

ESCUELA DE COMUNICACIÓN FERRÉ RANGEL

**PRONTUARIO**

**TÍTULO:** Convergencia mediática, comunicación y cultura

**CODIFICACIÓN:** CMU 110

**PRERREQUISITO:** CMU 101

**CRÉDITOS:** 3 créditos | 45 horas contacto | 1 término

**DESCRIPCIÓN**

Estudio de las principales teorías y conceptos de la comunicación relevantes para comprender el momento actual de convergencia mediática. Desde las primeras teorías interdisciplinarias del proceso de comunicación a teorías relacionadas con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) que usuarios, consumidores y productores utilizan rutinariamente de manera interactiva para acceder y crear, conservar y manipular los contenidos mediáticos contemporáneos en la época de la globalización y la convergencia. Se realiza el análisis a través de una experiencia práctica interdisciplinaria en función de las interacciones discursivas y prácticas que se dan en la sociedad del conocimiento. Este curso está dirigido a estudiantes subgraduados de Comunicación.

**JUSTIFICACIÓN**

La importancia de este curso radica en el hecho de que el momento histórico actual se caracteriza por: la proliferación de tecnologías de información y comunicación, la convergencia de todas esas tecnologías, el predominio de la interacción entre los actores gracias a esas tecnologías, la necesidad de una comunicación efectiva en el ejercicio de las profesiones, la tendencia hacia una sociedad del conocimiento y la nueva filosofía educativa imperante que insiste en que la educación a nivel superior esté orientada a desarrollar en el estudiante capacidades y habilidades que le posibiliten una participación productiva en la sociedad.

## **COMPETENCIAS**

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

- **Cuestionamiento crítico**
- **Comunicación**
- **Investigación y exploración**

## **OBJETIVOS**

Al finalizar el curso, el estudiante estará capacitado para:

1. Definir conceptos del lenguaje teórico de la comunicación mediática.
2. Explicar la importancia y utilidad del conocimiento teórico para el ejercicio profesional y la investigación en el campo de la comunicación mediática.
3. Identificar controversias éticas en la teoría, la investigación y la práctica profesional de la comunicación mediática.
4. Explicar la importancia de asumir un enfoque interdisciplinario en el campo de la comunicación mediática.
5. Combinar conocimientos y destrezas de la comunicación mediática con conocimientos y destrezas de otras disciplinas para aplicarlos en la realización de proyectos interdisciplinarios.
6. Interactuar de manera efectiva con profesionales de la comunicación y de otras disciplinas en la colaboración y realización de proyectos interdisciplinarios.
7. Analizar las prácticas de las industrias de la comunicación mediática y su impacto social, cultural, económico, político e ideológico en el contexto local y global.

## **CONTENIDO**

- I. Introducción al curso
  - A. Conceptos básicos:  
Comunicación, cultura, teoría, enfoque, interdisciplinariedad, TIC, industrias culturales, contenidos mediáticos, convergencia mediática, prosumidores, interactividad, glocalidad, sociedad del conocimiento
  - B. La disciplina de la comunicación mediática
    1. Orígenes
    2. Definición
  - C. Interdisciplinariedad

1. Definición
  2. Teorías de otras disciplinas
    - a. Cultura y comunicación
    - b. Psicología y comunicación
    - c. Sociología y comunicación
    - d. Economía y comunicación
    - e. Historia y comunicación
    - f. Política y comunicación
- II. La teoría y la ética profesional
- A. Importancia del conocimiento teórico para todo profesional de la comunicación mediática
  - B. Ética en la práctica profesional y académica de la comunicación mediática
- III. Fundamentos teóricos e interdisciplinarios de la comunicación
- A. Primeras teorías interdisciplinarias de la comunicación mediática
    1. Teorías y modelos del proceso de comunicación
    2. Teorías de los efectos de los medios
      - a. Medios todopoderosos y sus efectos sobre individuos y la sociedad
      - b. Efectos limitados de los medios
      - c. Efectos poderosos de los medios bajo condiciones específicas
      - d. Teorías funcionalistas
  - B. Teorías del mensaje desde un enfoque interdisciplinario
    1. Contenido del mensaje
      - a. Modelo Aristotélico y discurso efectivo
      - b. Creación de contenido
      - c. Formatos de contenido
    2. Significado del mensaje
      - a. Lenguajes, signos y significados
        - i. Lingüística y semiología/semiótica
          - 1) Ferdinand de Saussure y Roland Barthes, Francia
          - 2) Charles Sanders Peirce, Estados Unidos
  - C. Teorías del receptor desde un enfoque interdisciplinario
    1. Definición de público receptor
    2. Tipos de público
      - a. Ciudadanos vs consumidores
      - b. Audiencia
      - c. Cliente
      - d. Prosumidores
      - e. Audiencia líquida

- D. Teorías interdisciplinarias de la comunicación y la cultura
  - 1. Las industrias culturales – sociología y comunicación, la Escuela Frankfurt, Alemania
  - 2. La aldea global – historia, idioma inglés, Marshall McLuhan, Canadá
  - 3. Imperialismo cultural – ciencias políticas, varios autores latinoamericanos
  - 4. Teoría de la hegemonía – ciencias políticas, aplicación de las teorías de Gramsci
  - 5. Estudios Culturales – cultura y sociología, Stuart Hall y el Centro para el Estudio de la Cultura Contemporánea de Birmingham, Reino Unido
  - 6. Teoría del cultivo y el efecto “mainstreaming” – George Gerbner, Estados Unidos
  - 7. Teoría del establecimiento de la agenda – periodismo y ciencias políticas, McCombs & Shaw, Estados Unidos
  - 8. La espiral del silencio – periodismo y ciencias políticas, Elisabeth Noelle-Neumann, Alemania
  - 9. Usos y gratificaciones – sociología y psicología, Elihu Katz, Estados Unidos

#### IV. Globalización, convergencia, comunicación y cultura

- A. Proliferación de los medios de comunicación
- B. Globalización y glocalización
- C. Convergencia mediática
  - 1. Definición
  - 2. Dimensiones
    - a. Tecnológica
    - b. Económica
    - c. Empresarial
    - d. Profesional
    - e. Comunicativa
    - f. Semiótica/retórica
  - 3. Impacto: de la convergencia a la divergencia
    - a. En la Infraestructura
    - b. En los contenidos
    - c. En las profesiones
- D. Cultura digital
  - 1. Cultura audio-visual
  - 2. Realidad virtual y realidad aumentada
    - a. Vídeo juegos
  - 3. Relatos transmedia
  - 4. La brecha digital

## 5. Efectos ideológicos

a. Espectáculo, simulacro e hiperrealidad – Jean Baudrillard, Francia

### **METODOLOGÍA**

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

- *flipped classroom*
- resumen de lecturas
- organizadores gráficos
- conferencias
- trabajo en equipo
- actividades de aplicación
- actividades de interacción interdisciplinaria
- presentaciones orales

### **EVALUACIÓN**

Presentaciones orales	30%
Trabajos parciales	30%
Participación	15%
Proyecto o examen (final)	<u>25%</u>
<b>Total</b>	<b>100%</b>

### **AVALÚO DEL APRENDIZAJE**

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

### **BIBLIOGRAFÍA**

Agazzi, E. (2002). El desafío de la interdisciplinariedad: dificultades y logros. *Revista Empresa y Humanismo*. ISSN 1139-7608, ISSN-e 2254-6413, Vol. 5, N°. 2, 2002, págs. 241-252. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=258947>

- Alonso Marcos, F. (2010). *La evolución de la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas: la teoría de la espiral del silencio a partir de la construcción de la realidad social por parte de los medios de comunicación de masas*. Universitat Pompeu Fabra.  
[https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/11292/teoria\\_efectos.pdf](https://repositori.upf.edu/bitstream/handle/10230/11292/teoria_efectos.pdf)
- Briceño Linares, Y. (2010). La escuela de Frankfurt y el concepto de industria cultural. Herramientas y claves de lectura. *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 16(3), 55-71. <http://www.redalyc.org/pdf/177/17731133004.pdf>
- Calderón Roca, B., Choque Porras, A. & Quiles García, F. (eds.). (2018). *Nuevas tecnologías e interdisciplinariedad en la comunicación del patrimonio cultural*. Sevilla: Colección Acer-VOS. Patrimonio Cultural Iberoamericano.  
[https://ilamdocs.org/engine/download/blob/ilamdocs/10/2019/20/nuevas\\_tecnologias\\_e\\_interdisciplinariedad\\_1.pdf?app=ilamdocs&class=1&id=3570&field=10](https://ilamdocs.org/engine/download/blob/ilamdocs/10/2019/20/nuevas_tecnologias_e_interdisciplinariedad_1.pdf?app=ilamdocs&class=1&id=3570&field=10)
- Caicedo Cuenca, N.M. (2010). La interdisciplinariedad como enfoque para la construcción de competencias a nivel universitario. *Didasc@lia: Didáctica y Educación*. (2), 13-30. <https://www.dialnet.unirioja.es>
- Callaos, N. & Horne, J. (2013). Interdisciplinary communication. *Systemics, Cybernetics and Informatics*. 11(9), 23-31. <http://iGA927PM.PDF>
- Cruz, P. (1999). La práctica ética en medios de comunicación. *Sala de Prensa*, II(2).  
<http://www.saladeprensa.org/art18.htm>

- Del Valle Rojas, C., Nitrihual Valdebenito, L. & Mayorga Rojel, A.J. (2012). Elementos de economía política de la comunicación y la cultura: hacia una definición y operacionalización del mercado de los medios. *Palabra Clave*, 15(1), 82-106.  
<http://palabraclave.unisabana.edu.co/index.php/palabraclave/article/view/2091/2656>
- Fernández Fernández, M. & Tardivo, G. (2016). La sociología de la comunicación y la mass communication research: tradición y actualidad. *Espacio Abierto*, 25(3).  
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=12249678009>
- Forero, T. (17 de agosto de 2019). Conoce la historia del internet desde su nacimiento hasta lo que es hoy. <https://rockcontent.com/es/blog/historia-del-internet/>
- Galán Fajardo, E. (2005). La creación psicológica de los personajes para cine y televisión. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 3(1), 263-273.
- García Canclina, N. (1997). Cultura y comunicación: revisiones teóricas. En *Cultura y comunicación: entre lo global y lo local*. (29-46). Universidad de la Plata. [http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/2.p.\\_g\\_canclini\\_n.\\_cult\\_y\\_comunic.\\_revisiones\\_teoricas\\_0.pdf](http://perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/2.p._g_canclini_n._cult_y_comunic._revisiones_teoricas_0.pdf)
- González, L.M. (2012). Efectos psicológicos de la comunicación en masa.  
<https://es.scribd.com/doc/79920439/EFFECTOS-Psicologicos-Comunicacion-en-Masa>
- Holbrook, J.B. (2012). What is interdisciplinary communication. *Synthese*. Center for the Study of Interdisciplinarity, University of North Texas. DOI 10.1007/s11229-012-0179-7

- Isla, O. (14 de septiembre de 2019). La galaxia McLuhan. *Razón y Palabra*, [http://www.razonypalabra.org.mx/espejo/ESPEJO\\_2011/galaxia\\_mcluhan.html](http://www.razonypalabra.org.mx/espejo/ESPEJO_2011/galaxia_mcluhan.html)
- López Herrera, M.C., González Arística, M.A. & López Herrera, L.G. (2012). Cultura y comunicación: una relación compleja. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. [www.eumed.net/rev/cccss/19/](http://www.eumed.net/rev/cccss/19/)
- Martín Serrano, M. (2006). ¿Para qué sirve estudiar teorías de comunicación? *Contratexto*, (14), 41-48.
- Otegui Castillo, J. (2017). La realidad virtual y la realidad aumentada en el proceso de marketing. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*. (24), 155-229. [https://www.ehu.eus › ojs › index.php › rdae › article › download](https://www.ehu.eus/ojs/index.php/rdae/article/download)
- Prat, R. (2012). Entrevista a Jordi Cuminal: Las teorías de comunicación política de los últimos 10 años han entrado en crisis. *Presentable España*. <http://www.presentable.es/entrevistas/entrevista-a-jordi-cuminal-las-teorias-de-comunicacion-politica-de-los-ultimos-10-anos-han-entrado-en-crisis/>
- Ramos Bello, R.E. (2012). Importancia de una práctica ética profesional. GestioPolis. <https://www.gestiopolis.com/importancia-practica-etica-profesional/>
- Rodas Brosas, E.L. & Colombo, L. (2019). Ventajas y desafíos de la interdisciplinariedad en grupos de escritura latinoamericanos según sus miembros. *Revista de Docencia Universitaria*, 17(1). 197-209. <https://doi.org/10.4995/redu.2019.10528>

Rúas Araújo, X. & Casero-Ripollés, A. (2018). Comunicación política en la época de las redes sociales: lo viejo y lo nuevo, y más allá. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, (16), 21-24. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2018.16.2>

Salazar Montero, E., Quesada Izquierdo, J. & García Sánchez, R. (2019). Especialización vs interdisciplinaridad: un acercamiento desde el enfoque dialéctico materialista. *REDEL Revista Granmense de Desarrollo Local*, 3 (4). <https://revistas.udg.co.cu › index.php › redel › article › download>

Scolari, C. (2009). Alrededor de la(s) convergencia(s): Conversaciones teóricas, divergencias conceptuales y transformaciones en el ecosistema de medios. *Signo y Pensamiento*, XXVIII (54), 44-55. <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=86011409003>

Vidales González, (2015). Historia, teoría e investigación de la comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 23, 11-43. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34632784002>

White, A. (2017) El periodismo ético vuelve a primera plana. *Correo de la UNESCO*. <https://es.unesco.org/courier/2017-julio-septiembre/periodismo-etico-vuelve-primer-plana>

## RECURSOS ELECTRÓNICOS

Fowler, T. (17 de julio de 2014). Lady GaGa: 'Mermaid sex in You and I video is a metaphor'. <https://www.youtube.com/watch?v=rGO1g-QQ4i4>

Lara, G., Santana, A., Lira, A. & Peña, A. (2019). El desarrollo del hardware para la realidad virtual. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologías de Informação*, (31), 106-117. <http://www.scielo.mec.pt/pdf/rist/n31/n31a09.pdf>

López, J.L. (20 de octubre de 2017). Teorías de la comunicación: Efectos poderosos y efectos limitados. <https://www.youtube.com/watch?v=sW48kvq7fTU>

Luengo, F. (28 de marzo de 2016). Teoría funcionalista de la comunicación. <https://www.youtube.com/watch?v=cuaLVvNoHiw>

Qué es la realidad virtual y realidad aumentada. (2 de abril de 2017). <https://www.youtube.com/watch?v=lzAuGa7YKeU>

Qué son las industrias culturales (28 de septiembre de 2012). <https://www.youtube.com/watch?v=y5TagzUHDZ0>

¿Realidad virtual o realidad aumentada? (26 de septiembre de 2016). <https://www.youtube.com/watch?v=ErMo7tSaLWw>

UNESCO (18 de mayo de 2014). CULTRIP. <https://www.youtube.com/watch?v=D2V9cFvwpbQ>

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