

Héctor Víctor Cufre

Cultura y Comunicación

- Cultura y Entorno
- Identidad e Imagen cultural
- Comunicación Institucional

Texto ajustado a los
Contenidos Básicos Conceptuales
y Procedimentales establecidos por
la Dirección de Cultura y Educación de
la Provincia de Buenos Aires para la
Modalidad de Humanidades y
Ciencias Sociales de la
EDUCACIÓN POLIMODAL

Sainte-Claire

OBRAS DEL AUTOR

EDUCACIÓN POLIMODAL

Lengua y Literatura, 1er año - Formación General de Fundamento. Interrelación de áreas.
Lengua y Literatura, 2do año - Formación General de Fundamento. Aproximación a las Modalidades.
Lengua y Literatura, 3er año - Formación General de Fundamento. Aproximación a los Contenidos Diferenciados.

EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA (Tercer Ciclo)

Lengua I - 7º grado: Teoría, actividades y Taller literario.
Lengua II - 8º grado: Teoría y actividades con recursos interdisciplinarios y temas transversales.
Lengua III - 9º grado: Teoría y actividades con recursos interdisciplinarios y temas transversales.

EDUCACIÓN GENERAL BÁSICA (Primero y Segundo Ciclo)

Abracadabra, Área de Lengua, 1º, 2º, 3º, 4º y 5º grados, en colaboración con Alicia A. Rodríguez.

EDUCACIÓN SUPERIOR (Profesorados de Enseñanza Preescolar)

Lengua y Literatura Preescolar

Volumen I - El lenguaje. La conversación. La dramatización.
Volumen II - El cuento. La poesía. La tarea docente.

La enseñanza de la lengua en la formación de maestros

Volumen I - Comunicación y Lengua.
Volumen II - Comunicación y Literatura. Metodología y Práctica.

Didáctica de la lengua para maestros

Volumen I - Lectoescritura. Estructura gramatical. las ciencias de los sonidos.
Volumen II - Comunicación oral y escrita. Talleres literarios. Metodología.

Obras complementarias

Las Ciencias del Lenguaje.
Taller de lengua, estrategias de trabajo áulico.
Aproximación a la Gramática Textual y Análisis del Discurso.

Obra documental

Escuela Nacional Normal Superior Almaguer. Una vida en la docencia.

Al lector

Esta obra ha sido proyectada teniendo en cuenta el fenómeno de la comunicación y los códigos comunes a los participantes de los sistemas masivos históricos y modernos, como determinantes de una nueva categoría comunicacional.

Tres bloques conforman su contenido, en cuyos grandes temas - Cultura y entorno, Identidad e imagen cultural y Comunicación institucional - confluyen las más variadas disciplinas, cada una con renovados aportes culturales.

En todos los casos ese entrecruce de disímiles puntos de vista, han sido tratados en forma clara y sencilla llevando al lector a conclusiones tan claras como amenas.

La incorporación de artículos periodísticos alude no sólo a la necesidad de comprender qué clase de cultura transmiten los medios de comunicación teniendo en cuenta la influencia creciente sobre el individuo y la masa, sino también conocer la actualización regional de la cultura en el marco de la globalización.

Las actividades propuestas, con espacios en blanco, permitirán su resolución en forma individual o con ayuda del señor profesor y la incorporación de datos ampliatorios sobre los temas tratados.

H. V. C.

Ramos Mejía, Buenos Aires, noviembre de 1999

CULTURA Y COMUNICACIÓN

Los grandes temas y sus relaciones interdisciplinarias

Cultura:

Conjunto de elementos materiales e inmateriales (lengua, ciencias, valores, símbolos, etc., transmitidos o asimilados), que caracterizan a un grupo, diferenciándolo de los otros.

Cultura y Entorno

Lengua, pensamiento y percepción.

El objeto cultural.

Identidad territorial en la historia.

(Sociología, Semiología, Antropología y Psicología Social)

Comunicación:

Acción y efecto de hacer participe a otro lo que se sabe, se piensa o se desea.



CULTURA Y COMUNICACIÓN

Identidad e Imagen cultural

Extensiones de la cultura.

Sistemas de representación en el arte.

La escritura y la imprenta.

(Cultura artística, Lingüística y Literatura)

Comunicación institucional

Sistema comunicativo y Comunicación humana.

Producto, productor e intérprete de la comunicación.

El fenómeno comunicacional.

(Teoría de la Comunicación, Teoría de las Organizaciones y Pragmática.)

Fundamentos

La cultura es comunicación. La lengua, el pensamiento y la percepción están íntimamente comprometidos en la conformación de la cultura.

El programa lingüístico condiciona el modo de registrar y estructurar la realidad exterior y juntamente con los escenarios particulares, determinan la relación perceptiva de los individuos que los comparten.

Las extensiones de la cultura: el arte, la filosofía, la religión, la organización social, la lengua y el universo de los objetos son modos de comunicación, de transferencia de información y valores que determinan identidades culturales diferenciadas.

El fenómeno de la comunicación en tiempo real y en red, generalizado en la última década, estableció códigos comunes a los participantes de los sistemas masivos a través de los históricos (radio, medios gráficos) y televisión y de Internet, establecen nuevos códigos y valores que determinan una nueva categoría comunicacional, definida como minicultura, que yuxtapone, confronta, domina o es asimilada por las culturas regionales preexistentes.

Expectativas de logro

Percepción, reconocimiento y análisis de los elementos que conforman la identidad cultural del propio entorno, sus variables y transformaciones.

Valorización del patrimonio cultural.

Reconocimiento de la imagen cultural propia.

Identificación de los signos particulares de una cultura a través del desarrollo histórico de la palabra escrita y de la imagen.

Vivencia, análisis y valoración de las posibilidades de los medios de comunicación grupal.

Interpretación y análisis de signos y símbolos como productos culturales.

Desarrollo de posibilidades críticas frente al producto comunicacional alternando el rol productor - intérprete.

Análisis y crítica del alcance social de la comunicación a partir del desarrollo de las nuevas tecnologías.

Consideración de la cultura regional en el marco de la globalización.

FUENTE: FUNDAMENTOS Y EXPECTATIVAS DE LOGRO DE CULTURA Y COMUNICACIÓN APROBADOS POR RESOLUCIÓN N° 635 DEL 6/8/98, DE LA DIRECCIÓN DE CULTURA Y EDUCACIÓN DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES.

Contenidos

Al lector	7
-----------------	---

Parte I - Cultura y entorno

Unidad 1 - La cultura

¿Que es ser culto? Evolución del término culto	15
Los cánones cambiantes de nuestra cultura	20
Lengua, pensamiento y percepción. El mundo perceptible	22
Influencias del medio natural, arquitectónico y urbano	24
Contactos e intercambios culturales	28
La identidad territorial como bien cultural	34
El objeto, signo de identidad. Los símbolos nacionales	38
Formas de colonización. La colonización en el Río de la Plata	41
La cultura argentina. Su identidad	44
Lo nativo, las colectividades y la integración social	48

Parte II - Identidad e Imagen cultural

Unidad 2 - Extensión cultural

Extensiones de la cultura	53
Manifestaciones culturales: arquitectura, escultura, pintura	58
La filosofía, religión, literatura, organización social, objetos, música y moda, extensiones de la cultura	61
Diferenciación y culturas híbridas	78
La institución familia en el Río de la Plata	77
El concepto de tiempo como variable de identificación	80
Los conceptos morales cambian con el transcurso del tiempo	81

Unidad 3 - Representación cultural

La imagen, modelo de variable cultural	85
La imagen portadora de mensajes. Imágenes en secuencia narrativa	86
El arte, paradigma de cultura	92
Espacio y perspectiva lineal y aérea	93
La perspectiva en la pintura y la fotografía	97
La representación oriental	98
La figura humana y sus proporciones	101
Historia de la escritura. Su evolución	105
El papel, vehículo de cultura. La imprenta, magia de la tipografía	116

Parte III - Comunicación institucional

Unidad 4 - Comunicación humana

La comunicación humana. Formas de comunicación	125
Comunicación interpersonal	128
La globalización. La comunicación grupal	130
Periodismo, radiotelefonía, cinematografía y televisión	132
Sintaxis, semántica y pragmática del signo cultural	140
Identidad e imagen de las corporaciones	144
El gremialismo moderno. Los sindicatos	147
Marca de identidad de las empresas	148
La fuerza de la cultura en una película	151

Unidad 5 - Sistemas de comunicación

Los sistemas de comunicación como señas de identificación	155
El crecimiento industrial de los medios	159
Los grupos de presión. La opinión pública	160
La memoria: tradición, superstición y mito. Memoria colectiva	162
La telecomunicación. Su evolución (teléfono y telégrafo)	166
Redes de telecomunicaciones. Internet	170
El lenguaje digital. Los ideogramas, gran muralla	173

Unidad 6 - Proceso comunicacional

El productor de la comunicación. Los medios	177
Función social de los medios	178
Los intérpretes de comunicación: audiencias o público	180
Persuasión, información y prohibición en la comunicación	181
Alcance social de la comunicación. La comunicación masiva. Carteles	183
Prohibición en la comunicación. Censura	185
Avances tecnológicos en las telecomunicaciones	189
La pantalla, el nuevo soporte. Novedades en informática	190
Proyecto. Monografía en equipo	193