

UNIVERSIDAD DEL SAGRADO CORAZÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN FERRÉ RANGEL
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN CON ESPECIALIDAD EN
NARRATIVAS DIGITALES

PRONTUARIO

TÍTULO : Teoría de la comunicación y la convergencia

CODIFICACIÓN : CMU 605

CRÉDITOS : Tres (3) créditos, una sesión

DESCRIPCIÓN

Este curso investiga y analiza la construcción de los principales fenómenos de la comunicación en el entorno digital. Analiza las contribuciones de diferentes paradigmas a la comprensión del impacto y las funciones de la comunicación en una sociedad hiperconectada. Discute conceptos y premisas filosóficas relacionadas con el proceso de construcción teórica, así como una serie de teorías que tratan de explicar fenómenos concretos de la comunicación de acuerdo con diferentes enfoques, conceptos y contextos. Este curso se ofrece totalmente en línea.

JUSTIFICACIÓN

El comunicador social necesita conocer y entender la constitución de los fenómenos comunicativos contemporáneos y su construcción teórica para el manejo efectivo de mensajes. El análisis crítico del contexto y los enfoques del proceso de comunicación permite la producción adecuada de mensajes. En este curso los estudiantes evalúan la historia y las prácticas actuales en el campo de la teoría de la comunicación; analizan las perspectivas teóricas y filosóficas del mismo y aplican este conocimiento en la evaluación y diseño de contenidos digitales.

COMPETENCIAS

Transversales

1. Comunicación
2. Investigación
3. Cuestionamiento crítico

Competencias específicas

Al finalizar el curso, el estudiante estará capacitado para:

1. Discutir las principales teorías de la comunicación y su orientación paradigmática desde el entorno digital.
2. Considerar el impacto del contexto socio-histórico en la construcción teórica dentro del campo de la comunicación.
3. Analizar productos comunicativos desde la perspectiva de algunas de las teorías discutidas.
4. Evaluar los aspectos éticos de la producción teórica dentro del campo de la comunicación.

CONTENIDO

- I. Paradigmas de la comunicación
 - A. Comunicólogos, contextualización y desarrollo histórico
 - B. Ética e investigación en la comunicación
 - C. Perspectivas paradigmáticas en el campo de la comunicación
- II. Tecnología y medios de comunicación
 - A. Revisitando a McLuhan
 - B. Cultura de la convergencia
- III. Teoría crítica e hipertexto
 - A. Escuela de Frankfurt
 - a. Industrias culturales
 - B. Persuasión y semiótica
 - a. Storytelling
 - C. Más real que la realidad: Baudrillard
 - a. La fusión realidad/ficción, el simulacro y el hiperrealismo

- IV. La audiencia y los medios
 - A. Relación de las audiencias sobre el contenido
 - B. Audiencias líquidas
 - C. Dualidad de la audiencia
 - b. Ciudadanos y consumidores
 - c. Glocalidad
- V. Tecnologías de información y comunicación
 - A. La web semántica
 - a. Espacio, tiempo y ubicuidad de la información

METODOLOGÍA

Foros, trabajos escritos, presentaciones, reflexiones, conferencias

EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

Presentaciones	25%
Ensayos	25%
Tareas	40%
Participación	<u>10%</u>
Total	100%

AVALÚO DEL APRENDIZAJE

Rúbricas de comunicación, investigación, cuestionamiento crítico

BIBLIOGRAFÍA

- Adame Cerón, M. Á. (2015). Internet, redes urbanas y capitalismo tecnoglobal. *Fundamentos y Debate*. Recuperado de <http://67.192.84.248:8080/bitstream/10469/7089/1/REXTN-MS28-03-Adame.pdf>
- Albarracín, S. (1999) Elementos del entrono multimedial. Taller de producción de mensajes. Recuperado de <http://www.perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/elementosentornomultimedial.pdf>

- Banaszynski J. (2002) Why We Need Stories: 'Without them, the stuff that happens would float around in some glob and none of it would mean anything.' *Nieman Reports* Recuperado de <http://www.nieman.harvard.edu/reports/article/101486/Why-We-Need-Stories.aspx>
- Benassini Félix, C. (2011). Marshal McLuhan: Exploración de tres aportaciones. *Razón y Palabra*. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/McLuhan_Benassini.pdf
- Candón Mena, J.I. (2011). *Internet en movimiento: nuevos movimientos sociales y nuevos medios en la sociedad de la información*. Tesis Doctoral de la Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información, Departamento de Sociología VI. Recuperado de <http://eprints.ucm.es/12085/>
- Contreras, F. y Hellín, P. (2012). Semiótica de la apropiación: El uso de la exaltación estética publicitaria en la comunicación digital. Recuperado de http://www.aeic2012tarragona.org/comunicacions_cd/ok/180.pdf
- Corominas, M. (2001). Los estudios de recepción. Recuperado de <http://www.portalcomunicacion.com/lecciones.asp?aut=4>
- Diviani, R. (2011). Marshall McLuhan en el nuevo milenio. Notas para el abordaje de la relación entre cultura, tecnología y comunicación. Argentina: Universidad Nacional de Rosario. Recuperado de http://rehip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/2021/ebook_mcluhan._pliegues__trazos_y_escrituras-post.pdf?sequence=1
- Diviani, R. (2003). Internet entre el laberinto y la telaraña. *La Trama de la Comunicación*, 8, 75-80. Recuperado de <http://www.latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/viewFile/188/183>
- Franklin J. (2002). Structuring Stories for Meaning: 'Your character gets to the point where something changes.' *Nieman Reports*. Recuperado de <http://www.nieman.harvard.edu/reports/article/101487/Structuring-Stories-for-Meaning.aspx>
- Garmendía Larrañaga, M. (1998). La batalla por las audiencias. XIV Congreso de Estudios Vascos. Recuperado de <http://hedatuz.euskomedia.org/1862/>
- Infoamérica (2012). Cien años de McLuhan. Núm. 7-8. Recuperado de http://www.infoamerica.org/icr/icr_07_08.htm
- Islas, O. & Gutierrez, F. (2015). Internet y la obligada remediación de la televisión. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n59/varia/oislas.html>

- Jenkins, H. (2006) Introduction: "Worship at the altar of convergence": A new paradigm for understanding media change. En: H. Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, NY: NY University Press. Recuperado de <http://www.nyupress.org/webchapters/0814742815intro.pdf>
- Kuhn, T.S. (2004). *La estructura de las revoluciones científicas*. [eBook] (10ma. ed.). México: Fondo de Cultura Económica.
- Lozano, E. (s.f.). Del sujeto cautivo a los consumidores nomádicos. Recuperado de <http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lozano.pdf>
- Mattelart, A. (2009). De una crisis a otra. De una utopía a otra. *Telos*, Revista de comunicación, Núm. 81. Recuperado de http://telos.fundaciontelefonica.com/DYC/TELOS/NMEROSANTERIORES/Nmeros8095/DetalleAnteriores_81TELOS_DOSSIER12/seccion=1268&idioma=es_ES&id=2009110317050001&activo=6.do
- Martín Barbero, J. (2001). Transformaciones comunicativas y tecnologías de lo público. Recuperado de http://www.wuranga.com.ar/index.php?option=com_content&view=article&id=51:recomen-17&catid=9&Itemid=108
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Barcelona, España: Paidós.
- McLuhan, M. & Powers, B.R. (1993). *La aldea global*. (2da. ed.). Barcelona, España: Editorial Gedisa.
- Muñoz, B. (2009). Escuela de Frankfurt: Primera generación. En Román Reyes (Dir.) *Diccionario Crítico de Ciencias Sociales*. Terminología Científico-Social, Tomo 1/2/3/4, Madrid-México: Ed. Plaza y Valdés. Recuperado de http://www.ucm.es/info/eurotheo/diccionario/E/ef_1generacion.htm
- Orihuela, J. L. (2002). Los nuevos paradigmas de la comunicación. *eCuaderno*. Recuperado de <http://www.ecuaderno.com/paradigmas/>
- Orihuela, J. L. (2002). Los 10 paradigmas de la e-comunicación. Recuperado: 28 de abril de 2004. Recuperado de <http://www.agetec.org/ageteca/Los%2010Paradigmas%20de%20la%20e-Comunicacion.pdf>
- Orozco Gómez, G. (1991). La mediación en juego. Televisión, cultura y audiencias. *Comunicación y Sociedad*, núm. 10-11, septiembre-abril 1991, p. 107-128.

- Rivas Monroy, M. U. (2001). La semiosis: un modelo dinámico y formal de análisis del signo. *Razón y Palabra*. No 21. Recuperado de http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n21/21_mrivas.html
- Salaverría, R. (2003). Convergencia de los medios. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, (81). Recuperado de <http://chasqui.ciespal.org/index.php/chasqui/article/view/1471>
- Schulman, N. (1993). Conditions of Their Own Making: An Intellectual History of Center for Contemporary Cultural Studies at the University of Birmingham. *Canadian Journal of Communication*, Vol. 18, No. 1. Recuperado de <http://www.cjc-online.ca/viewarticle.php?id=140&layout=html>
- Scolari, C. A. (2009). Transmedia storytelling: Implicit Consumer, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production. *International Journal of Communication* 3. Recuperado de http://ncadjarmstrong.com/year-3-postmodern-moving/transmedia_storytelling-.pdf
- Silva, S. (2011, diciembre, 24). To Understand is to Perceive Patterns. Recuperado de <http://vimeo.com/31134115>
- Smart Media. (s.f.) What is a paradigm? Recuperado de <https://vimeo.com/31134115>
- Velarde Tovar, M. (2006). Los retos de las teorías de la comunicación en el siglo XXI. *Revista Digital Universitaria*. Vol 7, núm. 6. México: UNAM. Recuperado de http://www.revista.unam.mx/vol.7/num6/art51/jun_art51.pdf
- Zona Comunicativa (2009). Escuela de Frankfurt: La visión crítica de la Teoría de la Comunicación. Recuperado de <http://zonacomunicativa.blogspot.com/2008/02/escuela-de-frankfurt-o-la-visin-crtica.html>

BIBLIOTECA VIRTUAL

Para utilizar la Biblioteca Virtual siga los siguientes pasos:

Para acceder desde Sagrado:

- escriba la dirección <http://biblioteca.sagrado.edu/>
- seleccione Biblioteca Virtual y aparecerá la página en la cual podrá comenzar a hacer sus búsquedas de información y acceder a las bases de datos. Puede acceder a las bases de datos por disciplina o por orden alfabético.

Para acceder desde fuera de la Universidad o utilizando computadoras personales:

- escriba la dirección <https://mi.sagrado.edu>
- escriba su nombre del usuario y la contraseña
- seleccione el ícono de Biblioteca Virtual
- aparecerá la página en donde podrá comenzar a hacer sus búsquedas de información y acceder a las bases de datos. Puede acceder a las bases de datos por disciplina o por orden alfabético.

ACOMODO RAZONABLE

Todo estudiante que necesite servicios auxiliares o asistencia especial deberá solicitarlo a la Vicepresidencia de Asuntos Estudiantiles al inicio del curso o tan pronto como adquiera conocimiento de los mismos, pero no más tarde la tercera semana de clases.

HONRADEZ ACADÉMICA, FRAUDE Y PLAGIO

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 curso, nota de NP-No Aprobado en el curso, suspensión o expulsión según se establece en el documento de Política de Honestidad Académica, número: DAEE 205-001 con fecha de efectividad de agosto 2005.

Derechos reservados USC

Febrero 2018