

1º Encuentro Iberoamericano de Editores Científicos

Nuevos paradigmas en la edición científica

Buenos Aires, CONICET-CAICYT, 2005

Hacer clic en la comunicación científica

**La comunicación como encuentro de
los debates de la ciencia y la cultura**

Dra. Sandra Massoni

Desplazamientos en la comunicación científica a partir de las TIC's

1

La comunicación en la sociedad del conocimiento



Cada cinco años el

La comunicación en la sociedad del conocimiento



Se producen más de

La comunicación en la sociedad del conocimiento

Hasta el lenguaje nos ofrece

Nuevos paradigmas

Difusión → mundo dualista

Cambios en la difusión científica

AUTOR

Mensaje científico como un **producto altamente especializado.**

El trabajo principal se relacionaba con asegurar los **circuitos de su adecuada distribución.**

Nuevos Paradigmas

INFORMACION  del producto al proceso

Reconocimiento de la dimensión social de toda comunicación.

Nuevos Paradigmas

Gran importancia a las conexiones.

Hacer clic. Hacia una sociosemiótica
de las interacciones digitales.

Carlos Scolari, Editorial Gedisa

Interfaces digitales.

Nuestra relación con las tecnologías

Proyecto ALFA Red ICOD



Proyecto ALFA Red ICOD

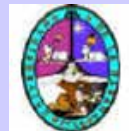
Participantes

Coordinación:

- Universitat de Vic (España)

Co-coordinación:

- Universidad Nacional de Rosario (Argentina)



Proyecto ALFA Red ICOD

- Universidad Beira Interior (Portugal)
- Universidad Patagonia Austral (Argentina)
 - Universidad de La Habana (Cuba)
- Universidad Federal da Bahía (Brasil)
 - Universidad Lille II (Francia)
- Universidad Regional do Noroeste do Estado do Rio Grande do Sul (Brasil)
 - Ars Media - Italia (Italia)



Tecnología digital



Las carreras de comunicación

Lo digital



Proyecto ALFA Red ICOD

No existen medios de

Proyecto ALFA Red ICOD

www.icod.ubi.pt



Desplazamientos en la comunicación científica de la mano de los nuevos paradigmas

2

Nuevos paradigmas

Se desvanece la fragmentación

Nuevos paradigmas

Generar espacios de encuentro

La comunicación como fenómeno complejo

PARADIGMAS CLÁSICOS

Estudian a la comunicación centrada

La comunicación como fenómeno complejo

NUEVOS PARADIGMAS

Los nuevos paradigmas proponen

La comunicación como fenómeno complejo

NUEVOS PARADIGMAS

Un abordaje multiparadigmático que

La comunicación como fenómeno complejo

DIALOGICA

*“unidad compleja entre dos lógicas,
(Morin, E: 2001)*

La comunicación como fenómeno complejo

**múltiples niveles de
realidad y de percepción**

La comunicación como fenómeno fluido

Pensar a la comunicación en relación con su aporte al cambio, a la transformación.

Encuentro sociocultural como
especificidad del Comunicador social.

Especificidad del comunicador social

Analizar los acoplamientos dinámicos y evolutivos de la realidad y los sujetos a partir del reconocimiento de **mediaciones** **marcas de racionalidad** de las teorías en situaciones de comunicación para incorporarlas al diseño de estrategias de comunicación.

Una estrategia se entiende como conjunto de principios de inteligibilidad a la vez que como dispositivos de diseño para interpelar la heterogeneidad sociocultural

Comunicación estratégica

Trabaja con la imbricación de

Comunicación estratégica

Comunicación como espacio de

Estudia lo colectivo desde una teoría

Nuevos desafíos en la formación y en la tarea de los comunicadores

3

Sociedad de la información

Sociedad desinformada en la que

Lo propio de esta sociedad de la

La nuestra es una sociedad



Estrategias de comunicación

Una conversación macrosocial.
Caminos cognitivos capaces de



smassoni@fcpolit.unr.edu.ar

