sobre narrativas y estrategias historiográficas. *Comunicación y Sociedad, Nueva época*, 12, 177-202. Recuperado el 12 de febrero del 2011, de [http://www.comunicacionsociedad.cucsh.udg.mx/pdf/cys12\\_09/7.pdf](http://www.comunicacionsociedad.cucsh.udg.mx/pdf/cys12_09/7.pdf)
- Rincón, O. (2003). Informar sobre la velocidad. Hacia un nuevo periodismo televisivo. *Diálogos de la Comunicación*, 66. Recuperado el 14 de febrero del 2011, de <http://www.dialogosfelafacs.net/revista/upload/articulos/pdf/66OmarRincon.pdf>
- Ruiz, S. (2006). Las narrativas urbanas del largometraje colombiano en la década de los noventa. *Palabra Clave*, 9(1), 111-142. Recuperado el 14 de febrero del 2011, de [http://sabanet.unisabana.edu.co/comunicacion/palabraclave/downloads/pclave\\_014-06.pdf](http://sabanet.unisabana.edu.co/comunicacion/palabraclave/downloads/pclave_014-06.pdf)
- Scolari, C. (2008). Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. *Diálogos de la Comunicación*, 77. Recuperado el 12 de febrero del 2011, de <http://www.dialogosfelafacs.net/revista/upload/articulos/pdf/77CarlosScolari.pdf>
- Velázquez, M. (2007). Novela de folletín y prensa en el Perú (1870-1920). *Estudios* 15(29), 29-47. Recuperado el 8 de febrero del 2011, de <http://www.revestudio.ll.usb.ve/PDF/29/Velazquez.pdf>
- Veres, L. (2009). Lenguaje y censura literaria y periodística en el Franquismo. *Historia y Comunicación Social*, 14, 177-184. Recuperado el 8 de febrero del 2011, de <http://revistas.ucm.es/inf/11370734/articulos/HICS0909110177A.PDF>
- Viñuela, E. (2007). Industria musical, televisión y producción audiovisual. Veinte años de interacción mediática en el mercado musical español (1980- 2000). *Global Media Journal – Edición Iberoamericana*, 4(7). Recuperado el 11 de febrero del 2011, de [http://gmje.mty.itesm.mx/vinhuela\\_eduardo.html](http://gmje.mty.itesm.mx/vinhuela_eduardo.html)

## C1102 Propiedad intelectual y Comunicación

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-práctico.
Horas:	1 teoría, 2 práctica
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"><li>• C0018 Derecho de la comunicación</li></ul>
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Optativo

### DESCRIPCIÓN

Este es un curso de Derecho positivo que está dirigido a estudiantes de Comunicación. En las distintas especialidades en Comunicación se producen las más diversas creaciones intelectuales: diseños publicitarios, productos audiovisuales y multimedia, productos periodísticos y estrategias de relaciones públicas, entre muchas otras.

Este curso se enmarca en el contexto actual de la suscripción por parte de Costa Rica de Tratados Internacionales que no solo regulan la materia de la propiedad intelectual sino que hacen referencia a la formación y capacitación en esta disciplina.

El curso ofrece los instrumentos para especializar y profundizar, desde una perspectiva teórica y práctica, en este ámbito del Derecho, tan desconocido aún, pero con una evidente y clara trascendencia social, jurídica y económica a los profesionales de las distintas áreas de la comunicación.

Al concluir el programa, el y la estudiante habrá adquirido un vasto conocimiento sobre la regulación normativa que tiene una relación directa con los diferentes quehaceres profesionales del área de comunicación.

Aunque el tema de la propiedad intelectual no es nuevo, pues la antigua propiedad inmaterial se conoce desde el Derecho Romano, el auge actual y la tecnología obliga a que el país cuente con personal profesional capacitado para asesorar o tomar decisiones ante los problemas que generan los derechos de autor y la propiedad intelectual.

## OBJETIVO GENERAL

Que los y las estudiantes conozcan los sistemas jurídicos desde la perspectiva nacional e internacional, atendiendo a los efectos que las nuevas tecnologías provocan sobre el concepto, el contenido y el alcance de la Propiedad Intelectual.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso, el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Conocer los fundamentos jurídicos y económicos de la Propiedad Intelectual.
2. Dominar las herramientas de creación, gestión y protección de los Derechos de Propiedad Intelectual.
3. Adquirir la capacidad de analizar y tomar decisiones en las problemáticas prácticas que presenta la vida profesional en esta área.
4. Comprender en profundidad la funcionalidad de los Derechos de Propiedad Intelectual en cada actividad creativa e innovadora, y ser capaz de extraerles todo su potencial.
5. Aplicar en la actividad profesional una visión internacional y estratégica de la Propiedad Intelectual, propia del contexto de las economías en transición.

## CONTENIDOS

1. Negociaciones Internacionales e Instrumentos Internacionales de Comercio e Integración
  - Visión panorámica de lo que significan los instrumentos jurídicos en el establecimiento de compromisos internacionales vinculados al comercio y a la integración económica.
  - Principios y postulados básicos del Derecho Internacional Público
  - Acuerdos más relevantes en materia de comercio e integración vinculados a la propiedad intelectual y a la competencia.
2. Teoría general de la propiedad intelectual:
  - Fundamentos filosóficos, políticos y sociales de la Propiedad Intelectual
  - Naturaleza jurídica de los Derechos de Propiedad Intelectual (doctrinas dualista y monista)
  - Propiedad intelectual como un derecho humano (acceso al libre conocimiento y la PI, la propiedad intelectual en el contexto de una cultura participativa, los ciudadanos como productores y consumidores de conocimiento).

### 3. Derecho de autor y conexos:

- Panorámica general del derecho de autor como sistema internacional de protección de obras y producciones intelectuales.
- Estudio de los antecedentes históricos y naturaleza jurídica del derecho de autor.
- Comparación del sistema franco-germánico del derecho de autor con el sistema anglosajón del copyright.
- Estructura y contenido del derecho de autor.
- La obra intelectual como objeto de protección del derecho de autor. La originalidad como requisito de protección.
- Los sujetos del derecho de autor. Autoría y titularidad.
- Los derechos morales y patrimoniales. Los límites del derecho patrimonial y la duración del derecho de explotación.
- La transmisión de los derechos y la explotación de la obra por terceros. Los contratos en materia de derecho de autor.
- El rol del Estado en materia de derechos de autor. Las infracciones administrativas, civiles y penales en el derecho de autor.
- Derechos conexos: antecedentes. Evolución. Concepto. Razones de la protección de los derechos conexos. Naturaleza jurídica y características generales de los derechos conexos. Similitudes y diferencias entre los derechos de autor y los derechos conexos. La protección internacional de los derechos conexos. La protección nacional de los derechos conexos. Los derechos de los artistas intérpretes y ejecutantes. Los derechos de los productores de fonogramas. Los derechos de los organismos de radiodifusión. Otros derechos conexos.
- La gestión colectiva de los derechos de autor y de los derechos conexos. La gestión colectiva en el entorno digital. La inspección y vigilancia del Estado respecto de las sociedades de gestión colectiva.
- Estudio de obras en particular relacionadas con el quehacer de la comunicación (periodística, literaria, fotográfica, audiovisual, multimedia, publicitaria, videojuegos, planes de negocios y de publicidad, programas de ordenador y bases de datos.
- Derechos de autor y nuevas tecnologías.
- Tutela de los derechos de autor en las teletransmisiones televisivas

### 4. Signos distintivos

- Concepto de marca.
- Requisitos del derecho de marca.
- Signos que pueden constituir una marca.
- Marcas sonoras, marcas auditivas, marcas tridimensionales, colores.
- Prohibiciones absolutas de registrabilidad.



- Signos y emblemas del Estado.
  - Las marcas notoriamente conocidas. Procedimiento de registro.
  - El derecho de prelación y el derecho de prioridad.
  - La publicación de la marca. El derecho de oposición y el derecho de observación.
  - Facultades del titular de la marca.
  - El agotamiento del derecho de marca.
  - Cesión y licencia de marcas.
  - Marcas colectivas, marcas de certificación y marcas de garantía.
  - El lema comercial. El nombre comercial.
  - Las indicaciones geográficas y denominaciones de origen
  - Los nombres de dominio y sus efectos en el derecho marcario.
  - Infracciones civiles
5. Modalidades de protección de las innovaciones:
- Invenciones, patentes, modelos de utilidad y diseños industriales.
  - Requisitos de patentabilidad.
  - Derechos que otorga una patente.
  - Acciones por infracción de una patente.
  - Nulidad y caducidad de una patente. Régimen jurídico de las licencias de patentes, licencias contractuales y licencias obligatorias.
  - Patentabilidad de invenciones biotecnológicas. Patentes farmacéuticas. Los datos de prueba. Segundo uso. Conocimientos tradicionales. Régimen de protección y registro de los conocimientos colectivos de los pueblos indígenas vinculados a los recursos biológicos.
6. Transferencia tecnológica: innovaciones:
- Sistema Nacional de innovación
  - Los secretos empresariales.
  - El uso de la información tecnológica protegida en la empresa y en la investigación. Tratados internacionales.
  - Relación universidad-empresa.

## BIBLIOGRAFIA

Antequera, R. (1998). Derecho de Autor, Servicio Autónomo de la Propiedad Intelectual, Dirección Nacional del Derecho de Autor (2da edición). Caracas, Venezuela: Impresión Editorial Venezolana, C. A., Tomo I.



- Cabrera Medaglia, Jorge (2010). Propiedad intelectual, Comercio y biodiversidad. San José: Editorial de la UNED.
- Castro Bonilla, Alejandra. (2004). El Derecho de Autor ante las TIC en la economía del conocimiento: La obra periodística, San José: Editorial de la UNED.
- Cole H, Julio (2002). Patentes y Copyrights: Costos y beneficios, Revista Libertas 36. Instituto Universitario ESEADE.
- Colombet, C. (1997). Grandes principios del Derecho de Autor y los Derechos Conexos en el mundo: estudio de derecho comparado (3ra edición). Madrid: Edic. UNESCO/CINDOC.
- Comisión Europea. (1992). Libro verde de la Comisión. Pluralismo y concentración de los medios de comunicación en el mercado interior. (COM 92) 23/12/1992.
- Cremades, J. (1986). La libertad de creación de medios de comunicación. Madrid: La Ley: Ministerio de Fomento.
- De Vasconcellos, Jorge. (2009). La propiedad intelectual ante el "Ambush del Marketing" y la transmisión de la Copa del Mundo. Buenos Aires Editorial Astrea, ASIPI No 15.
- Del Valle, S. (2008). Los derechos de autor y la propiedad intelectual en el periodismo especializado (Tesis de doctorado sin publicar). Universidad Complutense de Madrid, España.
- Emery, Miguel Angel (1996). La propiedad intelectual y la publicidad. Buenos Aires Editorial Astrea, ASIPI No 7.
- Lamas, Daniel (2007) Nombre e imagen de las personas y derecho de marcas. Buenos Aires: Editorial Astrea. ASIPI No 13.
- Lipszyc, D. (1993). Derechos de autor y derechos conexos. Buenos Aires: Unesco - Cerlalc - Zavalía.
- Lipszyc, D. (2004). Nuevos temas de derecho de autor y derechos conexos. Buenos Aires: Unesco, II Volumen.
- Noetinger, Matías (2004). Derechos de propiedad industrial y de imagen con referencia al ámbito del fútbol. Buenos Aires Editorial Astrea, ASIPI No 11
- Otamendi, Jorge (2003). Derecho de Marcas. LexisNexis - Abeledo-Perrot.
- Palacios, Gustavo. (1999). Panorámica del Derecho de autor y derechos conexos. OMPI.
- Primera, V. (2004). Derechos de autor en Internet. Maracaibo, Venezuela: Editorial de La Universidad del Zulia (Ediluz).
- Swancott, N. (1989). Derechos de Autor: Un manual para periodistas. IFJ. Bruselas
- Uchtenhagen, L. (1991). El establecimiento de nuevas sociedades de administración colectiva: experiencias y reflexiones. Ginebra: Derecho de autor, OMPI.
- Urbina, J. (1999). El Derecho a la Información. Maracaibo, Venezuela: Editorial de La Universidad del Zulia (Ediluz).



Velasco, P. (2007). ¿Royalties para los periodistas? Periodismo y Propiedad Intelectual en la nueva legislación española. Revista RE-Presentaciones, Año 2, Número 3/junio-diciembre.

Verbauwhede, Lien (2007). Cuestiones relativas a la propiedad intelectual en la publicidad. Ginebra: OMPI.

## En línea

Anónimo. (2010). Encuentro de la Federación Europea de Periodistas sobre Derechos de autor en un mundo digital: por un acuerdo justo para los periodistas. Consultado en: <http://www.holanews.es/index.php/actualidad/medios-de-comunicacion/286-encuentro-de-la-federacion-europea-de-periodistas-sobre-derechos-de-autor-en-un-mundo-digital-por-un-acuerdo-justo-para-los-periodistas>

Díaz, J. (1998). Periodismo y derechos de autor: evolución histórica de la protección jurídica sobre la obra informativa. ZER Revista de Estudios de Comunicación No 7 Consultado en: <http://www.ehu.es/zer/zer7/noci74.html>

Díaz, J. (2010). Derechos de autor de los periodistas: el caso de los resúmenes de prensa. ZER Revista de Estudios de Comunicación No 157 Consultado en: <http://www.ehu.es/zer/zer14/derechosautor14.htm>

Fernández, C. (2001). La Distribución de Productos Cinematográficos en Internet: La experiencia de Motion Pictures. Consultado en: [www.ucm.es/info/dinforma/activi/libro/4.html](http://www.ucm.es/info/dinforma/activi/libro/4.html)

Mas, A. (2010). Ley de derecho de autor y la protección de materiales periodísticos en consideración al medio impreso. Consultado en: [www.redmultimedia.ning.com/profiles/blogs/ley-de-derecho-de-autor-y-la](http://www.redmultimedia.ning.com/profiles/blogs/ley-de-derecho-de-autor-y-la)

Soler, P. (2010). Derechos de autor sobre los trabajos periodísticos. Consultado en: [www.elderecho.com/civil/Derechos-autor-trabajos-periodisticos\\_11\\_194680024.html](http://www.elderecho.com/civil/Derechos-autor-trabajos-periodisticos_11_194680024.html)

Velasco, P. (2010). La noticia como obra literaria. Consultado en: [www.suite101.net/content/la-noticia-como-obra-literaria-a14343](http://www.suite101.net/content/la-noticia-como-obra-literaria-a14343)

## Leyes y tratados internacionales

Comunidad Andina de Naciones: Régimen Común del Derecho de Autor y Derechos Conexos. Decisión 351, Aprobación 17 de diciembre de 1993.

Constitución Política de Costa Rica, 1949

Convención Americana sobre Derechos Humanos, Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos

Convenio de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas. Ley no 6083, 27 de setiembre de 1977.



- Convenio de Bruselas sobre la distribución de señales portadoras de programas transmitidas por satélite. Ley No 7829, 16 de octubre de 1998.
- Convenio de París para la protección de la propiedad industrial. Ley No 7484, 24 de mayo de 1995.
- Convención internacional sobre la protección de los artistas intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión, Ley No 4727, 13 de marzo de 1971.
- Ley de información no divulgada. Ley No 7975, 4 de enero de 2000.
- Ley de Marcas y otros signos distintivos. Ley No 7978, 6 de enero de 2000.
- Ley del Ejercicio del Periodista Venezolano, 22 de diciembre de 1994.
- Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos. Ley No 6683, 14 de octubre de 1982.
- Ley de Observancia de los derechos de propiedad intelectual. Ley No 8939, 12 de octubre de 2000.
- Ley de patentes de invención, dibujos y modelos industriales y modelos de utilidad, Ley No 6867, 25 de abril de 1983
- Reglamento a la ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos. Reglamento No 24611-J, 4 de setiembre de 1995.
- Tratado de Libre Comercio República Dominicana – Centroamérica – EEUU. Ley No 8622, 21 de noviembre 2007.

<b>C1104 Cultura visual</b>	
Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico
Horas:	3 teóricas
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"><li>• C0013 Diseños, construcción de datos y análisis cuantitativos</li><li>• C0014 Diseños, construcción de datos y análisis cualitativos</li></ul>
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Optativo

## DESCRIPCIÓN

La sociedad es un espacio conflictivo y consensual en el que los actores sociales luchan por la obtención de espacios de construcción simbólica. Las representaciones y las tecnologías visuales son uno de estos espacios. En estas circunstancias, diferentes instituciones o formaciones sociales como el Estado, el mercado o los movimientos sociales proponen la legitimidad de sus propuestas y reivindicaciones en una continua lucha por el sentido social. Los textos y los formatos culturales, entre ellos los visuales, no son simples espejos donde se reflejan los valores de una época, sino que también son espacios donde se construye, conflictiva o negociadamente, el sentido de las prácticas sociales.

Este curso ofrece herramientas para aproximarse a una crítica de la representación visual que ponga en evidencia los complejos procesos simbólicos inherentes a la producción, la circulación y la recepción de las imágenes; se ocupa, en suma, de los procesos de significación social de las imágenes dentro de la coyuntura actual de la cultura visual global en la era digital.

El propósito de este curso es conducir al estudiantado a una comprensión de la cultura visual que le permita evaluar críticamente las prácticas y los productos comunicativos visuales propuestos por actores sociales clave del mundo contemporáneo, prácticas y productos que estructuran los sistemas de pensamiento y que a su vez son determinados por estos últimos y viceversa. A lo largo del curso se partirá del uso de ejemplos para abarcar la temática propuesta y generar pensamiento crítico al respecto de la construcción de identidad, con prácticas que consideren ejes conductores de la discusión básicos, tales como la cultura popular, las luchas hegemónicas, la otredad o el uso de lo digital vs. lo analógico, entre otros.



## OBJETIVO GENERAL

Reflexionar sobre las condiciones simbólicas de la producción, circulación y recepción de representaciones visuales en diversos textos culturales y elaborar análisis críticos sobre dichas condiciones.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

- Conocer los conceptos teóricos más significativos sobre la representación y las tecnologías visuales.
- Aplicar metodologías de análisis simbólico crítico a los textos visuales.
- Reconocer algunos vínculos funcionales y conflictivos entre el discurso visual y el verbal desde diferentes ideologías en ejercicios prácticos.
- Contar con mayores competencias para integrar las tecnologías y las representaciones visuales en los procesos comunicativos dentro de la era digital contemporánea.

## CONTENIDOS

- Concepto de cultura visual.
- La cultura visual en Occidente.
- Las edades de la mirada: De la Logosfera a la Videoesfera.
- Teoría e historia de la imagen y las narrativas audiovisuales.
- Cultura Visual y su ligamen con la ideología.
- Cultura Visual desde América Latina. Repensar la mirada desde la memoria.
- Nuevas narrativas digitales.
- La Ciudad como texto: imaginarios y paisajes sonoros.
- Espacios públicos y movimientos en la cultura visual.
- Cartelería Digital, arquitecturas de participación el Internet de Todo.
- Cultura popular y Cultura visual.

## BIBLIOGRAFIA

- Beceyro, R. (2003). *Ensayos Sobre Fotografía*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Buck-Morss, S. (2001). *Dialéctica de la Mirada: Walter Benjamin y el Proyecto de los Pasajes*. Madrid: Antonio Machado Libros
- Burton, T. (1998). *Morte Malinconica del Bambino Ostrica e Altra Storie*. Torino, Italia: Einaudi.
- Cortés, M.L. (2005). *La Pantalla Rota: Cien Años de Cine en Centroamérica*. México: Santillana Ediciones Generales.
- Coto, L. (2009). *La Espiral de las Cinco Pielas de Hundertwasser*. Tesis. San José: Universidad de Costa Rica.
- Coto, L. (2012). *Cleta & iPhone: in extremis*. En: *Memoria I Congreso Centroamericano de Comunicación*. Centro de Investigación en Comunicación (CICOM). San José: Universidad de Costa Rica (pp. 747–773).
- Coto, L., & Alvarado, Ó. (2015). *Estado del Arte de las Aplicaciones Interactivas para Televisión Digital Terrestre. Informe 2014: Hacia la Sociedad de la Información y el Conocimiento* (pp. 249–294).
- Crist, S. (2008). *The Polaroid Book: Selections from the Polaroid Collections of Photography*. China: Taschen.
- Debray, R. (1984). *Vida y muerte de la imagen: historia de la mirada en occidente*. Recuperado de [http://cmap.javeriana.edu.co/servlet/sbreadresourceservlet?rid=1219334004957\\_686551147\\_113946](http://cmap.javeriana.edu.co/servlet/sbreadresourceservlet?rid=1219334004957_686551147_113946)
- De Bono, E. (1998). *El Pensamiento Lateral* (1era ed.). Barcelona, España: Paidós Plural.
- Díaz Barrado, (2012) *La imagen en el tiempo: El uso de fuentes visuales en historia*. Recuperado de <http://documents.mx/documents/mirzoeffque-es-la-cultura-visual.html>
- Duncan, P. & Robinson, D. (2006). *Movie Icons: Chaplin*. Italia: Taschen.
- Eco, U. (2005). *Historia de la Belleza a Cargo de Umberto Eco* (6ta ed.). Barcelona, España: Lumen.
- Eco, U. (2011). *Historia de la Fealdad a Cargo de Umberto Eco*. España: Debolsillo.
- Flores, A., Gómez, M. d., Reyes, G., & Sierra, B. (2000). *Apreciación de las Artes* (1era ed.). México: Compañía Editorial Continental.
- Giger, H. R., Laszlo, C., & Thévoz, M. (1997). *www HR Giger com*. Alemania: Taschen.
- Gombrich, E. (1999). *Los Usos de las Imágenes. Estudios sobre la Función Social del Arte y la Comunicación Visual*. Londres, Inglaterra: Phaidon Press Limited.
- Grunitzky, C. (2004). *Transculturalism. How the World is Coming Together*. (1era ed.). New York, Estados Unidos: True Agency.

- Honnet, K. (2006). Pop Art. Madrid, España: Taschen.
- Jenkins, H. (2006). Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. Estados Unidos: New York University Press.
- Klingsöhr-Leroy, C. (2004). Surrealismo. Madrid, España: Taschen.
- Laneyrie-Dagen, N. (2005). Leer la Pintura. Barcelona, España: Larousse.
- Lanier, J. (2011). You Are Not a Gadget: a Manifesto. Estados Unidos: Vintage Books.
- Lieser, W. (2010). Arte Digital: Novos Caminhos Na Arte. Alemania: Tandem Verlag GmbH.
- Little, S. (2004). ...ismos. Para Entender el Arte. Madrid, España: Turner Publicaciones.
- Magliozzi, R., & He, J. (2009). Tim Burton (3era ed.). New York, Estados Unidos: Museum of Modern Art (MoMA).
- Manovich, L (2016) 100 Billion of Data Rows per Second: Culture and Media Analytics in the Early 21st Century. Recuperado de [http://manovich.net/content/04-projects/093-media-analytics/media-analytics\\_manovich\\_2016.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/093-media-analytics/media-analytics_manovich_2016.pdf)
- Maroh, J. (2013). Blue is the Warmest Color. Vancouver, Canada: Arsenal Pulp Press.
- Mirzoeff, N. (2003). Una Introducción a la Cultura Visual. Barcelona, España: Paidós.
- Mirzoeff, N. (2002) A Visual Culture Reader. Recuperado de [https://monoskop.org/images/f/ff/Mirzoeff\\_Nicholas\\_ed\\_Visual\\_Culture\\_Reader\\_2nd\\_ed.pdf](https://monoskop.org/images/f/ff/Mirzoeff_Nicholas_ed_Visual_Culture_Reader_2nd_ed.pdf)
- Mitchell, W. (2009). Teoría de la Imagen: Ensayos sobre Representación Verbal y Visual. Madrid: Ediciones Akal.
- Montoya, Jesús. (2014) Narrativas del simulacro; videocultura, tecnología y literatura en Argentina y Uruguay. Revista Caracteres, vol 13, n2. Noviembre. Recuperado de <http://revistacaracteres.net/wp-content/uploads/2014/11/Caracteresvol3n2noviembre2014-resena-narrativas-simulacro-montoya.pdf>
- Olins, W. (2009). El Libro de las Marcas. Barcelona, España: Editorial Océano.
- Pawlik, J. (1999). Teoría del Color. Barcelona, España: Paidós.
- Phaidon (1996). The 20th-Century Art Book. Hong Kong: Phaidon Press Limited.
- Richard, Nelly (2012) Estudios Visuales y políticas de la mirada y crítica de las imágenes. Recuperado de <https://es.scribd.com/doc/102157848/Nelly-Richard-Fracturas-en-La-Memoria>
- Ribera Correa (2011). -La Imagen y su papel en la narrativa audiovisual. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n49/bienal/Mesa%2011/ImagoColombia.pdf>
- S.A. (S.F) Validación de Materiales Audiovisuales. S.E.
- Scolari, C. (2013). Narrativas Transmedia: Cuando Todos los Medios Cuentan. Barcelona, España: Liberduplex.
- Simon, (2016). La transformación Digital. Nuevos Agentes en la industria de los medios y



- contenidos. Recuperado de  
[https://telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1288&idioma=es\\_ES&id=2016031019050001&activo=6.do](https://telos.fundaciontelefonica.com/seccion=1288&idioma=es_ES&id=2016031019050001&activo=6.do)
- Souriau, E. (1998). Diccionario Akal de Estética. Madrid, España: Ediciones Akal.
- Stanton, B. (2013). Humans of New York. New York: St. Martin's Press.
- Sturken, Marita y Lisa Cartwright (12009) Practices of Looking. London: Oxford University Press.
- Tomo-Digi. (s.f.). Change the TV! For Tomorrow, with the Digital. Japón.
- Tribe, M. & Jana, R. (2009). Arte y Nuevas Tecnologías. China: Taschen.
- Vargas, S. & Goodfellow, C. (2014). Grafítica: Gráfica Popular Costarricense. China: Roger Union Printing.
- Zapelli, G. (2003). La Huella Creativa (1era ed.). San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica.

## C1105 Comunicación, economía y cultura

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-Práctico Seminario
Horas:	3 teórico prácticas
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"><li>• C0005 Tendencias contemporáneas de los estudios en Comunicación</li><li>• C0013 Diseño, construcción de datos y análisis cuantitativos</li><li>• C0014 Diseño, construcción de datos y análisis cualitativos</li></ul>
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Optativo

### DESCRIPCIÓN

Cada vez más la relación entre cultura y economía se manifiesta como una relación simbiótica en la que lo “económico” de la cultura y lo “cultural” de la economía se articulan a través de las producciones desarrolladas por las industrias de la cultura y la comunicación. El vínculo entre economía y cultura hace más compleja la comprensión de los procesos culturales pues la cultura ha dejado de ser un fin para ser entendida como proceso de producción material y simbólico inmerso en sistemas sociales de producción específicos.

Las industrias culturales, en su condición de productoras culturales, sintetizan la interacción economía-cultura en la creación de productos culturales y de comunicación que en tanto mercancías son producidos, distribuidos y consumidos socialmente. El análisis de las mismas debe producirse desde una perspectiva interdisciplinaria donde se articulen los estudios culturales y de comunicación con los de economía política de la cultura y economía de la cultura.

Dada la complejidad del tema y la multiplicidad de abordajes existentes tanto teórica como metodológicamente, el curso ha sido pensado como un seminario teórico-práctico desarrollado en el que se articulan tres dimensiones: discusión teórica, análisis de la realidad y propuesta de difusión de los resultados de investigación. Se prevé que los y las estudiantes sean capaces de desarrollar investigaciones durante el semestre que les permita abordar las diferentes aristas del proceso de producción cultural de manera que los y las estudiantes puedan tener una mirada panorámica de todo el proceso de



producción, distribución y consumo de bienes culturales y de comunicación. Los temas de las investigaciones se construirán atendiendo a las necesidades de docentes y estudiantes y a las investigaciones relacionada con el tema de industrias culturales desarrolladas en la ECCC.

Con este curso se pretende que los y las estudiantes reconozcan el entorno económico y cultural en el que se desarrolla su ejercicio profesional desde una perspectiva crítica y propositiva que les permita enriquecer su práctica profesional y académica. De igual manera el curso les permitirá reconocer la importancia específica de la comunicación como articuladora de la economía global y su importancia económica en tanto industria.

Con este curso los y las estudiantes podrán analizar, investigar y difundir (en artículos de opinión, productos audiovisuales, artículos científicos, etc.) el contexto mediático costarricense y sus problemáticas actuales. Este acercamiento a los medios de comunicación como industria les permitirá reflexionar sobre el proceso de producción de comunicación, un elemento complementario a su propio ejercicio como productores y productoras de comunicación. Igualmente podrán acercarse a la compleja relación que existe entre producción y consumo de comunicación, desde la perspectiva de las industrias culturales.

## **OBJETIVOS GENERALES**

Que las y los estudiantes estén en capacidad de:

1. Analizar el contexto mediático y de producción cultural costarricense, regional y global desde la perspectiva teórica de la economía de la cultura.
2. Reflexionar respecto de su función como comunicadores y comunicadoras en el proceso de producción y distribución de comunicación.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Al finalizar el curso las y los estudiantes estarán en capacidad de:

1. Reconocer conceptos y categorías de análisis que contribuyan a la comprensión de la cultura como proceso de producción material y de significados.
2. Analizar procesos de producción, distribución y consumo de comunicación en el caso de industrias culturales.
3. Investigar respecto de procesos de producción cultural desde la perspectiva económica y cultural a partir de casos de estudio.

4. Difundir los resultados de investigación mediante productos mediáticos y de investigación.

## CONTENIDOS

1. Economía de la cultura y la comunicación: perspectivas teóricas y categorías de análisis.
2. Perspectivas teóricas en el debate de la relación economía-cultura: cultura como industria, como patrimonio, como recurso.
  - Dimensiones económicas de las Industrias culturales y de comunicación: el negocio de la cultura global, regional, local.
  - Cultura como capital: lo social y lo económico. El papel de la cultura en la conformación y tensión entre lo social y lo económico (formaciones sociales/ formaciones culturales)
  - Mercancías culturales: construcción simbólica, materialidad, valor de uso y distinción
3. Dimensiones para el análisis de las industrias culturales y de comunicación
  - Industrias culturales y economías nacionales, regionales y globales: presencia de las producciones culturales en el PIB nacional.
  - Procesos de producción: Organización (industrias culturales como organizaciones), productos comunicativos y tecnologías (lenguajes, técnicas e innovación).
  - Procesos de distribución: ecosistemas, mediaciones y tecnológicas.
  - Procesos de consumo: competencias comunicativas (a qué públicos o consumidores/ as van dirigidos qué productos culturales y comunicativos), interpretaciones y apropiaciones (¿cómo reciben informaciones las industrias respecto del consumo de sus públicos?)
4. Análisis de procesos
  - Dado que las industrias culturales son diversas en sus medios de producción y distribución y en los productos en sí mismos, en este curso analizará procesos concretos del escenario nacional, regional y/o global con el fin de que los y las estudiantes puedan aplicar sus conocimientos en el análisis de procesos concretos.
  - La selección de los temas partirá de la conjugación de dos dimensiones: por una parte el ejercicio profesional (periodismo, relaciones públicas, publicidad, producción audiovisual) y por otra, los medios de comunicación en los que se lleva a cabo el proceso de producción en comunicación (televisión, internet, radio, impresos, etc.)



- También se dedicará espacio a analizar experiencias de producción alternativas a las industrias tradicionales.

## BIBLIOGRAFÍA

- Babe, R. (2009) Cultural Studies and Political Economy. Toward a new integration.
- Bolaño, C. (2010) Economía política da comunicação e da cultura. Breve genealogia do campo e das taxonomias das indústrias culturais. En: Bolaño, C. et.al. Economía da arte a da cultura. Itaú Cultural: Sao Paulo.
- Canclini, N. (2004) Diferentes, desiguales y desconectados. Gedisa: Barcelona
- Fonseca, A., y de Marco, K. (2009) Economía da Cultura – ideias e vivências. Publit Soluções Editoriais: Rio de Janeiro.
- Garnham, N. (1989) Contribución a una economía política de la comunicación de masas. pp. 108-140
- Mastrini, G., y Bolaños, C. (eds.) (1999) Globalización y monopolios de la comunicación en América Latina. Editorial Biblos: Buenos Aires
- Mojica, S. (comp.) (2001) Mapas culturales para América Latina: culturas híbridas, no simultaneidad y modernidad periférica. CEJA: Bogotá
- Pereira, J. , y Villadiego, M. (eds.) (2002) Comunicación, cultura y comunicación. Cátedra UNESCO de Comunicación: Bogotá
- Siqueira, C. (1995) Economía política, globalización y comunicación. En: Revista Nueva Sociedad, 140 noviembre-diciembre, 1995 pp. 138-153
- Rey, G. (2002) Industrias culturales, creatividad y desarrollo. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo
- Tolila, P. (2007) Cultura e economía. Problemas, hipótesis, pistas. Itaú Cultural: Sao Pablo
- Yudice, G. (2005) El recurso de la cultura. Gedisa: Barcelona



## C1106 Seminario de Comunicación, políticas públicas y ciudadanía

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-Práctico Se desarrollará a partir de la modalidad didáctica de seminario
Horas:	1 teoría, 2 práctica
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• C0005 Tendencias contemporáneas de los estudios en Comunicación</li> <li>• C0012 Construcción del objeto de investigación</li> <li>• C1021 Introducción a la Comunicación Social</li> </ul>
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Optativo

### DESCRIPCIÓN

Comunicación, Políticas Públicas y Ciudadanía es un curso optativo de la Concentración en Comunicación Social de la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, que se impartirá bajo la modalidad de seminario.

A través de un enfoque que integra elementos de diversas disciplinas Comunicación, Ciencias Políticas, Derecho, Sociología y Filosofía, este curso analiza los conceptos de políticas públicas y ciudadanía; cómo se configuran en espacios institucionales específicos y cuáles son los actores involucrados, así como sus diversas interrelaciones con la comunicación. Asimismo, incursiona en el estudio de las políticas públicas específicas sobre comunicación que se aplican actualmente en nuestro país. Su intención es que los y las estudiantes reconozcan las dinámicas, juegos de poder, discursos y estrategias de comunicación que hacen que entre comunicación y políticas públicas se genere una compleja relación en la que se juega tanto la relación entre instituciones públicas y privadas como la relación entre instituciones políticas y sociedad civil. Esto permitirá a los y las estudiantes pensar estrategias desde la comunicación y la política con sentido ciudadano.



## OBJETIVO GENERAL

Que los y las estudiantes estén en capacidad de conocer las instituciones, actores sociales y las dinámicas políticas y económicas en las que se desarrollan las políticas públicas en Costa Rica en la actualidad (incluyendo las políticas públicas en comunicación) en el marco de los procesos sociales de construcción de ciudadanía democrática; con la finalidad de que en su desempeño como profesionales de la comunicación puedan no solo entender el espacio laboral, sino proponer estrategias de comunicación con enfoque ciudadano.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Proveer de herramientas aptas para el análisis de las políticas públicas, tanto en lo referente a sus líneas de acción, orientaciones y aspectos institucionales, como a los procesos políticos que conducen a su formulación y sus diversas interrelaciones con la comunicación.
2. Promover el análisis crítico de la noción de ciudadanía, generando conciencia sobre los conflictos sociales vinculados con la conquista de derechos, especialmente aquellos vinculados con el derecho a la comunicación.
3. Favorecer el estudio de las políticas públicas sobre comunicación, formuladas e implementadas en Costa Rica y la región.

## CONTENIDOS

- Conceptos básicos sobre políticas públicas, problemas públicos, diversos instrumentos de políticas públicas, marco institucional y jurídico, procesos de formulación y aplicación, diversos enfoques teóricos y metodológicos para su análisis, análisis de los procesos políticos que originan las políticas públicas, actores que participan, agenda pública, procesos de decisión, entre otros.
- Conceptos básicos sobre ciudadanía, análisis crítico de las diversas concepciones al respecto, conceptos básicos sobre democracia y participación ciudadana, derechos humanos y derechos fundamentales, jerarquía de derechos y conflictos entre derechos, contraste entre las normas y la realidad.
- Estudio específico de las políticas públicas sobre comunicación vigentes en Costa Rica, con énfasis en el caso de la radio y la televisión, a partir de los conceptos analizados en las dos unidades anteriores. Derecho a la comunicación, libertad de expresión y derecho a la información, análisis crítico de las políticas existentes en materia de gestión del espectro radioeléctrico, pluralidad y diversidad de

medios, regulación de medios comerciales, comunitarios y públicos, comunicación gubernamental, publicidad, acceso a la información, transparencia y rendición de cuentas.

## BIBLIOGRAFÍA

- Abarca, Allan. (2002) "Las políticas públicas como perspectiva de análisis". En: Revista Ciencias Sociales, 97:95-103 (III).
- Aguilar Villanueva, Luis. (2003) "La hechura de las políticas públicas". México: Porrúa.
- Arretche, Marta. (2008) "Estado Nacional y Derechos de Ciudadanía: extrayendo lecciones de la parte llena del vaso". En: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo "Democracia/Estado/Ciudadanía. Hacia un Estado de y para la Democracia en América Latina", Lima: PNUD (139:151).
- Blanco Lizano Randall. (2010) "Partidos Políticos, Redes Corporativas y Formación de Gabinetes en Costa Rica" En: Revista de Ciencias Sociales de la Universidad de Costa Rica, 130. San José: UCR (160:172).
- Castells, Manuel. (2009) Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial.
- Comisión Interamericana de Derechos Humanos, Relatoría Especial para la Libertad de Expresión. (2009) "Estándares de libertad de expresión para una radiodifusión libre e incluyente". OEA.
- Contraloría General de la República. (2012 y 2013) Informe N° DFOE-IFR-IF-6-2012 del 30 de julio de 2012 e Informe N° DFOE-IFR-IF-05-2013 del 3 de julio de 2013.
- Constitución Política de la República de Costa Rica.
- Dagnino Evelina, Olvera Alberto y Panfichi Aldo. (2008) "Innovación Democrática en América Latina: Una primera mirada al proyecto democrático participativo". En: Raventós Vorst Ciska (compiladora) Innovación Democrática en el Sur: participación y representación en Asia, África y América del Sur. Buenos Aires: CLACSO (31:58).
- Defensoría de los Habitantes de la República de Costa Rica. (2016) "Informe alternativo independiente ante el Comité de Derechos Económicos, Sociales y Culturales de la Organización de las Naciones Unidas" (N° DH 0055-2016). San José: DHR.
- Gallardo, Helio. (1989) "Elementos de política en América Latina", San José: DEI.
- Gestión Social y Cooperación, A.C. (2011) "Conceptos básicos para el Análisis e Incidencia en Políticas Públicas para las O.S.C." México D.F.: GESOC.
- González Suárez, Mirta (2012) "Psicología política". San José: Editorial UCR.
- Hernández, Rubén (2003). "Instituciones de derecho público costarricense". San José: Editorial UNED.
- Jiménez, A. (2010). "La libertad de expresión en la jurisprudencia de la Corte Interamericana

- y del Tribunal Europeo de derechos Humanos." Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Lahera, E. (2008) "Introducción a las políticas públicas". Santiago de Chile, FCE.
- Lindblom, Charles. (1991). "El proceso de elaboración de las políticas públicas". México D.F.: Porrúa.
- Martinez Franzoni, Juliana y Diego Sánchez-Ancochea. (2012) "Inroads towards Universalism: How Costa Rica Informs Theory", Kellogg Institute for International Studies, Working Paper Series. En prensa.
- Ministerio de Planificación Nacional y Política Económica (2014). "Plan Nacional de Desarrollo 2014-2018". San José: MIDEPLAN.
- Mora Alfaro, Jorge. (1989) "Propuestas metodológicas para estudio de las políticas estatales". Fernández, Oscar (Compilador) "Sociología, teoría y métodos". San José: EDUCA (11:41).
- Mora Solano, Sindy. (2007) "Participación legislativa en la construcción de derechos de propiedad intelectual". En: Revista Ciencias Sociales, 115: 73-84 (I).
- O'Donnell Guillermo (2008) "Hacia un Estado de y para la democracia". En: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo "Democracia/Estado/Ciudadanía. Hacia un Estado de y para la Democracia en América Latina". Lima: PNUD (25:62)
- Olavarría Gambi, Mauricio. (2007) "Conceptos básicos en el análisis de políticas públicas". INAP: Universidad de Chile.
- Programa Estado de la Nación. (2015) "Vigesimoprimer Informe del Estado de la Nación en Desarrollo Sostenible". San José: Programa Estado de la Nación.
- Programa de la Sociedad de la Información y el Conocimiento (2009) "Hacia la sociedad de la información y el conocimiento en Costa Rica". San José: UCR-PROSIC.
- Programa de la Sociedad de la Información y el Conocimiento (2014) "Hacia la sociedad de la información y el conocimiento en Costa Rica". San José: UCR-PROSIC.
- Red de Medios e Iniciativas de Comunicación Alternativa. (2013). "El mundo de la radiodifusión en Costa Rica: Lo que dice la ley y lo que sucede en la actualidad." San José: Voces Nuestras.
- Relatorías sobre Libertad de Expresión de la Organización de las Naciones Unidas, la Organización para la Cooperación y la Seguridad en Europa, la Organización de Estados Americanos y Comisión Africana de Derechos Humanos y Libertad de los Pueblos. (2007) "Declaración Conjunta sobre Diversidad en la Radiodifusión".
- Santos, Boaventura de Sousa (2007) "Dos democracias, dos legalidades: el presupuesto participativo en Porto Alegre, Brasil". En: Santos, Boaventura de Sousa y Rodríguez Garavito, César (editores). "El derecho y la globalización desde abajo. Hacia una legalidad cosmopolita", Barcelona: Antrhopos; México: UAM-Cuajimalpa (278:301).



Superintendencia General de Telecomunicaciones (2014) "Principales resultados del estudio sobre ocupación de la banda destinada a servicios de radiodifusión FM". Oficio N° 756-Sutel-DGC-2014.

Universidad de Costa Rica. (2010) "La televisión digital desde una perspectiva de derechos". San José: UCR-PROLEDI.



<b>C1107 Seminario de temas I</b>	
Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Seminario
Horas:	2 teoría, 1 práctica
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• C0005 Tendencias contemporáneas de los estudios en Comunicación</li> <li>• C0012 Construcción del objeto de investigación</li> <li>• C1021 Introducción a la Comunicación Social</li> </ul>
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Optativo

## DESCRIPCIÓN

Con la apertura de los cursos Seminario de temas se pretende crear un espacio flexible en el Plan de Estudios para el análisis, desarrollo e investigación de los más variados temas que la ECCC considere de interés (en el área de la Comunicación o cualquiera de las concentraciones) ya sea por su actualidad, su importancia en la agenda nacional y/o internacional y/o la vigencia o trascendencia de alguna(s) de sus manifestaciones sociales o profesionales.

El espacio que se abre con ambos seminarios le asegura flexibilidad y actualidad al Plan de Estudios. Por otra parte, también permite que la o el docente a cargo reflexione, desarrolle y profundice una temática de su interés de manera constructiva con un grupo de estudiantes, fortaleciendo así el vínculo entre docencia e investigación y, en algunos casos, también acción social.

Los seminarios podrán ser matriculados por las y los estudiantes de carrera como cursos optativos. La temática de cada Seminario será definida por la Dirección de la Unidad Académica en consulta con las comisiones de Docencia y de Investigación.

## OBJETIVO GENERAL

Que los y las estudiantes reflexionen e investiguen sobre la temática particular del seminario.



## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Reconocer por qué la temática es de interés para la Comunicación y/o alguna de las áreas de la ECCC.
2. Reconocer los antecedentes y el contexto de la temática.
3. Establecer las relaciones entre la temática del Seminario y otros cursos de la carrera.
4. Reconocer las y los principales autores que han escrito e investigado sobre el tema.
5. Realizar una investigación sobre el tema para contribuir con el desarrollo de la temática en Costa Rica.

## CONTENIDOS

Por definir, de acuerdo con la temática del curso.

## BIBLIOGRAFÍA

Por definir, de acuerdo con la temática del curso.

## C1108 Seminario de temas II

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Seminario
Horas:	2 teoría, 1 práctica
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"><li>• C0005 Tendencias contemporáneas de los estudios en Comunicación</li><li>• C0012 Construcción del objeto de investigación</li><li>• C1021 Introducción a la Comunicación Social</li></ul>
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Optativo

### DESCRIPCIÓN

Con la apertura de los cursos Seminario de temas se pretende crear un espacio flexible en el Plan de Estudios para el análisis, desarrollo e investigación de los más variados temas que la ECCC considere de interés (en el área de la Comunicación o cualquiera de las concentraciones) ya sea por su actualidad, su importancia en la agenda nacional y/o internacional y/o la vigencia o trascendencia de alguna(s) de sus manifestaciones sociales o profesionales.

El espacio que se abre con ambos seminarios le asegura flexibilidad y actualidad al Plan de Estudios. Por otra parte, también permite que la o el docente a cargo reflexione, desarrolle y profundice una temática de su interés de manera constructiva con un grupo de estudiantes, fortaleciendo así el vínculo entre docencia e investigación y, en algunos casos, también acción social.

Los seminarios podrán ser matriculados por las y los estudiantes de carrera como cursos optativos. La temática de cada Seminario será definida por la Dirección de la Unidad Académica en consulta con las comisiones de Docencia y de Investigación.

### OBJETIVO GENERAL

Que los y las estudiantes reflexionen e investiguen sobre la temática particular del seminario.



## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Reconocer por qué la temática es de interés para la Comunicación y/o alguna de las áreas de la ECCC.
2. Reconocer los antecedentes y el contexto de la temática.
3. Establecer las relaciones entre la temática del Seminario y otros cursos de la carrera.
4. Reconocer las y los principales autores que han escrito e investigado sobre el tema.
5. Realizar una investigación sobre el tema para contribuir con el desarrollo de la temática en Costa Rica.

## CONTENIDOS

Por definir, de acuerdo con la temática del curso.

## BIBLIOGRAFÍA

Por definir, de acuerdo con la temática del curso.



<b>C1112 Seminario de temas III</b>	
Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Seminario
Horas:	1 teoría, 2 práctica
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• C0005 Tendencias contemporáneas de los estudios en Comunicación</li> <li>• C0012 Construcción del objeto de investigación</li> <li>• C1021 Introducción a la Comunicación Social</li> </ul>
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Optativo

## DESCRIPCIÓN

Con la apertura de los cursos Seminario de temas se pretende crear un espacio flexible en el Plan de Estudios para el análisis, desarrollo e investigación de los más variados temas que la ECCC considere de interés (en el área de la Comunicación o cualquiera de las concentraciones) ya sea por su actualidad, su importancia en la agenda nacional y/o internacional y/o la vigencia o trascendencia de alguna(s) de sus manifestaciones sociales o profesionales.

El espacio que se abre con ambos seminarios le asegura flexibilidad y actualidad al Plan de Estudios. Por otra parte, también permite que la o el docente a cargo reflexione, desarrolle y profundice una temática de su interés de manera constructiva con un grupo de estudiantes, fortaleciendo así el vínculo entre docencia e investigación y, en algunos casos, también acción social.

Los seminarios podrán ser matriculados por las y los estudiantes de carrera como cursos optativos. La temática de cada Seminario será definida por la Dirección de la Unidad Académica en consulta con las comisiones de Docencia y de Investigación.

## OBJETIVO GENERAL

Que los y las estudiantes reflexionen e investiguen sobre la temática particular del seminario.



## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Reconocer por qué la temática es de interés para la Comunicación y/o alguna de las áreas de la ECCC.
2. Reconocer los antecedentes y el contexto de la temática.
3. Establecer las relaciones entre la temática del Seminario y otros cursos de la carrera.
4. Reconocer las y los principales autores que han escrito e investigado sobre el tema.
5. Realizar una investigación sobre el tema para contribuir con el desarrollo de la temática en Costa Rica.

## CONTENIDOS

Por definir, de acuerdo con la temática del curso.

## BIBLIOGRAFÍA

Por definir, de acuerdo con la temática del curso.

<b>C1113 Seminario de temas IV</b>	
Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Seminario
Horas:	1 teoría, 2 práctica
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"><li>• C0005 Tendencias contemporáneas de los estudios en Comunicación</li><li>• C0012 Construcción del objeto de investigación</li><li>• C1021 Introducción a la Comunicación Social</li></ul>
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Optativo

## DESCRIPCIÓN

Con la apertura de los cursos Seminario de temas se pretende crear un espacio flexible en el Plan de Estudios para el análisis, desarrollo e investigación de los más variados temas que la ECCC considere de interés (en el área de la Comunicación o cualquiera de las concentraciones) ya sea por su actualidad, su importancia en la agenda nacional y/o internacional y/o la vigencia o trascendencia de alguna(s) de sus manifestaciones sociales o profesionales.

El espacio que se abre con ambos seminarios le asegura flexibilidad y actualidad al Plan de Estudios. Por otra parte, también permite que la o el docente a cargo reflexione, desarrolle y profundice una temática de su interés de manera constructiva con un grupo de estudiantes, fortaleciendo así el vínculo entre docencia e investigación y, en algunos casos, también acción social.

Los seminarios podrán ser matriculados por las y los estudiantes de carrera como cursos optativos. La temática de cada Seminario será definida por la Dirección de la Unidad Académica en consulta con las comisiones de Docencia y de Investigación.

## OBJETIVO GENERAL

Que los y las estudiantes reflexionen e investiguen sobre la temática particular del seminario.



## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Reconocer por qué la temática es de interés para la Comunicación y/o alguna de las áreas de la ECCC.
2. Reconocer los antecedentes y el contexto de la temática.
3. Establecer las relaciones entre la temática del Seminario y otros cursos de la carrera.
4. Reconocer las y los principales autores que han escrito e investigado sobre el tema.
5. Realizar una investigación sobre el tema para contribuir con el desarrollo de la temática en Costa Rica.

## CONTENIDOS

Por definir, de acuerdo con la temática del curso.

## BIBLIOGRAFÍA

Por definir, de acuerdo con la temática del curso.

## C1109 Tendencias en comunicación I

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Seminario
Horas:	2 teoría, 1 práctica
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"><li>• C0005 Tendencias contemporáneas de los estudios en Comunicación</li><li>• C0012 Construcción del objeto de investigación</li><li>• C1021 Introducción a la Comunicación Social</li></ul>
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Optativo

### DESCRIPCIÓN

El presente Plan de Estudios consta de un importante componente de internacionalización. Los cursos Tendencias en Comunicación 1 y Tendencias en Comunicación 2 se crean como uno de los espacios para fortalecer la estrategia de internacionalización propuesta.

El curso Tendencias en Comunicación 1 es un curso de un crédito. Se pretende así que sea un curso que se pueda impartir en modalidad intensiva en diferentes alternativas horarias (según el ciclo y las necesidades del contexto), que cumpla con la normativa sobre el valor del crédito del Consejo Nacional de Rectores (CONARE). Así, el curso se podrá abrir en horario intensivo durante un bloque de cuatro semanas o menos de manera tal que las clases presenciales y el trabajo extra-clase sumen las 48 horas que requiere un curso de un crédito.

Se plantea, además, que el curso pueda impartirse ya sea en español o en un segundo idioma. En el marco de la estrategia de internacionalización propuesta, esto permitirá que:

1. Académicas y académicos extranjeros invitados por la ECCC (a través del programa de Académicos Visitantes de la Oficina de Asuntos Internacionales y Cooperación Externa OAICE y a través de otras posibilidades de intercambio) contribuyan de una manera más significativa, que trascienda una conferencia o un conversatorio, con los objetivos docentes del presente Plan de estudios.
2. Estudiantes de intercambio de universidades extranjeras puedan matricular el curso y compartir con estudiantes de la ECCC.
3. Estudiantes de la ECCC fortalezcan sus capacidades en un segundo idioma (cuando el curso sea impartido en éste).



La temática de cada edición del curso será definida por la Dirección de la Unidad Académica en consulta con la Comisión de Docencia y la Comisión de Investigación y en respuesta a oportunidades relacionadas, sobre todo, con la visita de académicos del extranjero; sin embargo, también se puede aprovechar el interés y la disponibilidad de profesionales y/o académicos nacionales para abarcar temáticas que complementen aquellas que ya son cubiertas por la oferta curricular de la ECCC.

Al igual que lo hacen los cursos Seminarios de temas 1 y 2, los cursos Tendencias en Comunicación 1 y 2 también fortalecen la creación de un espacio flexible en el Plan de Estudios para la discusión, desarrollo e investigación de los más variados temas que la ECCC considere de interés (en el área de la Comunicación o cualquiera de las concentraciones) ya sea por su actualidad, su importancia en la agenda nacional y/o internacional y/o la vigencia o trascendencia de alguna(s) de sus manifestaciones sociales o profesionales.

Ambos cursos de Tendencias en Comunicación (1 y 2) podrán ser matriculados por las y los estudiantes de carrera como cursos optativos.

## **OBJETIVO GENERAL**

Que los y las estudiantes reflexionen, investiguen y, en algunos casos, practiquen, en torno a la temática particular del curso Tendencias en Comunicación 1.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Reconocer por qué la temática es de interés para la Comunicación y/o alguna de las áreas de la ECCC.
2. Comprender los antecedentes y el contexto de la temática.
3. Establecer las relaciones entre la temática del curso y otros cursos de la carrera.
4. Reconocer las y los principales autores que han escrito e investigado sobre el tema.
5. Contribuir con el desarrollo de la temática en Costa Rica.

<b>C1110 Tendencias en comunicación II</b>	
Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Seminario
Horas:	2 teoría, 1 práctica
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"><li>• C0005 Tendencias contemporáneas de los estudios en Comunicación</li><li>• C0012 Construcción del objeto de investigación</li><li>• C1021 Introducción a la Comunicación Social</li></ul>
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Optativo

## DESCRIPCIÓN

El presente Plan de Estudios consta de un importante componente de internacionalización. Los cursos Tendencias en Comunicación 1 y Tendencias en Comunicación 2 se crean como uno de los espacios para fortalecer la estrategia de internacionalización propuesta.

El curso Tendencias en Comunicación 1 es un curso de un crédito. Se pretende así que sea un curso que se pueda impartir en modalidad intensiva en diferentes alternativas horarias (según el ciclo y las necesidades del contexto), que cumpla con la normativa sobre el valor del crédito del Consejo Nacional de Rectores (CONARE). Así, el curso se podrá abrir en horario intensivo durante un bloque de cuatro semanas o menos de manera tal que las clases presenciales y el trabajo extra-clase sumen las 48 horas que requiere un curso de un crédito.

Se plantea, además, que el curso pueda impartirse ya sea en español o en un segundo idioma. En el marco de la estrategia de internacionalización propuesta, esto permitirá que:

1. Académicas y académicos extranjeros invitados por la ECCC (a través del programa de Académicos Visitantes de la Oficina de Asuntos Internacionales y Cooperación Externa OAICE y a través de otras posibilidades de intercambio) contribuyan de una manera más significativa, que trascienda una conferencia o un conversatorio, con los objetivos docentes del presente Plan de estudios.
2. Estudiantes de intercambio de universidades extranjeras puedan matricular el curso y compartir con estudiantes de la ECCC.
3. Estudiantes de la ECCC fortalezcan sus capacidades en un segundo idioma (cuando el curso sea impartido en éste).



La temática de cada edición del curso será definida por la Dirección de la Unidad Académica en consulta con la Comisión de Docencia y la Comisión de Investigación y en respuesta a oportunidades relacionadas, sobre todo, con la visita de académicos del extranjero; sin embargo, también se puede aprovechar el interés y la disponibilidad de profesionales y/o académicos nacionales para abarcar temáticas que complementen aquellas que ya son cubiertas por la oferta curricular de la ECCC.

Al igual que lo hacen los cursos Seminarios de temas 1 y 2, los cursos Tendencias en Comunicación 1 y 2 también fortalecen la creación de un espacio flexible en el Plan de Estudios para la discusión, desarrollo e investigación de los más variados temas que la ECCC considere de interés (en el área de la Comunicación o cualquiera de las concentraciones) ya sea por su actualidad, su importancia en la agenda nacional y/o internacional y/o la vigencia o trascendencia de alguna(s) de sus manifestaciones sociales o profesionales.

Ambos cursos de Tendencias en Comunicación (1 y 2) podrán ser matriculados por las y los estudiantes de carrera como cursos optativos.

## **OBJETIVO GENERAL**

Que los y las estudiantes reflexionen, investiguen y, en algunos casos, practiquen, en torno a la temática particular del curso Tendencias en Comunicación 2.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Reconocer por qué la temática es de interés para la Comunicación y/o alguna de las áreas de la ECCC.
2. Comprender los antecedentes y el contexto de la temática.
3. Establecer las relaciones entre la temática del curso y otros cursos de la carrera.
4. Reconocer las y los principales autores que han escrito e investigado sobre el tema.
5. Contribuir con el desarrollo de la temática en Costa Rica.

## C1111 Comunicación, gestión del riesgo y procesos sociales

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Téorico-práctico
Horas:	2 teoría, 1 práctica
Requisitos:	• C1000 Comunicación y relaciones humanas
Tipo:	Bloque de cursos del énfasis de Comunicación Social Optativo

### DESCRIPCIÓN

Este curso denominado Comunicación, gestión del riesgo y procesos sociales introduce a las y los estudiantes en el análisis, discusión y aplicación de conceptos, experiencias y técnicas usadas en el abordaje de la comunicación para la gestión integral del riesgo.

Costa Rica, dada su geografía, tiene una condición multi amenaza por el impacto de inundaciones, deslizamientos, erupciones volcánicas y terremotos. Las amenazas se materializan en condiciones político económicas específicas y estas repercuten tanto en el impacto de estos fenómenos como en su posterior atención. Estas situaciones demandan que diversas instancias y disciplinas se integren para disminuir el impacto sobre la economía, el medio ambiente, la salud, la infraestructura y principalmente sobre las personas que conviven con el riesgo.

La importancia del curso para la carrera radica en que las y los estudiantes se apropien de conocimientos y competencias que les permita visualizar la importancia que tiene la comunicación en estos eventos, así como la necesidad de planificar y ejecutar acciones de comunicación en el marco de los procesos más generales de planificación del desarrollo y de las diferentes etapas de la gestión del riesgo, tanto de manera previa a la ocurrencia de un desastre como, y de manera especial, en el manejo durante y posterior a la ocurrencia de una emergencia.

Además, el curso pretende dejar sentadas las bases para el diseño de los procesos de comunicación que partan del análisis de la percepción del riesgo según los antecedentes históricos, económico-sociales, políticos y culturales, relacionados con las necesidades y valores de la población expuesta al riesgo, para facilitar el desarrollo de efectivas estrategias de comunicación social del riesgo a desastres.

El curso también busca entender el vínculo entre la condición de vulnerabilidad a sufrir los efectos de los desastres, las propuestas de desarrollo y las condiciones sociales específicas.

## OBJETIVO GENERAL

Que las y los estudiantes comprendan el rol de la comunicación social en la reducción del riesgo, entendido como un proceso permanente en el quehacer humano que se desarrolla en condiciones político económicas específicas, para evitar que se presenten los desastres, o bien, mitigar sus efectos.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

- Conocer los conceptos básicos de la gestión del riesgo y el contexto de las políticas nacionales e internacionales en la temática.
- Entender la relación entre la vulnerabilidad a sufrir los efectos de los desastres, las propuestas de desarrollo y la condición social.
- Definir el rol de la comunicación social en la reducción del riesgo y de la mitigación de sus efectos.
- Promover estrategias de comunicación para aplicar el conocimiento técnico y científico en la reducción y prevención de los desastres.
- Propiciar procesos de comunicación que permitan la comprensión del riesgo por parte de personas y grupos susceptibles de sufrir las consecuencias de desastres.
- Definir los principios básicos para el manejo de la comunicación en momentos de emergencia.

## CONTENIDOS

- La gestión del riesgo: conceptos básicos y contexto mundial
- El riesgo y las propuestas de desarrollo.
- La comunicación social del riesgo.
- La percepción del riesgo y la efectividad de los planes de comunicación.
- La comunicación del riesgo en períodos de normalidad.
- Crisis climática e impactos sociales.
- Obstáculos en la comunicación efectiva del riesgo.
- La comunicación en situaciones de emergencia o desastre.
- Comunicación y organización para enfrentar el riesgo y las consecuencias de los desastres.

- Funciones y relación entre las oficinas de comunicación y los medios de comunicación en momentos de emergencia.

## BIBLIOGRAFÍA

- Ardevol, -Abreu, Alberto y Toledano, Samuel. (2013) Los Medios ante las catástrofes y la crisis humanitaria. Propuestas para la función social del periodismo. Tenerife. Recuperado desde [https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art\\_id=465](https://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=465)
- Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y la Media Luna Roja. (2015) Estrategia de Comunicación Regional. Comunidades que se comunican y comparten información son comunidades más resilientes.
- Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y la Media Luna Roja. (2014). Guías para una Comunicación Efectiva en Gestión del Riesgo.
- Federación Internacional de Sociedades de la Cruz Roja y la Media Luna Roja (2014) Estudio de usuarios finales y sistematización de herramientas de Reducción del Riesgo de Desastres (RRD) en América del Sur.
- Mora, Sergio y Rosales, Vanessa. (2012) La sentencia de L'AQUILA: ¿La ciencia en el banquillo de los acusados?
- Narváez, Lizando, Lavell, Allan y Pérez Gustavo. (2009). La Gestión del Riesgo de Desastres. Un enfoque basado en procesos. Secretaría General de la Comunidad Andina.
- Navarro Díaz, L. (2008). Aproximación a la comunicación social desde el paradigma crítico. Una Mirada a la Comunicación afirmadora de la diferencia. Investigación & Desarrollo. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=26816207>
- Pont C. (2013) Comunicar las emergencias. Actores, protocolos y nuevas tecnologías. España: UOC.
- Sánchez C. (2012) Comunicación, emergencias y desastres: Periodismo Ciudadano Digital. Haití: UNICARIBE.
- Ulloa U. (2011) Manual de gestión del riesgo de desastre para comunicadores sociales. Perú: UNESCO.
- Uranga, Washington. (2007). Mirar desde la Comunicación. Buenos Aires.
- Uranga, Washington. (2012). Perspectivas de la Comunicación. Cuadernos de cátedra No. 2. Buenos Aires: Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP.



## **CURSOS OPTATIVOS - TALLERES DE APRENDIZAJE EXPERIENCIAL**

## C0103 Taller de aprendizaje experiencial en Canal 15

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-Práctico
Horas:	3 teórico prácticas
Requisitos:	<ul style="list-style-type: none"><li>• C0010 Introducción a la producción de televisión y vídeo</li></ul>
Tipo:	Optativo

### DESCRIPCIÓN

El nuevo plan de estudios que propone la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva ha incorporado en forma transversal una estrecha relación del desarrollo de los diversos cursos en consonancia con las características de la realidad productiva que le permita a la y el estudiante tener una visión más cercana de lo que acontece en la vida profesional y, por tanto, su inserción laboral sea un proceso más fluido. Esta relación se verá fortalecida de varias maneras, por una parte promoviendo el desarrollo de la investigación, por otra promoviendo el acercamiento de representantes de empleadores a la dinámica particular de los cursos y, de otra manera, promoviendo el aprendizaje experiencial como motor de desarrollo de habilidades técnicas y profesionales que enriquezcan en el perfil de salida de la población egresada.

En este marco, el Taller de Aprendizaje Experiencial en el Canal 15 permitirá que las y los estudiantes se incorporen de forma activa a procesos de producción televisiva en sus diversas etapas, asumiendo retos y desafíos propios del desempeño profesional y bajo la supervisión de una persona tutora, quien, además de favorecer el aprendizaje práctico, rendirá cuenta de la calidad del trabajo desarrollado que facultaría a la o el estudiante a obtener los créditos de dicho taller. Esto implica, lógicamente, que el desarrollo de las actividades profesionales de la o el estudiante deberá ser sometido a evaluación bajo estándares claros y previamente definidos por parte de la ECCC, el Canal 15 en general y del tutor o tutora asignado en particular.

Así, el curso busca:

1. Asegurar el desarrollo de habilidades profesionales mediante la incorporación de las y los estudiantes a procesos de producción y trabajo de la realidad productiva.
2. Promover las capacidades de gestión de la producción a través de la asignación de proyectos de producción previamente determinados, que estén bajo responsabilidad del o la estudiante y supervisados por una persona del centro de trabajo que asume su tutoría.



3. Facilitar el desarrollo de habilidades creativas mediante la asignación de proyectos y tareas cuyos desafíos de feliz término dependan de estas capacidades del o la estudiante.
4. Asegurar que el o la estudiante logre concluir el taller con un producto que sea parte de su carpeta de presentación profesional.

## OBJETIVOS GENERALES

Que los y las estudiantes se incorporen a los procesos de producción televisiva del Canal 15 y desarrollen, a través del aprendizaje experiencial, las habilidades técnicas y profesionales necesarias para un buen desempeño en televisión.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Conocer la dinámica de trabajo, operación y funcionamiento de un medio de comunicación, concretamente, un canal de televisión.
2. Reconocer las habilidades profesionales necesarias para el trabajo en producción televisiva y, concretamente, en un canal de televisión.
3. Mejorar sus capacidades de gestión, manejo del tiempo, trabajo bajo presión, trabajo en equipo y trabajo con presupuestos (limitados).
4. Fortalecer el desarrollo de sus habilidades creativas.
5. Desarrollar un producto que sea parte de su carpeta de presentación profesional.

## CONTENIDOS

- Asignación de proyecto de producción televisiva en Canal 15.
- Desglose de funciones y tareas en relación con el proyecto asignado.
- Memorandum de asignación y presentación al personal del Canal 15.
- Pre-producción (Bitácora)
- Producción (Bitácora)
- Post-producción (Bitácora)
- Validación y Evaluación (Bitácora)



## METODOLOGÍA

En el caso del taller de aprendizaje experiencial desarrollado en el Canal 15, la población estudiantil que quiera acceder al mismo tiene las siguientes opciones:

- Producir promociones y mantenimientos de planta de la programación del Canal 15, para lo cual se le asignaría un proyecto que indicaría la programación que debe abarcar en este esfuerzo de divulgación.
- Elaborar reportajes, cápsulas y avances informativos que se constituyan en productos televisivos de corta duración cuya producción sea posible realizar en forma autónoma a la línea de producción de la temporada televisiva que desarrolla el Canal 15, aunque dichos productos se inserten tanto en los programas regulares como en la programación especial. La meta en esta modalidad es de al menos 4 horas por semana presenciales en el centro de trabajo para poder asegurar la grabación y la postproducción de al menos 8 productos por semestre.
- Realizar asistencia de producción para las grabaciones en estudio que implica la convocatoria de invitadas e invitados con documentación que lo certifique, organización de la grabación (producción de campo), logística de la grabación en estudio. (Generalmente los programas pregrabados se realizan cada 15 días por un total de 4 horas de grabación de manera que en un semestre esta asistencia de producción por semana sería de 3 horas efectivas por 16 semanas) Naturaleza de las funciones: convocatoria a invitadas e invitados especiales, logística de ingreso a la Universidad, confirmación de asistencia, recibimiento, maquillaje y organización del trabajo previo a la grabación.
- Otros proyectos. El medio puede asignarle al taller varias formas de articular un nuevo proyecto de producción y transmisión (televisivo y web) de manera que las y los estudiantes puedan asumir en forma parcial cada quien el desarrollo del proyecto.



## EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación serán precisados para cada proyecto en concordancia con la naturaleza de las funciones y tareas asignadas en el Taller de Aprendizaje Experiencial. Estos serán el resultado de un consenso entre el o la profesora que la ECCC asigne al Taller de Aprendizaje Experiencial en su condición de coordinador(a) de las y los tutores del Canal 15 asignados por la dirección del Canal.

La evaluación constará de tres fases: Evaluación exante que busca identificar el perfil de entrada del o la estudiante, la evaluación durante que medirá indicadores de rendimiento y la evaluación expost que medirá el perfil de salida y por ende las habilidades y destrezas desarrolladas durante el taller.

## BIBLIOGRAFÍA

Por definir.



## C0104 Taller de aprendizaje experiencial en el Sistema Radiofónico UCR

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-Práctico
Horas:	3 teórico prácticas
Requisitos:	• C0011 Producción básica de audio
Tipo:	Optativo

### DESCRIPCIÓN

El nuevo plan de estudios que propone la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva ha incorporado en forma transversal una estrecha relación del desarrollo de los diversos cursos en consonancia con las características de la realidad productiva que le permita a la y el estudiante tener una visión más cercana de lo que acontece en la vida profesional y, por tanto, su inserción laboral sea un proceso más fluido. Esta relación se verá fortalecida de varias maneras, por una parte promoviendo el desarrollo de la investigación, por otra promoviendo el acercamiento de representantes de empleadores a la dinámica particular de los cursos y, de otra manera, promoviendo el aprendizaje experiencial como motor de desarrollo de habilidades técnicas y profesionales que enriquezcan en el perfil de salida de la población egresada.

En este marco, el Taller de Aprendizaje Experiencial en el Sistema Radiofónico UCR permitirá que las y los estudiantes se incorporen de forma activa a procesos de producción radiofónica en sus diversas etapas, asumiendo retos y desafíos propios del desempeño profesional y bajo la supervisión de una persona tutora, quien, además de favorecer el aprendizaje práctico, rendirá cuenta de la calidad del trabajo desarrollado que facultaría a la o el estudiante a obtener los créditos de dicho taller. Esto implica, lógicamente, que el desarrollo de las actividades profesionales de la o el estudiante deberá ser sometido a evaluación bajo estándares claros y previamente definidos por parte de la ECCC, la dirección del Sistema Radiofónico y del tutor o tutora asignada.

Así, el curso busca:

- 1.-Asegurar el desarrollo de habilidades profesionales mediante la incorporación de las y los estudiantes a procesos de producción y trabajo de la realidad productiva.



2.-Promover las capacidades de gestión de la producción a través de la asignación de proyectos de producción previamente determinados, que estén bajo responsabilidad del o la estudiante y supervisados por una persona del centro de trabajo que asume su tutoría.

3.-Facilitar el desarrollo de habilidades creativas mediante la asignación de proyectos y tareas cuyos desafíos de feliz término dependan de estas capacidades del o la estudiante.

4.-Asegurar que el o la estudiante logre concluir el taller con un producto que sea parte de su carpeta de presentación profesional.

## OBJETIVOS GENERALES

Que los y las estudiantes se incorporen a los procesos de producción radiofónica del Sistema Radiofónico UCR y desarrollen, a través del aprendizaje experiencial, las habilidades técnicas y profesionales necesarias para un buen desempeño en radio.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Conocer la dinámica de trabajo, operación y funcionamiento de un medio de comunicación, concretamente, una estación de radio.
2. Reconocer las habilidades profesionales necesarias para el trabajo en producción radiofónica y, concretamente, en una estación de radio.
3. Mejorar sus capacidades de gestión, manejo del tiempo, trabajo bajo presión, trabajo en equipo y trabajo con presupuestos (limitados).
4. Fortalecer el desarrollo de sus habilidades creativas.
5. Desarrollar un producto que sea parte de su carpeta de presentación profesional.

## CONTENIDOS

- Asignación de proyecto de producción radiofónica en una de las estaciones del Sistema Radiofónico UCR.
- Desglose de funciones y tareas en relación con el proyecto asignado.
- Memorandum de asignación y presentación al personal del Sistema Radiofónico.
- Pre-producción (Bitácora)



- Producción (Bitácora)
- Post-producción (Bitácora)
- Validación y Evaluación (Bitácora)

## METODOLOGÍA

En el caso del taller de aprendizaje experiencial desarrollado en el Sistema Radiofónico UCR, la población estudiantil que quiera acceder al mismo tiene las siguientes opciones:

- Producir promociones y mantenimientos de planta de la programación de las estaciones (varias o una de ellas) del Sistema, para lo cual se le asignaría un proyecto que indicaría la programación que debe abarcar en este esfuerzo de divulgación.
- Elaborar reportajes, notas y avances informativos que se constituyan en productos radiofónicos de corta duración cuya producción sea posible realizar en forma autónoma a la línea de producción de la estación, aunque dichos productos se inserten tanto en los programas regulares como en la programación especial.
- Realizar asistencia de producción para las grabaciones en estudio que implica la convocatoria de invitadas e invitados con documentación que lo certifique, organización de la grabación (producción de campo), logística de la grabación en estudio. Naturaleza de las funciones: convocatoria a invitadas e invitados especiales, logística de ingreso a la Universidad, confirmación de asistencia, recibimiento, maquillaje y organización del trabajo previo a la grabación.
- Otros proyectos. El medio puede asignarle al taller varias formas de articular un nuevo proyecto de producción y transmisión (radiofónico y web) de manera que las y los estudiantes puedan asumir en forma parcial cada quien el desarrollo del proyecto.



## EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación serán precisados para cada proyecto en concordancia con la naturaleza de las funciones y tareas asignadas en el Taller de Aprendizaje Experiencial. Estos serán el resultado de un consenso entre el o la profesora que la ECCC asigne al Taller de Aprendizaje Experiencial en su condición de coordinador(a) de las y los tutores del Sistema RAdiofónico asignados por la dirección de éste.

La evaluación constará de tres fases: Evaluación exante que busca identificar el perfil de entrada del o la estudiante, la evaluación durante que medirá indicadores de rendimiento y la evaluación expost que medirá el perfil de salida y por ende las habilidades y destrezas desarrolladas durante el taller.

## BIBLIOGRAFÍA

Por definir.



# **CURSOS OPTATIVOS - CURSOS DE ACTUALIZACIÓN INTERDISCIPLINARIOS**

## C0038 Comunicación y actualidad I

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-Práctico
Horas teóricas:	2 teoría - 1 práctica
Requisitos:	• C0001 Introducción a la Comunicación
Tipo:	Optativo

### DESCRIPCIÓN

La Comunicación es un área en constante evolución y actualización, por lo que se hacen necesarios algunos espacios que permitan avanzar en el campo más allá de lo posible en los cursos establecidos de manera ordinaria en el plan de estudios vigente.

Los cursos de Comunicación y Actualidad I, II y III permiten una profundización en temas específicos relevantes para el desarrollo académico y profesional que sean de actualidad en el contexto nacional e internacional.

Los tres cursos son optativos, por lo que podrán definirse los temas y abrirse de manera puntual antes de las necesidades identificadas por la Coordinación de Bloque Común en consulta con la Comisión de Docencia y la Dirección de la Unidad Académica.

Este espacio también permite una vinculación con otros énfasis, la investigación y la acción social, según el tema y la metodología adoptada en cada ocasión.

### OBJETIVOS GENERALES

Que los y las estudiantes reflexionen e investiguen sobre la temática particular del curso de actualización.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Reconocer por qué la temática es de interés para la Comunicación y/o alguna o algunas de las áreas de la ECCC.



2. Reconocer los antecedentes y el contexto de la temática.
3. Establecer relaciones entre la temática del curso y otros contenidos vistos en la carrera.
4. Realizar una investigación o proyecto profesional que sea valioso para el desarrollo del tema en Costa Rica.

## **CONTENIDOS**

Dependerán del tema de actualidad seleccionado.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Dependerá del tema de actualidad seleccionado.

## C0039 Comunicación y actualidad II

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-Práctico
Horas:	2 teoría - 1 práctica
Requisitos:	• C0001 Introducción a la Comunicación
Tipo:	Optativo

### DESCRIPCIÓN

La Comunicación es un área en constante evolución y actualización, por lo que se hacen necesarios algunos espacios que permitan avanzar en el campo más allá de lo posible en los cursos establecidos de manera ordinario en el plan de estudios vigente.

Los cursos de Comunicación y Actualidad I, II y III permiten una profundización en temas específicos relevantes para el desarrollo académico y profesional que sean de actualidad en el contexto nacional e internacional.

Los tres cursos son optativos, por lo que podrán definirse los temas y abrirse de manera puntual antes las necesidades identificadas por la Coordinación de Bloque Común en consulta con la Comisión de Docencia y la Dirección de la Unidad Académica.

Este espacio también permite una vinculación con otros énfasis, la investigación y la acción social, según el tema y la metodología adoptada en cada ocasión.

### OBJETIVOS GENERALES

Que los y las estudiantes reflexionen e investiguen sobre la temática particular del curso de actualización.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Reconocer por qué la temática es de interés para la Comunicación y/o alguna o algunas de las áreas de la ECCC.



2. Reconocer los antecedentes y el contexto de la temática.
3. Establecer relaciones entre la temática del curso y otros contenidos vistos en la carrera.
4. Realizar una investigación o proyecto profesional que sea valioso para el desarrollo del tema en Costa Rica.

## **CONTENIDOS**

Dependerán del tema de actualidad seleccionado.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Dependerá del tema de actualidad seleccionado.

## C0040 Comunicación y actualidad III

Créditos	3
Enfoque pedagógico:	Teórico-Práctico
Horas:	2 teoría - 1 práctica
Requisitos:	• C0001 Introducción a la Comunicación
Tipo:	Optativo

### DESCRIPCIÓN

La Comunicación es un área en constante evolución y actualización, por lo que se hacen necesarios algunos espacios que permitan avanzar en el campo más allá de lo posible en los cursos establecidos de manera ordinario en el plan de estudios vigente.

Los cursos de Comunicación y Actualidad I, II y III permiten una profundización en temas específicos relevantes para el desarrollo académico y profesional que sean de actualidad en el contexto nacional e internacional.

Los tres cursos son optativos, por lo que podrán definirse los temas y abrirse de manera puntual antes las necesidades identificadas por la Coordinación de Bloque Común en consulta con la Comisión de Docencia y la Dirección de la Unidad Académica.

Este espacio también permite una vinculación con otros énfasis, la investigación y la acción social, según el tema y la metodología adoptada en cada ocasión.

### OBJETIVOS GENERALES

Que los y las estudiantes reflexionen e investiguen sobre la temática particular del curso de actualización.

### OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el o la estudiante estará en capacidad de:

1. Reconocer por qué la temática es de interés para la Comunicación y/o alguna o algunas de las áreas de la ECCC.



2. Reconocer los antecedentes y el contexto de la temática.
3. Establecer relaciones entre la temática del curso y otros contenidos vistos en la carrera.
4. Realizar una investigación o proyecto profesional que sea valioso para el desarrollo del tema en Costa Rica.

## **CONTENIDOS**

Dependerán del tema de actualidad seleccionado.

## **BIBLIOGRAFÍA**

Dependerá del tema de actualidad seleccionado.