

CO1005

Medios, cultura y sociedad

CIP: 090101 Comunicación

CL-L-U-CA-UDC: 3-0-8-3-3.5

Disciplina asociada:
Comunicación

Escuela:
Humanidades y Educación

Departamento Académico:
Medios y Cultura Digital

Programas académicos:

Requisitos:
(Haber Aprobado H1017 o Estar Cursando H1017 o Haber Aprobado H1040 o Estar Cursando H1040)

Equivalencia:
No tiene.

Intención del curso en el contexto general del plan de estudios:

De acuerdo con los objetivos del programa de formación humanística y ciudadana de las carreras profesionales del Tecnológico de Monterrey, este curso busca contribuir a que los estudiantes aprecien y disfruten la gran diversidad de productos culturales audiovisuales que existen a su alcance, desde una perspectiva estética y social. Al mismo tiempo, este curso proporciona las herramientas de análisis necesarias para que los estudiantes se aproximen de manera crítica a los contenidos de la producción cultural que se difunde de manera masiva a través de los medios de comunicación. De esta manera, se busca que los estudiantes aprecien la cultura audiovisual y profundicen en su comprensión del mundo y de su entorno social y personal. La materia está diseñada para todos los alumnos cuyos planes de estudio incluyan cursos de Perspectiva Humanística. No requiere conocimientos previos relacionados con los medios de comunicación y la cultura. Como producto de aprendizaje de este curso, se espera que los estudiantes: 1. Participen en discusiones, elaboren ensayos y reportes en los que demuestren su comprensión de las diferentes lecturas de un mensaje de los medios de comunicación desde las perspectivas social y estética. 2. Presenten exposiciones en las que manifiesten su comprensión y aprecio hacia las distintas expresiones artísticas y de cultura popular, que se difunden a través de los medios masivos de comunicación.

Objetivo general de la Unidad de Formación:

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Apreciar y analizar los contenidos de una variedad de mensajes audiovisuales (de cine, radio, televisión, comics, música grabada, fotografías y medios interactivos) a través de tres dimensiones: la dimensión histórica, la dimensión social y la dimensión estético-semiótica.
- Demostrar que conoce las diversas posturas teóricas sobre el análisis crítico y semiótico de los relatos y aplicar el modelo más adecuado para estudiar cada medio y cada texto audiovisual.
- Conocer y apreciar diversas manifestaciones culturales.
- Analizar las posibles lecturas de un mensaje audiovisual.
- Reflexionar sobre el impacto de los mensajes de los medios de comunicación en la sociedad.

Contenido temático del curso:

1. Dimensión histórica: Los medios de comunicación y su estructura.
 - 1.1 Contexto histórico de los medios de comunicación.
 - 1.2 El poder de los medios de comunicación.
 - 1.3 Modelos de estructura y propiedad industrial de los medios de comunicación.
 - 1.4 La industria mediática mexicana.

2. Dimensión social: El contexto global de los medios en el siglo XXI.
 - 2.1 El papel de los medios en la "era de la información".
 - 2.2 Principales tendencias de la comunicación en la era global.
 - 2.3 Democracia informática y ciudadanía mediática.

3. Dimensión Estética: El relato audiovisual.
 - 3.1 Relato oral, relato escrito, relato audiovisual y relato interactivo.
 - 3.2 El relato como arte.
 - 3.3 ¿Qué es un relato audiovisual?
 - 3.4 La imagen como representación.
 - 3.5 El Concepto de Semiótica de la imagen.
 - 3.6 Cultura, percepción e imagen.

4. ¿Cómo se comenta un texto audiovisual?
 - 4.1 Comentar, analizar, interpretar.
 - 4.2 Los componentes del texto audiovisual.
 - 4.3 La puesta en escena (La representación).
 - 4.4 La puesta en serie.
 - 4.5 La construcción de sentido.
 - 4.6 Las posibles lecturas.

Objetivos específicos de aprendizaje por tema:

1. Dimensión histórica: Los medios de comunicación y su estructura.
 - 1.1 Analizar el contexto histórico en el que se han desarrollado los medios de comunicación (Casos y/o ejemplos sugeridos: Napoleón, Marconi, "El momento Kodak", El origen de Internet).
 - 1.2 Analizar y discutir el poder de los medios de comunicación (Temas de discusión sugeridos: El concepto de vida pública Vs. Vida Privada, Responsabilidad social Vs. Rating, Censura Vs. Libertad de expresión).
 - 1.3 Comprender la naturaleza de los principales modelos de estructura y propiedad industrial de los medios de comunicación (Casos y/o ejemplos sugeridos: Pravda, Granma, Al Jazeera, BBC, CNN, CBS, Televisa, TV Azteca, etc.).
 - 1.4 Analizar los modelos de estructura y propiedad industrial de la industria mediática mexicana (Casos recomendados: El cine mexicano: de la época de oro al cine mexicano globalizado, Televisa y Televisión Azteca, Los grupos radiofónicos regionalizados).

2. Dimensión social: El contexto global de los medios en el siglo XXI.
 - 2.1 Analizar de manera reflexiva los contenidos de la producción cultural y apreciarlos a partir del papel de los medios en la "era de la información" (Casos y/o ejemplos sugeridos: La hora nacional, e-México, la Blog manía).
 - 2.2 Analizar y discutir las principales tendencias de la comunicación en la era global, a partir de las dimensiones tecnológica, económica, legal y política (Casos y/o ejemplos sugeridos: Hollywood Vs. Bollywood, Microsoft para todo el mundo, Del Time a Time-Warner-AOL).
 - 2.3 Discutir los conceptos de democracia informática y ciudadanía mediática a la luz del contexto global de los medios en el siglo XXI (Casos y/o ejemplos sugeridos: Wikipedia y YouTube, secondlife.com).

3. Dimensión Estética: El relato audiovisual.
 - 3.1 Distinguir las características de los diferentes tipos de relato: Relato oral, escrito, audiovisual e interactivo (Casos y/o ejemplos sugeridos: Del libro, al cine, al Internet, al videojuego y viceversa: Final Fantasy, Harry Potter, El Señor de los Anillos, El Padrino).
 - 3.2 Discutir la naturaleza del relato como arte (Casos y/o ejemplos sugeridos: De Shakespeare a Chespirito y El Chavo).
 - 3.3 Comprender las características que distinguen a un relato audiovisual (Se sugiere seleccionar fragmentos de diferentes relatos audiovisuales, por ejemplo, una película, una telenovela, una serie o programa cómico de televisión y analizar los componentes estructurales del relato audiovisual).
 - 3.4 Reflexionar sobre las cualidades de la imagen como representación de la realidad (Casos y/o ejemplos sugeridos: Titanic, Las series "estereotipadas" de EUA: ER, 24, CSI, etc., o bien analizar algún "reality show").
 - 3.5 Comprender el concepto de Semiótica de la imagen y aplicarlo en el análisis de relatos audiovisuales (Casos y/o ejemplos sugeridos: comparar películas o series de televisión del pasado con producciones recientes, análisis de las características principales de una selección de películas por corriente cinematográfica).

3.6 Discutir la interrelación entre cultura, percepción e imagen (Actividades sugeridas: tomar un tema como por ejemplo el concepto de género, y analizar alguna película o serie de televisión, dimensionando el papel de los personajes y las tramas).

4. ¿Cómo se comenta un texto audiovisual?

4.1 Conocer y aplicar distintas metodologías para comentar, analizar e interpretar textos audiovisuales.

4.2 Analizar textos audiovisuales a partir de la identificación de sus componentes.

4.3 Analizar la puesta en escena y la puesta en serie de textos audiovisuales a partir de diferentes perspectivas.

4.4 Comprender la manera en que se construye el sentido de un texto audiovisual.

4.5 Revisar textos audiovisuales desde diferentes lecturas: Histórica, social y estética. (Como actividad integradora, se sugiere que los alumnos seleccionen películas o series de televisión extranjera o nacional y lleven a cabo actividades de análisis y discusión).

Metodología de enseñanza y actividades de aprendizaje:

Actividades de aprendizaje conducidas por un docente:

1. Exposición de teoría.

2. Análisis de contenidos éticos, sociales, políticos y culturales de series y películas en clase.

3. Exámenes parciales teóricos y prácticos

4. Actividades colaborativas para cada tema a través de presentaciones en clase con *Power Point* y video como apoyo.

Actividades de aprendizaje independiente:

1. Lectura de textos (libro de texto y de consulta).

2. Investigación bibliográfica y en medios digitales.

3. Análisis de películas.

4. Tareas de investigación sobre aspectos sociales, económicos, políticos y culturales de los medios masivos de comunicación.

Técnica didáctica sugerida:

Aprendizaje colaborativo

Tiempo estimado de cada tema:

Tiempo estimado por tema:

Dimensión histórica: Los medios de comunicación y su estructura. 12 horas.

Dimensión social: El contexto global de los medios en el siglo XXI. 12 horas.

Dimensión Estética: El relato audiovisual. 12 horas.

¿Cómo se comenta un texto audiovisual? 12 horas.

Tiempo total 48 horas.

Criterios de evaluación sugerida:

El curso está diseñado en cuatro módulos, y en cada uno de ellos se establecen tareas y actividades realizada dentro y fuera del salón de clases, las cuales son acompañadas de un rúbrica, en donde se especifica su valor y con las cuales se establece la valoración total del curso la cual es la siguiente:

Evaluación General

Tema 1

55% --- Tareas.

45% --- Examen.

Tema 2

70% --- Tareas.

30% --- Examen.

Tema 3

70% --- Tareas.

30% --- Comprobación de lectura.

Tema 4 (Final)

100% --- Proyecto Final.

Evaluación Final.

70% --- Promedio de parciales y lecturas.

30% --- Proyecto final.

Bibliografía sugerida:

LIBROS DE TEXTO:

- * Anceschi, Videoculturas de fin de siglo, 2 ed., Spain : Madrid : Cátedra, 1996, spa, 843760964X
- * Straubhaar, Joseph D., Media now : communications media in the information age, 3rd ed., Belmont, CA : Wadsworth/Thomson Learning, 2001, 0534551289 : PAP
- * Carey, James W., Communication as culture : essays on media and society, New York : New York : Routledge, 2003, eng, 0044450621, 041590725X (rústica), 9780415907255 (rústica)

LIBROS DE CONSULTA:

- * Negroponete, Nicholas., Being digital. Español."Ser digital", 2a ed., Mexico : México : Ocano : Atlántida, 2001, spa, 9706512098
- * Chandler, Alfred D., Nation transformed by information. Español"Una nación transformada por la información : cómo la información ha modelado a Estados Unidos de America desde la época de la colonia hasta la actualidad", 1a ed., Mexico : México, D.F. : Oxford University Press, c2002., spa, 9706136940, 9789706136947
- * García Canclini, Néstor., Culturas híbridas : estrategias para entrar y salir de la modernidad, Mexico : México : Grijalbo, 2004, spa, 9700513009
- * Flichy, Patrice., Una historia de la comunicación moderna : espacio público y vida privada, Mexico : Mexico: G. Gilli, 2002, spa, 9688871982
- * García Canclini, Néstor, La globalización imaginada, Mexico : Buenos Aires : Paidós, 2001, spa, 968853434X
- * Czitrom, Daniel J., Media and the American mind. Spanish"De Morse a McLuhan : los medios de comunicación", 1a ed. en español, Mexico : Mexico : Publigráficos, 1982, spa, 9686677135
- * Mastrini, Guillermo, Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina : hacia una economía política de la comunicación, Argentina : Buenos Aires : Editorial Biblos, 1999, spa, 9507862382
- * Silverstone, Roger., ¿Por qué estudiar los medios?, Argentina : Buenos Aires : Amorrortu, 2004, spa, 950518655x, 9789505186556
- * Rincón, Omar., Narrativas mediáticas, o, cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento, Spain : Barcelona : Gedisa, 2006, spa, 8497841379, 9788497841375
- * Vale, Eugene., Técnicas del guión para cine y televisión, 6a ed., Spain : Barcelona : Gedisa, 1999, spa, 8474322235
- * Manovich, Lev., El lenguaje de los nuevos medios de comunicación : la imagen en la era digital, Spain : Barcelona : Paidós, 2006, spa, 844931769X, 9788449317699
- * Benet, Vicente J., La cultura del cine : introducción a la historia y la estética del cine, Spain : Barcelona : Paidós, 2004, spa, 8449315360
- * Stam, Robert, New vocabularies in film semiotics. Español"Nuevos conceptos de la teoría del cine : estructuralismo, semiótica, narratología, psicoanálisis, intertextualidad", Spain : Barcelona ; México : Paidós, 1999, spa, 844930699X
- * Negroponete, Nicholas, El mundo digital : un futuro que ya ha llegado, 1a ed., Spain : Barcelona : Ediciones B, 2000, spa, 8440698569
- * Carmona, Ramón, Cómo se comenta un texto fílmico, 5a ed., Spain : Madrid : Cátedra, 2002, spa, 8437609631, 9788437609638
- * Zunzunegui Díez, Santos., Pensar la imagen, 6a ed., Spain : Madrid : Cátedra : Universidad del País Vasco, 2007, spa, 8437608155, 9788437608150
- * Taléns, Jenaro, Elementos para una semiótica del texto artístico : (poesía, narrativa, teatro, cine), Madrid : Cátedra, D.L., 1978, 8437601355
- * Flichy, Patrice, Lo imaginario de internet, Spain : Madrid : Tecnos, 2001, spa, 8430939792
- * Rosales Mateos, Emilio, Estética y medios de comunicación : sueños que el dinero puede comprar, Spain : Madrid : Tecnos, 2002, spa, 8430937951
- * Flichy, Patrice, Las multinacionales del audiovisual : por un análisis económico de los media, Spain : Barcelona : Gili, 1993, spa, 8425210607
- * Hoggart, Richard, Mass media in a mass society : myth and reality, New York : London ; New York : Continuum, 2004, eng, 0826472850

- * Flichy, Patrice, Dynamics of modern communication : the shaping and impact of new communication technologies, England : London : SAGE, 1992, eng, 0803978502, 0803978510 (rústica)
- * Holtzman, Linda, Media messages : what film, television, and popular music teach us about race, class, gender, and sexual orientation, New York : Armonk, N.Y. : M.E. Sharpe, 2000, eng, 0765603365 : HRD \$74.95
- * Holmes, David, Communication theory : media, technology and society, England : London : SAGE, 2005, eng, 076197069X, 0761970703 (rústica)
- * Briggs, Asa, A social history of the media : from Gutenberg to the Internet, 2nd ed., England : Cambridge, UK ; Malden, MA, USA : Polity, 2005, eng, 0745635113 (encuadernado), 0745635121 (rústica), 9780745635125
- * Rogers, Everett M., Diffusion of innovations, 5th. Edition, New York : New York, NY: Free Press, eng, 0743222091, 9780743222099
- * Chandler, Alfred D. (Alfred Dupont), Inventing the electronic century : the epic story of the consumer electronics and computer industries : with a new preface, Massachusetts : The Free Press, 2002, eng, 0743215672
- * Zoonen, Liesbet van, Entertaining the citizen : when politics and popular culture converge, Maryland : Lanham, MD : Rowman & Littlefield, 2005, eng, 0742529061 (tela : papel alcalino), 074252907X (rústica : papel alcalino)
- * Bucy, Erick P., Living in the information age : a new media reader, California : Belmont, CA : Wadsworth Thomson Learning, 1995, eng, 0534590497
- * Vaughn, Stephen, Freedom and entertainment : rating the movies in an age of new media, New York : New York : Cambridge University Press, c2002., eng, 0521676541 (rústica), 0521852587, 9780521676540 (rústica), 9780521852586
- * Vogel, Harold L. (Harold Leslie), Entertainment industry economics : a guide for financial analysis, 6th ed., England : Cambridge ; New York : Cambridge University Press, 2004, eng, 0521836123 (hardback)
- * Hoover, Stewart M., Media, home, and family, New York : New York : Routledge, 2004, eng, 0415969166 (encuadernado : papel alcalino), 0415969174 (rústica : papel alcalino)
- * Winston, Brian, Media Technology and Society; A History: From the Telegraph to the Internet, 1, Routledge, 2005, Inglés, 041514230X
- * Brody, E. W., Communication tomorrow : new audiences, new technologies, new media, New York : New York : Praeger, 1990, eng, 027593280X (alk. paper), 0275932818 (pbk. : alk. paper)
- * Monaco, James., How to read a film : the world of movies, media, multimedia : language, history, theory, 3rd ed., completely rev. and expanded., New York : Oxford University Press, 2000, 019503869X (rústica), 019513981X

Material de apoyo:

Películas, programas de radio y televisión, grabaciones musicales, fotografías, sitios Web, revistas, videojuegos, entre otros. El profesor podrá escoger de una amplia gama de productos culturales, clásicos o contemporáneos, de acuerdo con el contexto social y cultural vigente, la agenda de temas del momento y sus intereses profesionales.

Perfil del Profesor:

(090101)Maestría en Comunicación ; (450101)Maestría en Ciencias Sociales ; (500699)Maestría en Cine/Video o Artes Fotográficas ; (240103)Maestría en Humanidades/Estudios Humanísticos ; (160101)Maestría en Lenguas y Literaturas Extranjeras ; (090401)Maestría en Periodismo ; (090701)Maestría en Radio/Televisión ; (090401)Doctorado en Periodismo ; (090101)Doctorado en Comunicación ; (090101)Doctorado en Comunicación ; (450101)Doctorado en Ciencias Sociales ; (500699)Doctorado en Cine/Video o Artes Fotográficas ; (240103)Doctorado en Humanidades/Estudios Humanísticos ; (160101)Doctorado en Lenguas y Literaturas Extranjeras ; (090701)Doctorado en Radio/Televisión
CIP: 090101, 450101, 500699, 240103, 160101, 090401, 090701

Experiencia recomendada:

De preferencia que tengan experiencia en docencia, producción, investigación y/o publicaciones en las áreas de Comunicación, Medios, Arte y/o Estudios Culturales.

Idioma en que se imparte la materia:

Español