

COMUNICACIÓN, MEDIOS Y ESPACIO URBANO: La ciudad en época de hiperconectividad

DOCENTES: Dr. José Luis Fernández. Lic. Beatriz Sznaider.

OBJETIVOS ESPECIFICOS DEL CURSO:

Describir las relaciones entre espacio urbano y espacio mediático, desde el surgimiento de los “viejos” medios de comunicación (gráfica, radio, televisión) a la digitalización discursiva, la conectividad extendida, la hipertextualidad de las interfaces informáticas y la presencia de la Internet como medio que contiene a todos los demás. Veremos que, a cierta escala, sólo tenemos acceso al conocimiento de los espacios y las prácticas urbanas a través de las modalizaciones que imponen los discursos de y en los distintos medios. Y reflexionaremos acerca de los efectos de las mediatizaciones en los actos por antonomasia de la vida moderna: la movilidad en el espacio público y sus prácticas derivantes, como el tránsito, el turismo, el desastre y la emergencia o la inseguridad.

TEMARIO:

1- La Ciudad desde los Medios. Niveles de análisis de y sobre la ciudad: micro (conjuntos de textos y discursos: técnicos, políticos, poéticos, publicitarios, artísticos, etc.); medium (sistemas, escenas de intercambio y sus relaciones: mediáticos –radio, televisión, gráfica, vía pública, Internet, etc.– y espaciales –movilidad, tránsito, seguridad, turismo, etc.); macro (concepciones sobre la ciudad: teorías, perspectivas culturales, urbanísticas, antropológicas, etc.). Medios y configuraciones espacio-temporales. Relaciones entre historia de la ciudad de Buenos Aires y sus medios. Buenos Aires, desde la gráfica y desde el sonido. Los medios de sonido: radio, teléfono y fonógrafo. Momentos del periodismo. La construcción de la actualidad a partir de las nuevas tecnologías, dispositivos, discursos y prácticas. El hojaldre temporal como nuevo modo del espacio.

2- Vía pública. Los dispositivos técnico-mediáticos de la comunicación en la ciudad: papeles, paredes y carteles. Letra, imagen y espacio. Usos espontáneos de las superficies urbanas: inscripciones, pintadas y graffitis. De la hiperindividualidad del volante en mano o el “hombre empanada”, a la hipermediatización de las pantallas de leds. El afiche político: tradiciones de un género eterno. Señalización urbana: un vínculo entre la institución y la población. Marquesinas: entre la identidad urbana y la ruptura de las estéticas edilicias y barriales. Nuevos espacios de comunicación: gráfica vehicular, carteles electrónicos informativos, carteles braille para la parada de colectivos, banners periodísticos en los colectivos y pantallas en el subte: ¿comunicación o contaminación visual? Orden y caos en el espacio urbano. Problemas de contacto: escalas y movimiento.

3- Escenas urbanas. La ciudad en emergencia, la ciudad en exhibición: el tránsito, la emergencia y el desastre, el turismo la inseguridad. Espacio-tiempo y modos de significación de lo urbano en las distintas escenas sociales. Mapas urbanos: relaciones entre las marcas de lo urbano y lo público (modos de circulación, modos de contacto, modos de lectura). La posición del transeúnte. Intercambios y socialidad en el espacio urbano: convivencia y conflicto en la escena social. El espacio urbano como texto. Los medios en la construcción de la cotidianeidad y la actualidad de la ciudad. De las secciones de los diarios en papel a los diarios digitales.

4- Comunicación institucional y de gobierno. Períodos en el desarrollo de la comunicación sobre la ciudad. Prehistoria hasta 1920: proceso de separación entre prensa partidaria y prensa independiente. Entre 1920 y 1940: procesos de independización entre instituciones/empresas y gobiernos; separación entre información y opinión del medio. Primeros antecedentes de la comunicación de la ciudad. El peronismo: proceso de diferenciación estilística interinstitucional. 1971: Primer plan integral de comunicación de gobierno, Plan Visual de la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires de Ronald Shakespear y Guillermo González Ruiz. El estilo radical.

Continuidades y rupturas en la comunicación de la gestión Grosso. La comunicación de la Autonomía. Ibarra: la comunicación de gobierno como marca. Telerman y Macri: derivas entre propaganda y publicidad.

5 –Mediatizaciones en Internet. La radio en Internet: sonido y visualidad. El caso de los smartphones: individualidad y mediatización; tipeo, touching y “swypeo”. La pantalla informativa: la toma directa y el directo editado; ejemplos de la evolución del noticiero televisivo. La posición mashup: intervención de los oyentes-receptores en la producción de contenidos; tensiones sobre el sistema de transmisión y difusión. La gráfica trabajando como pantalla: el caso Clarín. El efecto cultural patchwork: fragmentos, detalles y cápsulas en ‘pegote’. El ritmo de la actualidad vs. la velocidad del cambio tecnológico: el ‘vivo’ y el ‘on line’. La ciudad y las prácticas urbanas resignificadas por la existencia de nuevos fenómenos de convergencia y divergencia mediática.

DESTINATARIOS: Arquitectos, Diseñadores Gráficos, Comunicólogos y todos aquellos profesionales interesados en temáticas sobre la comunicación y la ciudad.

CERTIFICADO: Se otorgará certificado de asistencia a los graduados de carreras de grado con duración mínima de 4 años.

LUGAR: Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo. 4to. piso, - Ciudad Universitaria

CHARLA INFORMATIVA: Martes 31 de Mayo, 19 hs.

INICIO: Martes 7 de Junio

DURACION: 5 clases (Martes de 19 a 22 hs.)

ARANCEL: \$ 572.5.-

José Luis Fernández.

Doctor en Ciencias Sociales. Titular de la Materia: Semiótica de los Géneros Contemporáneos, FSOC, UBA; docente de las Maestrías de Periodismo (FCS-UBA), de Análisis del Discurso (FFyL, UBA) y de Políticas culturales de la Universidad Nacional de Rosario y docente invitado de las Universidades de A Coruña, Bilbao y Vic, de España y de la Universidad ORT, Uruguay. Publicó Los lenguajes de la radio (1994) y La construcción de lo radiofónico (2008), éste último como director y compilador; además de capítulos de libros y decenas de artículos en revistas nacionales e internacionales sobre mediatización y sonido y semiótica e historia de los medios masivos, entre otros. En 2008 funda, y dirige desde entonces, la revista “L.I.S. Letra. Imagen. Sonido. Ciudad Mediatizada”, especializada en investigación social aplicada a las relaciones entre ciudad y medios. Es investigador y formador de investigadores de la UBA desde 1995.

Lic. Beatriz E. Sznajder

Licenciada en Ciencias de la Comunicación (FSOC, UBA) y tesista de la Maestría de Comunicación y Cultura de la misma facultad. Docente de Semiótica de los Géneros Contemporáneos; titular adjunta de los Seminarios Optativos “Comunicación de Gobierno: De Cromañón a Puerto Madero. La ciudad en emergencia, la ciudad en exhibición” junto a José L. Fernández y “Pequeñas (y grandes) anécdotas sobre las instituciones. Comunicación e imagen de marca en la posmodernidad”, junto a Ximena Tobi (FSOC, UBA). Además dictó cursos y seminarios sobre comunicación y espacio urbano en diversas instituciones y universidades y publicó artículos en revistas nacionales e internacionales sobre dichos temas. Forma parte del Consejo de Redacción de L.I.S.

INFORMES E INSCRIPCION: Secretaría de Posgrado FADU - UBA

Ciudad Universitaria, Pabellón III, 4º Piso. Buenos Aires. Teléfono 4789-6235/36

Fax: 4789-6240 – E-mail: centrocap@fadu.uba.ar - www.fadu.uba.ar