



I. INFORMACIÓN GENERAL

CURSO	:	Nuevas Audiencias y Escenarios de la Comunicación
CÓDIGO	:	PE50
CICLO	:	201502
CRÉDITOS	:	3
SEMANAS	:	16
HORAS	:	3 H (Teoría) Semanal
ÁREA O CARRERA	:	Comunicacion y Periodismo

II. MISIÓN Y VISIÓN DE LA UPC

Misión: Formar líderes íntegros e innovadores con visión global para que transformen el Perú.

Visión: Ser líder en la educación superior por su excelencia académica y su capacidad de innovación.

III. INTRODUCCIÓN

Curso general en la carrera de Comunicación y Periodismo, de carácter teórico dirigido a estudiantes del décimo ciclo, que busca desarrollar las competencias generales de Pensamiento Crítico y Ciudadanía; así como las competencias específicas de Análisis de la Realidad y Actualización.

El curso propone la revisión crítica de las teorías y métodos de investigación de audiencias de mayor actualidad en las Ciencias de la Comunicación; así como el análisis reflexivo del rol de los medios en la conformación de la sociedad de la información.

Dentro del marco teórico de la economía política de los medios de comunicación, analizaremos cómo los factores información y conocimiento constituyen fuentes de poder e influencia en el mundo contemporáneo, y cómo actúan configurando patrones de comportamiento y órdenes sociales entre las audiencias. Para ello, partiremos de entender la noción de audiencia a partir de la capacidad de la gente para re-escribir constantemente el lenguaje, la relación social con las tecnologías de la comunicación y el propio acto de consumo. En particular, analizaremos su impacto sobre los valores y hábitos cotidianos de los usuarios de medios, y comprenderemos cómo modelan corrientes de opinión y consenso entre ellos.

También estudiaremos cómo los medios contribuyen a estructurar los criterios de reflexión e interactividad, planteando nociones de lo que es normal frente a lo que es extraordinario, o lo que es importante frente a lo subordinado en la agenda pública. Todo ello enfatizando en una aproximación etnográfica a los valores y hábitos de las audiencias en la vida cotidiana, con especial énfasis en la sociedad peruana actual.

IV. LOGRO (S) DEL CURSO

Al finalizar la unidad, el alumno evalúa las relaciones que existen entre el poder, los medios de comunicación y los ciudadanos en la construcción de un auditorio compartido en el Perú.

V. UNIDADES DE APRENDIZAJE

UNIDAD N°: 1 EL CONCEPTO DE AUDIENCIAS: TEORÍAS Y MOMENTOS

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante describe desde una perspectiva interdisciplinaria el rol de los medios de comunicación en la vida cotidiana y sus efectos sobre los patrones de comportamiento y consumo.

TEMARIO

TEMARIO:

- Introducción. Teorías de audiencias en perspectiva histórica.
- Economía política de los medios masivos.
- Políticas culturales de la globalización. Comunicación mediática en contexto.
- De lo sublime tecnológico. La aldea global y la antropología política de internet.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 1-4

UNIDAD N°: 2 ESTUDIOS DE AUDIENCIAS. ESCENARIOS, ESCALAS Y MÉTODOLÓGÍAS

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante cuestiona los desarrollos contemporáneos de las industrias de la información y el entretenimiento, según la lógica de la globalización y la "sociedad red".

TEMARIO

- La Etnografía y la investigación de las audiencias.
- El giro cultural y las teorías de audiencias activas.
- Cosmopolitas domésticos.
- La experiencia de la hiperrealidad.
- La Etnografía y la investigación de las audiencias.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 5-7

UNIDAD N°: 3 CONVERGENCIA MEDIÁTICA. RITUALES Y HÁBITOS DEL ACTOR - RED

LOGRO

Al finalizar la unidad, el estudiante discute el uso generalizado de las nuevas teorías culturales de las audiencias.

TEMARIO

- El actor red y sus rituales mediáticos.
- Ciberculturas y multitud
- Socialidades en red.

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 9-12

UNIDAD N°: 4 LOS MEDIOS Y SUS CONSECUENCIAS EN LAS CULTURAS PÚBLICAS

CONTEMPORÁNEAS

LOGRO

Al finalizar la unidad, el alumno evalúa las relaciones que existen entre el poder, los medios de comunicación y los ciudadanos en la construcción de un auditorio compartido en el Perú.

TEMARIO

- Los efectos de los medios de comunicación en la vida cotidiana a través de la normalización de patrones culturales transmitidos como estereotipos.
- Ordinarietà y Celebridad. El "Fandom" (identificación, mimesis, participación) como cultura.
- Shows del YO. Auto transmisiones (individuos buscando desesperadamente audiencias). De los talk shows a las bitácoras online confesionales).
- "True TV": telerrealidad, identidad y vigilancia. La sociedad del "Gran Hermano".
- Conclusiones del curso

HORA(S) / SEMANA(S)

Semanas 12-15

VI. METODOLOGÍA

El curso se realiza con la modalidad blended, con dos horas presenciales y una virtual en cada semana. En ambos escenarios se emplean estrategias de aprendizaje activo por lo que es indispensable que participes constantemente y en todas las sesiones.

En las sesiones online trabajarás actividades en el Aula Virtual y contarás con el acompañamiento y guía del docente para abordar los contenidos teóricos correspondientes a cada semana. Mientras que en la sesión presencial se desarrollarán discusiones fundamentadas en las que cuestionarás y sustentarás junto a tus compañeros diversos temas planteados en clase.

VII. EVALUACIÓN

FÓRMULA

40% PROM(CL,4,0) + 20% (TP1) + 30% (TF1) + 10% (PA1)

TIPO DE NOTA	PESO %
CL - CONTROL DE LECTURA	40
CL - CONTROL DE LECTURA	40
CL - CONTROL DE LECTURA	40
CL - CONTROL DE LECTURA	40
TP - TRABAJO PARCIAL	20
PA - PARTICIPACIÓN	10
TF - TRABAJO FINAL	30

VIII. CRONOGRAMA

TIPO DE PRUEBA	DESCRIPCIÓN NOTA	NÚM. DE PRUEBA	FECHA	OBSERVACIÓN	RECUPERABLE
CL	CONTROL DE LECTURA	1	Semana 3		NO
CL	CONTROL DE LECTURA	2	Semana 6		NO
CL	CONTROL DE LECTURA	3	Semana 11		NO
CL	CONTROL DE LECTURA	4	Semana 15		NO
TP	TRABAJO PARCIAL	1	Semana 8		NO
PA	PARTICIPACIÓN	1	Semana 15		NO
TF	TRABAJO FINAL	1	Semana 16		NO

IX. BIBLIOGRAFÍA DEL CURSO

BÁSICA

CASSETTI, Francesco (1994) Teorías del cine : 1945-1990. Madrid : Cátedra.
(791.4301 CASE)

CASTELLS, Manuel (2001) La galaxia Internet. Barcelona : Plaza & Janés.
(303.483 CAST/G)

HUERTAS BAILÉN, Amparo (2002) La audiencia investigada. Barcelona : Gedisa.
(302.2345 HUER)

IMBERT, Gérard (2003) El zoo visual : de la televisión espectacular a la televisión especular. Barcelona : Gedisa.
(302.2345 IMBE)

JENKINS, Henry (2008) Convergence culture : la cultura de la convergencia de los medios de comunicación. Barcelona : Paidós.
(302.23 JENK)

MCLUHAN, Marshall (1997) El medio es el masaje : un inventario de efectos. Barcelona : Paidós.
(302.23 MCLU/M)

MCLUHAN, Marshall (2009) Comprender los medios de comunicacion : las extensiones del ser humano. Barcelona : Paidós.
(302.23 MCLU 2009)

MORLEY, David (1996) Televisión, audiencias y estudios culturales. Buenos Aires : Amorrortu.
(302.23 MORL)

MORLEY, David (2008) Medios, modernidad y tecnología : hacia una teoría interdisciplinaria de la cultura. Barcelona : Gedisa.
(302.23 MORL/M)

NIGHTINGALE, Virginia (1999) El estudio de las audiencias : el impacto de lo real. Barcelona : Paidós.
(302.2345 NIGH)

PISCITELLI, Alejandro (2002) Ciberculturas 2.0 : en la era de las máquinas inteligentes. Buenos Aires : Paidós.
(303.4834 PISC 2002)

SENNETT, Richard (2001) Vida urbana e identidad personal : los usos del desorden. Barcelona : Península.
(711.4 SENN)

STARR, Paul (2004) The creation of the media : political origins of modern communications. New York : Basic Books.

(302.23 STAR)

STEVENSON, Nick (1998) Culturas mediáticas : teoría social y comunicación masiva. Buenos Aires : Amorrortu.

(302.23 STEV)

THOMPSON, John (2001) El escándalo político : poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación. Barcelona : Paidós.

(302.23 THOM/E)

RECOMENDADA

(No necesariamente disponible en el Centro de Información)

AHUMADA, Rafael (2007) TV. Su influencia en la percepción de la realidad social.. México.

ALLAN, Stuart (2004) News Culture. Berkshire.

ANDACHT, Fernando (2003) El reality show. Una perspectiva analítica de la televisión. 1. Bogotá.

AMADO SUÁREZ, Adriana (2003) Prensa y comunicación : personas y empresas frente a los medios. Buenos Aires : Macchi.

(070 AMAD)

BAKER, Chris (2003) Televisión, Globalización e identidades culturales. 1. Barcelona.

BARBIER, Frederic y Catherine Berto (2005) Historia de los Medios: de Diderot a Internet..

BAUDRILLARD, Jean (1997) Cultura y simulacro. 1. Barcelona.

BOELLSTORFF, Tom (2008) Coming of Age in Second Life. An Anthropologist Explores the Virtually Human. 1. New Jersey.

BOURDIEU, Pierre (2006) La distinción. Madrid.

BOWMAN, Shayne y WILLIS, Chris (2005) Nosotros, El Medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información. 23 de febrero de 2010.

BRUNS, Axel (2009) Blogs, Wikipedia, Second ife, and Beyond. From Production to produsage. 1. New York.

BURGES, Jean y GREEN, Joshua (2009) You Tube. On Line Video and Participatory Culture. 1. Cambridge.

BAILÓN, Jaime (2009) Chicha power : El márketing se reinventa. Lima : Universidad de Lima, Fondo editorial.

(303.44 BAIL)

BARICCO, Alessandro (2008) Los bárbaros : ensayo sobre la mutación. Barcelona : Anagrama.

(303.4 BARI)

BAUMAN, Zygmunt (2007) Vida de consumo. México, D.F. : Fonde de Cultura Económica.

(339.47 BAUM)

BIAGI, Shirley (2009) Impacto de los medios de comunicación. México, D.F. : Cengage Learning.

(302.23 BIAG/P)

BREA, José Luis. (2007) Cultura_Ram : mutaciones de la cultura en la era de su distribución electrónica. Barcelona : Gedisa.

(303.4833 BREA)

- BRIGGS, Asa (2002) De Gutenberg a Internet : una historia social de los medios de comunicación. Madrid : Taurus.
(302.23 BRIG)
- BRUCE, Jorge (2007) Nos habíamos choleado tanto : psicoanálisis y racismo. Lima : Universidad de San Martín de Porres, Fondo Editorial.
(305.8985 BRUC)
- BUONANNO, Milly (1999) El drama televisivo : identidad y contenidos sociales. Barcelona : Gedisa.
(302.2345 BUON)
- CARLON, Mario y Carlos SCOLARI (2009) El fin de los medios masivos, el comienzo de un debate. Buenos Aires.
- CHOMSKY, Noam y Edward HERMAN (1995) Los guardianes de la libertad. Barcelona.
- CHRISTAKES, Nicholas y JAMES, Fowler (2010) Conectados. El sorprendente poder de las redes sociales y cómo nos afectan. 1. México DF.
- COLLIN, Matthew (2002) Estados alterados. La historia de la cultura del éxtasis y el acid house. 1. Barcelona.
- CORTINA, Jesús (2006) Identidad, identificación, imagen. México.
- COULDRY, Nick (2003) Media Rituals: A Critical Approach.
- CURRAN, James (2002) Media and Power. New York.
- CURRAN, James y Micheal GUREVITCH eds (2005) Mass Media and Society. 4th edition. Londres.
- CARR, Nicholas G. (2008) The big switch : rewiring the world, from Edison to Google. New York : W. W. Norton & Co.
(303.4834 CARR)
- CASTELLS, Manuel (2001) La era de la información : economía, sociedad y cultura. Madrid : Alianza.
(302.23 CAST 2001)
- CASTELLS, Manuel (2001) La galaxia Internet. Barcelona : Plaza & Janés.
(303.483 CAST/G)
- COSTA, Pere-Oriol (1996) Tribus urbanas : el ansia de identidad juvenil : entre el culto a la imagen y la autoafirmación a través de la violencia. Barcelona : Paidós.
(302.34 COST)
- CURRAN, James (1998) Estudios culturales y comunicación : análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo. Barcelona : Paidós.
(302.2 CURR)
- DAVIES, Aaron (2007) The Mediation of Power. Londres.
- DORFMAN, Ariel y MATTELART, Armand (2005) Para leer el Pato Donald. 1. Barcelona.
- DAYAN, Daniel (1992) Media events : the live broadcasting of history. Cambridge, MA : Harvard University Press.
(070.195 DAYA)
- DAYAN, Daniel, comp. (1997) En busca del público : recepción, televisión, medios. Barcelona : Gedisa.
(302.2345 DAYA)
- EVERETT, Dennis y MERRILL, John (2006) Media Debates. Great Issues for the Digital Age. Toronto.
- FERGUSON, Robert (2004) Los medios bajo sospecha. Ideología y poder en los medios de comunicación.. Barcelona.

- FONTCUBERTA, Mar de (2006) Periódicos : sistemas complejos, narradores en interacción. Buenos Aires : La Crujía Ediciones.
(070.172 FONT)
- FUENZALIDA, Valerio (2002) Televisión abierta y audiencia en América Latina. Buenos Aires : Norma.
(302.2345 FUEN)
- GLASSNER, Barry (1999) The Culture of Fear. Why Americans are afraid of the wrong things. New York.
- GRAY, Jonathan (2006) Watching The Simpsons. Television, Parody and Intertextuality. 1. New York.
- GARCÍA GALERA, Ma. del Carmen (2000) Televisión, violencia e infancia : el impacto de los medios. Barcelona : Gedisa.
(302.2345 GARC)
- HERMES, Joke (1994) Reading Women's Magazines. An analysis of everyday media use. Cambridge.
- HINE, Christine (2004) Etnografía virtual. 1. Barcelona.
- JEANNENEY, Jean-Noel (2006) El día que Google desafió a Europa: Razones para una propuesta alternativa..
- LEUNG, Linda (2007) Etnicidad virtual: Raza, resistencia y World wide web. Barcelona.
- LI, Charlene y Josh BERNOFF (2009) El mundo Groundswell: Cómo aprovechar los movimientos sociales en la red. Estados Unidos.
- LUTZ, Catherine y COLLINS, Jane (1993) Reading National Geographic. 1. Chicago.
- LANGER, John (2000) La televisión sensacionalista : el periodismo popular y las "otras noticias". Barcelona : Paidós.
(070.195 LANG)
- LIPOVETSKY, Gilles (2004) El lujo eterno : de la era de lo sagrado al tiempo de las marcas. Barcelona : Anagrama.
(306.3 LIPO)
- LOCHARD, Guy. (2004) La comunicación mediática. Barcelona : Gedisa Editorial.
(302.23 LOCH)
- MAIGRET, Éric (2005) Sociología de la comunicación y de los medios. Bogotá.
- MAZZIOTTI, Nora (2006) Telenovela: Industria y prácticas sociales. 1. Bogotá.
- MANOVICH, Lev (2005) El lenguaje de los nuevos medios de comunicación : la imagen en la era digital. Barcelona : Paidós.
(302.2 MANO)
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (1999) Los ejercicios del ver : hegemonía audiovisual y ficción televisiva. Barcelona : Gedisa.
(302.2345 MART)
- MAYANS I PLANELLS, Joan (2002) Género chat : o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio. Barcelona : Gedisa.
(303.4833 MAYA)
- MEYROWITZ, Joshua (1985) No sense of place : the impact of electronic media on social behavior. New York : Oxford University Press.
(302.234 MEYR)
- MORDUCHOWICZ, Roxana (2008) La generación multimedia : significados, consumos y prácticas culturales de los jóvenes. Buenos Aires : Paidós.
(303.4834 MORD)

- MORLEY, David (2008) Medios, modernidad y tecnología : hacia una teoría interdisciplinaria de la cultura. Barcelona : Gedisa.
(302.23 MORL/M)
- NAPOLI, Phillip (2011) Audience Evolution. New Technologies and the Transformation of Media Audience. 1. New York.
- NIGHTINGALE, Victoria (2011) Handbook of Media Audience. 1. Oxford.
- PRIEST, Patricia Joiner (1995) Public Intimacies. Creskill, NJ.
- PALOMO TORRES, María Bella (2004) El periodista on line : de la revolución a la evolución. Sevilla : Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
(070.196 PALO)
- PANFICHI, Aldo (1997) Fútbol : identidad, violencia & racionalidad. Lima : PUCP. Facultad de Ciencias Sociales.
(306.4830985 PANF)
- PANFICHI, Aldo, ed. (1999) Juventud : sociedad y cultura. Lima : Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales.
(305.235 PANF)
- PÉREZ DE SILVA, Javier (2000) La televisión ha muerto: la nueva producción audiovisual en la era de Internet..
- RIFKIN, Jeremy (2002) La era del acceso. La revolución de la nueva economía. Barcelona.
- ROJEK, Chris (2001) Celebrity. 1. Londres.
- ROTHEMBUHLER, Eric ed (2005) Media Anthropology. Thousand Oaks.
- RHEINGOLD, Howard (2004) Multitudes inteligentes : la próxima revolución social. Barcelona : Gedisa.
(303.483 RHEI/E)
- SCOLARI, Carlos (2008) Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona.
- SIBILA, Paula (2008) La intimidad como espectáculo. México.
- SUNKEL, Guillermo (2001) La prensa sensacionalista y los sectores populares. Bogotá.
- SALAVERRÍA, Ramón (2005) Cibermedios : el impacto de internet en los medios de comunicación en España. Sevilla : Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
(070.196 SALA)
- SASSEN, Saskia (2007) Una sociología de la globalización. Buenos Aires : Katz.
(303.482 SASS)
- SHOHAT, Ella (2002) Multiculturalismo, cine y medios de comunicación : crítica del pensamiento eurocéntrico. Barcelona : Paidós.
(791.43 SHOH)
- SILVA SANTISTEBAN, Rocío Silva (2008) El factor asco : basurización simbólica y discursos autoritarios en el Perú contemporáneo. Lima : PUCP, Fondo Editorial : IEP : Universidad del Pacífico.
(306.440985 SILV)
- SILVERSTONE, Roger (2004) ¿Por qué estudiar los medios?. Buenos Aires : Amorrortu.
(302.23 SILV)
- STANDAGE, Tom (2008) El futuro de la tecnología. Buenos Aires : Cuatro Media 2008
(303.483 STAN)

- STARR, Paul (2004) The creation of the media : political origins of modern communications. New York : Basic Books.
(302.23 STAR)
- STEVENSON, Nick (1998) Culturas mediáticas : teoría social y comunicación masiva. Buenos Aires : Amorrortu.
(302.23 STEV)
- SÁNCHEZ-TABERNERO, Alfonso (2000) Dirección estratégica de empresas de comunicación. Madrid : Cátedra.
(302.23068 SANC 22)
- SÁNCHEZ-TABERNERO, Alfonso (2008) Los contenidos de los medios de comunicación : calidad, rentabilidad y competencia. Barcelona : Deusto.
(302.23 SANC)
- THORNTON, Sarah (1996) Club Cultures. Music, media and subcultural capital. Cambridge.
- TIRONI, Eugenio; CAVALLO, Ascanio (2007) Comunicación estratégica: vivir en un mundo de señales..
- TURNER, Graeme (2004) Understanding Celebrity. 1. Londres.
- THOMPSON, John (2001) El escándalo político : poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación. Barcelona : Paidós.
(302.23 THOM/E)
- WINOCUR, Rosalía (2002) Ciudadanos mediáticos. La construcción de lo público en la radio. 1. Barcelona.
(2006) Publicidad en general : las estrategias de la calle. Lima : Empresa Editora El Comercio.
(659.10985 PUBL)