

ESCUELA DE COMUNICACIÓN FERRÉ RANGEL

PRONTUARIO

TÍTULO:	Introducción a los medios de comunicación masiva
CODIFICACIÓN:	CMU 101
PRERREQUISITO:	N/A
CRÉDITOS:	3 créditos 45 horas contacto 1 término

DESCRIPCIÓN

Este curso presenta el acto comunicativo como práctica social y cultural. Ofrece un recorrido panorámico crítico por la esfera de los medios de comunicación masiva constituida en la sociedad contemporánea por instituciones tradicionales como el cine, la radio y la televisión así como por Internet, una infraestructura de redes donde convergen todos estos medios, conectados mediante una serie de programas, plataformas y tecnologías. Además, ofrece una conceptualización crítica de esa esfera como un ecosistema de redes y de los usuarios de medios como “actores-red” o agentes que se encuentran en constante interacción entre sí y con una multiplicidad de tecnologías en el espacio cultural. Da al estudiante la oportunidad de aproximarse al material mediante discusiones críticas y actividades prácticas y de aplicación en el contexto cultural. Los trabajos asignados permiten a los estudiantes aplicar sus talentos en el proceso creativo de un proyecto de emprendimiento.

JUSTIFICACIÓN

Los medios de comunicación son soportes tecnológicos de diversos contenidos que las personas usan, consumen y producen simultáneamente desde una perspectiva *glocal*. Tienen estructuras, contenidos y alcances cambiantes que impactan de diferentes formas a los receptores en sus subjetividades o maneras de existir dentro de la cultura. Conocer los medios y aprender a evaluarlos desde una perspectiva crítica ayuda a los estudiantes a entender esas estructuras que, a la vez que reproducen el orden social, ofrecen oportunidades para proponer nuevas maneras de ser y estar.

COMPETENCIAS

El curso desarrolla en el o la estudiante las siguientes competencias:

- **Comunicación**
- **Cuestionamiento crítico**
- **Sentido ético y justicia social**

OBJETIVOS

Al finalizar el curso el o la estudiante será capaz de:

1. Describir la importancia del acto comunicativo como práctica social y cultural.
2. Explicar el contexto y las características principales de los medios de comunicación masiva en distintas etapas históricas: la sociedad industrial/de masas, la sociedad post-industrial y la sociedad del conocimiento.
3. Describir la relación entre los medios, las plataformas de comunicación y el espacio cultural.
4. Analizar críticamente prácticas y productos de las industrias creativas, culturales y de entretenimiento, distintos mercados y géneros en Puerto Rico y en el mundo mediante criterios éticos, estéticos, culturales, legales, empresariales y profesionales.
5. Explicar la conceptualización de la esfera mediática como ecosistema de redes y la conceptualización de sí mismos como actores-red y prosumidores.
6. Ejercer una práctica comunicativa éticamente responsable.
7. Identificar oportunidades profesionales y empresariales en Puerto Rico y otras partes del mundo para idear proyectos de comunicación que aporten al quehacer cultural y económico del País.
8. Reconocer las etapas del modelo de enseñanza del emprendimiento.

CONTENIDO

- I. El acto comunicativo
 - A. Práctica socio cultural
 - B. La comunicación como objeto de estudio
 - C. El pensamiento crítico y la lectura crítica de medios
 - D. La ética del comunicador
- II. De la sociedad industrial a la sociedad del conocimiento
 - A. De la imprenta de tipos móviles hasta los dispositivos móviles
 - B. Evolución de los medios en Puerto Rico, oportunidades profesionales y empresariales, tendencias globales y proyecciones futuras

1. Libros
 2. Periódicos
 3. Revistas
 4. Cine
 5. Radio
 6. Televisión
 7. Industria Discográfica
 8. Medios Digitales
- III. Conectividad, globalización y diversidad cultural
- A. El ecosistema de redes
 - B. Actores-red y prosumidores
 - C. Lo global, lo local y lo glocal
 - D. Comunicación y ciudadanía: asimilación y resistencia
- IV. Industrias creativas, culturales y de entretenimiento
- A. Comunicación: información y entretenimiento
 - B. Importancia de contenido
 1. Diseño y adecuación entre estructura y contenidos
 - C. ¿Multimedia o multiplataforma?
 - D. La narratividad (*storytelling*)
 1. Unitarios y seriales
 2. Narrativa personal, de análisis o informativa
- V. Mercados y géneros comunicativos
- A. El contexto local
 - B. El contexto global
 - C. La posibilidad de lo glocal
- VI. Convergencia
- A. Convergencia cultural
 - B. Convergencia tecnológica
 - C. Convergencia mediática

METODOLOGÍAS

Se recomiendan las siguientes estrategias de la metodología de aprendizaje activo:

- Ideación-Validación-Desarrollo-aplicación/ejecución- **IVDE** (para el desarrollo del proyecto de emprendimiento)
- *Flipped classroom*
- Gallery walk

- Conferencias
- Ejercicios
- Trabajo de grupo

EVALUACIÓN

Composiciones	25%
Presentaciones orales	20%
Trabajos parciales	25%
Proyecto o examen (final)	<u>30%</u>
Total	100%

AVALÚO DEL APRENDIZAJE

Se aplica la rúbrica de avalúo institucional a la actividad central del curso.

BIBLIOGRAFÍA

Aguado, J. M., Martínez, I. J., & Cañete-Sanz, L. (2015). Tendencias evoluTivas del conTenido digiTal en aplicaciones móviles. *El profesional de la información*, 24(6), 1699-2407.

<http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2015/nov/10.pdf>

Agudelo Sánchez, E. (2014). Homo Googlens: diseminación del lenguaje y su influencia en la comunicación glocal. *Revista Lasallista de Investigación*, 11(2), 123-128.

<http://www.redalyc.org/pdf/695/69539788014.pdf>

Camarero-Cano, L. (2015). Comunidades tecnosociales. Evolución de la comunicación analógica hacia la interacción analógico-digital.

<http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/44257>

García Avilés, J. A. (2018). La comunicación ante la convergencia digital: algunas fortalezas y debilidades. [http://dspace.umh.es/bitstream/11000/4552/1/12-](http://dspace.umh.es/bitstream/11000/4552/1/12-Comunicacion_convergenciadigital_articulo.pdf)

[Comunicacion_convergenciadigital_articulo.pdf](http://dspace.umh.es/bitstream/11000/4552/1/12-Comunicacion_convergenciadigital_articulo.pdf)

García-Galera, M. D. C., & Valdivia, A. N. (2014). Prosumidores mediáticos.: Cultura participativa de las audiencias y responsabilidad de los medios. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (43), 10-13.

Grijalva, D. R., & Tapia, M. G. A. (2018). La prevalencia de la sociedad del conocimiento o la sociedad de la información como elementos estructurantes del sistema social. *Prisma Social: revista de investigación social*, (20), 333-346.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6360027>

Hernández Serrano, M. J., Renés Arellano, P., Graham, G., & Greenhill, A. (2017). Del prosumidor al prodiseñador: el consumo participativo de noticias.
<http://rabida.uhu.es/handle/10272/14643>

Herrero-Diz, P., & Aramburu, D. V. La primera vuelta al mundo multimedia: Enseñanza de Periodismo digital a través del aprendizaje basado en proyectos colaborativos.
<http://textualvisualmedia.com/images/revistas/10/articulos/laprimervuelta.pdf>

Islas, O. 50 años de Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del hombre, de Marshall McLuhan.
https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/37315187/50_anos_de_Comprender_los_medios_de_comunicacion._Las_extensiones_del_hombre__de_Marshall_McLuhan.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1531414903&Signature=f38MAM6EPUcyrNtKUchnM2M3V8M%3D&response-content-

disposition=inline%3B%20filename%3D50_anos_de_Comprender_los_medios_
de_comu.pdf

Jiménez, G. (2017). Materiales para una teoría de las identidades sociales. *Frontera norte*, 9(18), 9-28.

<https://fronteranorte.colef.mx/index.php/fronteranorte/article/view/1441>

Marino, S., Díaz, L., Giuliano, M. F., Maderia, F., Cócero, Y., & Cardoso, M. L. (2018). Los factores de influencia en las redacciones 2.0. *Anuario de Investigación USAL*, (4). <http://p3.usal.edu.ar/index.php/anuarioinvestigacion/article/view/4146>

Martín-Barbero, J. (2014). Diversidad en convergencia. *MATRIZes*, 8(2), 15-33.

<http://www.periodicos.usp.br/matrices/article/view/90445>

Marzal Felici, J., & Casero-Ripollés, A. (2018). Investigar la comunicación: retos para el mundo académico. *adComunica*, (15), 11-17.

<http://www.adcomunicarevista.com/ojs/index.php/adcomunica/article/view/482/39>
9

Mata, M.C. (2015). "Nociones para pensar la comunicación". Compendio Didáctico de Extensión Rural. Asignatura Extensión Rural, F.C.A.-U.N.C.

<http://www.cent40.edu.ar/wordpress/wp-content/uploads/2014/04/NocionesparapensarMMata.-U-I.pdf>

Morales Acosta, G. V., & Ayala Román, A. M. (2015). SUJETO VISUAL: DIVERSIDAD SORDA Y GLOBALIZACIÓN-MIRADA INTERCULTURAL. *Revista Imago*, (8), 6-12. <http://revistaimago.cl/index.php/ri/article/view/23>

Núñez Ladevéze, L., Núñez Canal, M. N., & Irisarri Núñez, J. A. (2018). Pautas de integración cultural y política de la sociedad de medios masivos en la sociedad

- red. *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), 184-207.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6274427>
- Palos-Sanchez, P. R., Ramírez, R. R., & Suárez, L. M. C. (2018). Ética de la reputación online, marca personal y privacidad en el cloud computing: protección de los usuarios frente al derecho al olvido. *Biblios: Journal of Librarianship and Information Science*, (71), 17-31.
<http://biblios.pitt.edu/ojs/index.php/biblios/article/view/428>
- Parera, Isabel. (2009). Periodismo y Censura en Puerto Rico durante el Siglo XIX. *Revista Kálathos*, (2), 1-12.
http://kalathos.metro.inter.edu/kalathos_mag/publications/archivo8_vol2_no2.pdf
- Salas, R. (2017). Antropología de la Informática Social: Teoría de la Convergencia Tecno-Social. *arXiv preprint arXiv:1706.09094*.
<https://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/1706/1706.09094.pdf>
- Scolari, C. (2017). El translector. Lectura y narrativas transmedia en la nueva ecología de la comunicación. *La lectura en España. Informe 2017*.
http://www.fge.es/lalectura/docs/Carlos_A_Scolari%20_175-186.pdf
- Sierra Caballero, F., Barragán Robles, V., & Moreno Gálvez, F. J. (2018). Derechos humanos, comunicación y luchas por la dignidad.
<https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/75883>
- Tuffe, T. (2011). Mediápolis, Seguridad Humana y Ciudadanía: Comunicación y desarrollo glocal en la era digital. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, (10).
<https://www.alaic.org/revista/index.php/alaic/article/viewFile/79/77>

Vargas, H. G. (2011). FANS, JÓVENES Y AUDIENCIAS EN TIEMPOS DE LA CULTURA DE LA CONVERGENCIA de medios. A dos décadas de Textual Poachers, de Henry Jenkins. *Razón y palabra*, 75.

http://gjgfrbu.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/19_Gomez_M75.pdf

Vidales Gonzáles, C. (2015). Historia, teoría e investigación de la comunicación. *Comunicación y sociedad*, (23), 11-43.

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-252X2015000100002&script=sci_arttext&tlng=pt

Vidales Gonzáles, C. (2017). De la comunicación como campo a la comunicación como concepto transdisciplinar: historia, teoría y objetos de conocimiento. *Comunicación y Sociedad (0188-252X)*, (30).

<http://www.redalyc.org/pdf/346/34653156002.pdf>

Puede encontrar más recursos de información relacionados a los temas del curso en la página de la biblioteca <http://biblioteca.sagrado.edu/>

ACOMODO RAZONABLE

Para obtener información detallada del proceso y la documentación requerida, debe visitar la oficina correspondiente. Para garantizar igualdad de condiciones, en cumplimiento de la Ley ADA (1990) y el Acta de Rehabilitación (1973), según enmendada, todo estudiante que necesite servicios de acomodo razonable o asistencia especial deberá completar el proceso establecido por la Vicepresidencia de Asuntos Académicos.

INTEGRIDAD ACADÉMICA

Esta política aplica a todo estudiante matriculado en la Universidad del Sagrado Corazón para tomar cursos con o sin crédito académico. Una falta de integridad académica es todo acto u omisión que no demuestre la honestidad, transparencia y responsabilidad que debe caracterizar toda actividad académica. Todo estudiante que falte a la política de honradez, fraude y plagio se expone a las siguientes sanciones: recibirá nota de cero

en la evaluación y/o repetición del trabajo en el seminario, nota de F(*) en el seminario: suspensión o expulsión según se establece en el documento de Política de Integridad Académica con fecha de efectividad de noviembre 2022.

Derechos reservados | Sagrado | Noviembre, 2022