



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
COMISIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO



Datos de Identificación del Programa

Denominación:	Imagen y Comunicación en la Sociedad Red		
Código:	U.C.: 3	H/S:	3 Horas
Área:	Maestría en Comunicación Social		
Prelación:			
Tipología: Profesional (Seminarios/ Electivas)	Nivel: Cuarto	Tipo de Curso: Electivo / Curso de Ampliación	
Autor (es):	Johanna Pérez Daza		

Aprobación

Sello

<p>Fundamentación:</p>	<p>Esta temática aborda la compleja relación entre las llamadas nuevas tecnologías de la comunicación y la información (informática, telemática, telecomunicaciones electrónicas, video) y la sociedad. La idea es estudiar el objeto comunicacional en su multiplicidad fenoménica, a partir de la filosofía de la tecnología, la historia de la ciencia y la tecnología, la antropología, la sociología, la semiótica y las teorías sobre las mediaciones comunicativas. El nuevo paradigma científico y el pensamiento posmoderno son también abrevaderos importantes. Esta perspectiva teórica es el punto de partida para abordar problemas específicos y concretos: las nuevas posibilidades de emisión y participación, la convergencia tecnológica, los usos, apropiaciones y representaciones sociales de las tecnologías, el control social y el carácter sui géneris del lenguaje de Internet.</p>
<p>Objetivos:</p>	<p>Objetivo General: Analizar el papel de la imagen y la información visual en los procesos comunicacionales presentes en la Sociedad Red.</p>
<p>Contenidos:</p>	<p>La asignatura se desarrollará en diez (10) unidades temáticas, las cuales de especifican a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Unidad 1: Imagen, Información y Tecnología • Unidad 2: Lenguaje visual, análisis de la imagen y el discurso • Unidad 3: Representaciones y narrativas visuales • Unidad 4: Circulación, difusión y apropiación de imágenes • Unidad 5: Discusiones y debates: Entre la ética y la estética • Unidad 6: La imagen en la sociedad red ¿Sobreadundancia, banalización o sobrevivencia? Darwinismo tecnológico y comunicación visual • Unidad 7: Imagen y memoria • Unidad 8: Cultura visual-digital • Unidad 9: Diseño de la información: la imagen en los medios de comunicación • Unidad 10: Imagen y poder
<p>Metodologías y Estrategias:</p>	<p>Toda vez que el Seminario se concibe tanto como un espacio para el estudio y la reflexión sobre la investigación, como un momento de acompañamiento en el proceso de diseño del proyecto de trabajo de grado, se utilizarán diversas herramientas y estrategias de aprendizaje privilegiando las de carácter analítico y colaborativo.</p> <p>Está dividido en tres módulos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentación de las diversas Líneas de Investigación por parte de los investigadores del Área de Comunicación Social. 2. Introducción a la formulación de un proyecto de trabajo de grado. 3. Elaboración, presentación y evaluación del proyecto de trabajo de grado. <p>Conjuntamente se ejecutarán las siguientes estrategias didácticas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exposición Didáctica • Talleres

	<ul style="list-style-type: none"> • Conferencias <p>Tertulias y Conversatorios</p>
Recursos:	Pizarrón y Marcadores, Video Beam, Presentaciones, Diapositivas.
Evaluación:	<p>La evaluación es tanto formativa como sumativa, por ende es de carácter continuo y acumulativo, tanto en lo cualitativo como en lo cuantitativo; consta diversos instrumentos y porcentajes que conforman una calificación final.</p> <p>Participación reflexiva y documentada: 10%</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ejercicios individualizados: 20% - Exposición: 30% - Ensayo: 40%
Bibliografías:	<ul style="list-style-type: none"> • Barthes, R. (1997). La Cámara Lúcida, Nota sobre la fotografía. Paidós Comunicación, España • Benjamin, W. (1994). Pequeña historia de la fotografía. En: Discursos Interrumpidos. Barcelona: Planeta • Berger, J. (1998). Usos de la fotografía. En Mirar. Ediciones de la Flor. Buenos Aires, Argentina • Castells, M. (2009). Comunicación y Poder. Alianza Editorial. Madrid, España • Cartier-Bresson, H. (2003). Fotografía del Natural. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, España • Dubois, P. (1986). El Acto Fotográfico. De la Representación a la Recepción. Paidós Comunicación. España • Fontcuberta, J. (1998). El beso de Judas. Fotografía y Verdad. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, España • Fontcuberta, J. (2010). La cámara de Pandora. La fotografía después de la fotografía. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, España • Fontcuberta, J. (2011). Por un manifiesto posfotográfico. La Vanguardia.com Disponible en: http://www.lavanguardia.com/cultura/20110511/54152218372/por-un-manifiesto-posfotografico.html • Garrido, N. (2013). Detrás de la cámara hace falta una persona pensante. Entrevista. Diario El Nacional. Disponible en: http://m.el-nacional.com/nota/130189169.html • González, I. (2009). La infografía, una nueva forma de comunicar. Disponible en: http://www.catedratecno1.com.ar/pdf-apuntes/infografia.pdf • Legido, M. (2006). Muerte de la fotografía referencial de la imagen fotográfica como representación a la imagen fotográfica como herramienta discursiva: Tesis Doctoral. Universidad Complutense de Madrid • Lister, M. (2011). ¿Demasiadas fotografías? La fotografía como contenido generado por el usuario. En: AdComunica 2, 25-41 • Instagram (2013). Instagram Today: 100 Million People. Disponible en: http://blog.instagram.com/post/44078783561/100-million • McLuhan, M. y Fiore, Q. (1967). The medium is the message: An inventory of effects. Nueva York: Bantam. • O'Reilly, T. (2004). Qué es Web 2.0. Patrones del diseño y modelos del negocio para la siguiente generación del software http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html • Orozco, G. (2010). "Múltiples maneras de estar en lo comunicativo: espectadores, audiencias y usuarios". En: Comunicación 151, 27-32. Centro Gumilla, Caracas

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none">• Sontag, S. (1992). Sobre la Fotografía. Ed. Edhasa. Barcelona• Soulages, F. (2009). Malestar en la fotografía. Escritura E Imagen, 5, 239 - 255.• Valero, J, (2001). La infografía: técnicas, análisis y usos periodísticos. Ediciones Universitat de València. |
|--|---|