

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN II

CLASE SEIS

Tema: Comunicación social.

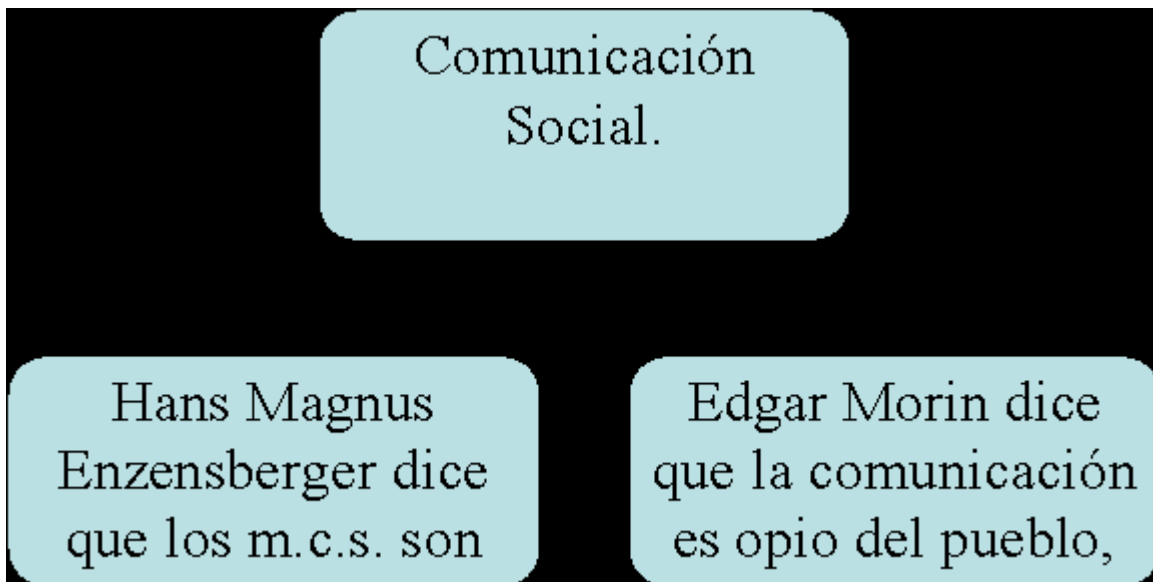
OBJETIVO.

El alumno revisará y comprenderá la definición de comunicación social, así como sus implicaciones en el sistema de comunicación humano.

INTRODUCCIÓN.

Comunicación Social es un campo de estudios interdisciplinarios que investigan la información y la expresión, los medios de difusión masivos y las industrias culturales. Sus conceptos teóricos provienen primordialmente de la sociología, la psicología social y la semiología o semiótica. En el campo de la práctica estos conocimientos se usan en el periodismo, la opinión pública, la publicidad, la mercadotecnia y las relaciones públicas e institucionales.

MAPA CONCEPTUAL



DESARROLLO.

Comunicación social.

La comunicación social es un campo de estudio que explora principalmente las áreas de la información que puede ser percibida, transmitida y entendida, así como el impacto que puede tener en la sociedad. De este modo, el estudio de la comunicación social es política y socialmente más complejo que el simple estudio de la comunicación, aun manteniendo la consideración anterior.

Tiene como fuente en la palabra latina “comunicare” que significa poner en común. El concepto de que sirve una gran variedad de ciencias para definir, cada quien en su campo, una infinidad de fenómenos distintos, todos aquellos de naturaleza parecida que explica en su raíz etimológica.

Aparte de su popularización, llegó a ser el término preferido de los documentos de la Iglesia Católica cuando esta se refiere a los medios de comunicación social o a los medios masivos. Esto tiene la ventaja de una connotación mayor en donde toda comunicación es social, pero no toda la comunicación es "masiva". En efecto, aunque ambos términos son utilizados de manera sinónima, el término "comunicación social" fue utilizado por primera vez en los documentos del Concilio Vaticano II y especialmente en el Decreto Inter Mirifica, sobre los medios de comunicación social (1963), proclamado por el Papa Pablo VI.

Hans Magnus Enzensberger

Los Medios de comunicación son el producto del desarrollo industrial. Se crean nuevas formas de control de las conciencias. Manipulación: Tratamiento de un material dado con una meta particular en la mente.

Este autor habla de la Industria de la manipulación de la conciencia:

1. En lo filosófico: Se suprime el imperio de la religión.
2. En lo Político: Que cada individuo piense que tiene el derecho de decidir su destino.
3. En lo Económico: Que se haya logrado que el nivel de vida aumente.
4. En lo tecnológico: Que existan bases para la difusión de las ideas se masiva.

Enzensberger dice que este control en unos cuantos busca el control de las masas.

- Uso Represivo de los medios Masivos.
- Programación Controlada Centralmente.
- Un transmisor, muchos receptores.
- Inmovilización de los seres aislados.
- Conducta Pasiva del Consumidor.
- Despolitización.
- Producción a cargo de Especialistas.
- Control de capitalistas o de la burocracia.

- Uso Liberador de los Medios de Comunicación.
- Programación Descentralizada.
- Cada Receptor es un transmisor potencial.
- Movilización de las masas.
- Interacción de los involucrados.
- Un proceso de enseñanza política.
- Producción Colectiva.
- Control social por medio de una organización autónoma.

Ejemplo:

La televisión que existe en nuestro país que esta manejada por solo dos familias y que existe estricto control por parte del gobierno Federal para mantener un control de la clase media baja y baja que es la mayor parte que existe en México. Los noticieros de televisión abierta son los voceros oficiales de la Presidencia de la República donde solo se da a conocer algunos hechos que suceden en la vida diaria de la capital.

Punto de Vista: Lo que expone Enzensberger en su teoría está muy apegado a la realidad principalmente en los países sub-desarrollados donde el control de las masas es muy importante para mantener a algunas cuantas personas en el poder y así no enfrentar problemas de levantamientos sociales en la zona que ellos gobiernan.

Edgar Morin.

- La comunicación es no es una cultura verdadera si no un opio para el pueblo.
- La emisión del mensaje no depende de una sola persona si no se fabrica colectivamente.
- Los medios de comunicación son negocios que buscan ganancias.
- Vendiendo diversión.
- Al público lo que quiera es decir parte de la visión burda que el público hacen los medios.

Ejemplo:

En los últimos días surgió la problemática que si sale al aire o no el programa Big Brother. La Organización Nacional de padres de familia se opone rotundamente a que salgan al aire la vida de seis jóvenes en una casa. Patrocinadores del programa están dispuestos a sacar su publicidad en este espacio, pero Televisa que organiza el programa hará una encuesta y si los jóvenes están de acuerdo lo sacaran. México es un país de jóvenes no preparados.

Punto de Vista: Efectivamente el medio da al público lo que pide y hay que recordar que antes que otra cosa los medios de comunicación no son empresas altruistas si no empresas que crean derechos y obligaciones a sus trabajadores y

por consecuencia crea convenios entre el gobierno y patrocinadores para obtener dinero para pagarle a sus trabajadores.

RESUMEN.

La Comunicación social es un campo de estudio sociológico que explora especialmente aquello relacionado con la información, cómo esta es percibida, transmitida y entendida y su impacto social. Se fundamenta en el lenguaje y este forma parte primordial de la carrera como tal. Por esta razón, los estudios de comunicación social tienen mayor relación con lo político y lo social que los estudios de comunicación.

Aparte de su popularización, llegó a ser el término preferido de los documentos de la Iglesia Católica cuando esta se refiere a los medios de comunicación social o a los medios masivos. Esto tiene la ventaja de una connotación mayor en donde toda comunicación es social, pero no toda la comunicación es "masiva". En efecto, aunque ambos términos son utilizados de manera sinónima, el término "comunicación social" fue utilizado por primera vez en los documentos del Concilio Vaticano II y especialmente en el Decreto Inter Mirifica, sobre los medios de comunicación social (1963), proclamado por el Papa Pablo VI.

BIBLIOGRAFÍA.

- ✓ http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n_social
- ✓ <http://www.monografias.com/trabajos10/fite/fite.shtml>
- ✓ <http://www.universidadperu.com/comunicacion-social-peru.php>

EJERCICIO.

Subraya la respuesta correcta.

1. Es un campo de estudios interdisciplinarios que investigan la información y la expresión, los medios de difusión masivos y las industrias culturales.
 - a) Difusión cultural.
 - b) Comunicación social.
 - c) Comunicación cultural.
2. En el campo de la práctica los conocimientos teóricos de la comunicación social se usan en el periodismo, la opinión pública, la publicidad, la mercadotecnia y las _____ e institucionales.
 - a) Relaciones públicas.

- b) Relaciones sociales.
- c) Televisoras.
- 3. Es la etimología latina de Comunicación social y significa poner en común.
 - a) Comunicare.
 - b) Comunicación.
 - c) Speaking.
- 4. Según Hans Magnus Enzensberger, los medios de comunicación son el producto del desarrollo _____.
 - a) Comunitario.
 - b) Social.
 - c) Industrial.
- 5. Para Edgar Morín, la emisión del mensaje no depende de una sola persona si no se fabrica _____.
 - a) En conjunto.
 - b) Colectivamente.
 - c) De forma individual.

TAREA.

- 1. Explica con tus palabras qué es comunicación social.
- 2. ¿Porqué por autores expuestos en el texto parecieran estar en contra de las televisoras y sus programaciones?
- 3. ¿A qué se refiere Edgar Morín cuando expone que la emisión del mensaje no depende de una sola persona, sino que se fabrica colectivamente?