

#### I-OBJETIVOS:

- Aproximar a los alumnos al estudio de la historia de la Comunicación y la Tecnología.
- Comprender la incidencia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en las prácticas culturales de las sociedades contemporáneas.
- Analizar los cambios producidos por la Web 2.0 y las redes sociales en las formas de intercambio y producción cultural.

#### II-CONTENIDO:

##### **Unidad I:**

Fundamentos filosóficos de la comunicación. Principales modelos y paradigmas comunicacionales. Tecnologías del conocimiento y la sociabilidad. La imprenta de Gutenberg en los albores de la modernidad. Las sociedades industriales del siglo XIX. Mundialización de las comunicaciones. El valor de la información. Correo, telégrafo, diarios, teléfono. Cultura de la imagen: cine y televisión. Las primeras máquinas inteligentes.

##### **Bibliografía:**

- Burke, Peter y Asa Briggs. De Gutenberg a internet. Una historia social de los medios de comunicación. Editorial Taurus. México 2008.
- Barbier Frédéric y Bertho Lavenir Catherine. Historia de los medios. De Diderot a internet. Ediciones Colihue. Buenos Aires, 1999.
- McLuhan, Marshall. La galaxia gutemberg. Galaxia Gutemberg. España, 1998.

## **Unidad 2:**

Cambios en la comunicación con la emergencia de las tecnologías digitales. Características los “nuevos medios”. Cultura digital: de lo analógico a lo binario. La interactividad y su campo semántico. Del uno-a-muchos al muchos-a-muchos. Cultura de la convergencia. De las mediaciones a las hipermediaciones.

## **Bibliografía obligatoria:**

- Manovich, Lev. El lenguaje de los nuevos medios. Editorial Paidós. España 2005.
- Scolari, Carlos. Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Editorial Gedisa. España 2008.
- Jenkins, Henry. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Convergence Culture. Editorial Paidós. España 2006.

## **Unidad 3: Comunicación 2.0: cultura de la participación y producción en red.**

Ciberespacio e inteligencia colectiva. Web 2.0 y sus aplicaciones más representativas. El impacto en los medios. Producción Par a Par. La centralidad de los usuarios. Producción colaborativa de contenidos: blogs, wikis, folksonomías. Tecnologías de la afectividad: las redes sociales. Tecnología móvil y Cultura de la participación. El modelo Google. Gestión de datos algorítmica: el page rank. La comunicación corporativa en el escenario contemporáneo.

---

**Bibliografía obligatoria:**

- Scolari, Carlos. Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Editorial Gedisa. España 2008.
- Piscitelli, Alejandro. *Internet, la imprenta del siglo XXI*. España 2005.
- Pierre Levy. Inteligencia colectiva. Sitio Web:  
<http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/channel.php?lang=es&channel=8>
- Tim O`Reilly. Qué es la web 2.0. Sitio Web:  
<http://sociedaddelainformacion.telefonica.es/jsp/articulos/detalle.jsp?elem=2146>

**III-METODOLOGÍA**

La mecánica de trabajo será teórica práctica. Los contenidos de cada unidad del programa serán desarrollados en exposiciones teóricas con apoyo en material audiovisual, y por trabajos de producción de textos y audiovisuales que permitirá evaluar el seguimiento de los temas del programa. Además, las herramientas de producción de contenidos en la web estudiadas, como son los blogs, serán las plataformas de trabajo personal que tendrá una actualización semanal, donde se trabajará con una diversidad de lenguajes y medios.

**IV-CRITERIOS DE EVALUACIÓN**

De acuerdo con las pautas establecidas por la Universidad de Belgrano, los alumnos deberán aprobar un examen parcial y los trabajos prácticos solicitados para estar en condiciones de rendir el examen final, cuya modalidad será oral. Asimismo deberán cumplir con el 75 % de asistencia al curso.