



Universidad Autónoma
del Estado de México



Comunicación

Libro de texto basado en competencias

Adriana Esthela Garduño Sánchez · Luis Alberto Garduño Sánchez

6°
Semestre

Comunicación

Libro de texto basado en competencias

DIRECCIÓN DE PUBLICACIONES UNIVERSITARIAS
Editorial de la Universidad Autónoma del Estado de México

Doctor en Ciencias e Ingeniería Ambientales
Carlos Eduardo Barrera Díaz
Rector

Doctora en Humanidades
María de las Mercedes Portilla Luja
Secretaria de Difusión Cultural

Doctor en Administración
Jorge Eduardo Robles Alvarez
Director de Publicaciones Universitarias

Doctora en Investigación Educativa
Eva Lilia García Escobar
Directora de Estudios de Nivel Medio Superior

Comunicación

Libro de texto basado en competencias

Adriana Esthela Garduño Sánchez
Luis Alberto Garduño Sánchez



Primera edición, febrero 2022

COMUNICACIÓN

Libro de texto basado en competencias

Autores

Adriana Esthela Garduño Sánchez

Plantel “Dr. Ángel Ma. Garibay Kintana” de la Escuela Preparatoria de la UAEM

Luis Alberto Garduño Sánchez

Plantel “Isidro Fabela Alfaro” de la Escuela Preparatoria de la UAEM

Universidad Autónoma del Estado de México

Av. Instituto Literario 100 Ote.

Toluca, Estado de México

C. P. 50000

Tel: (52) 722 277 38 35 y 36

<http://www.uaemex.mx>

El contenido de este material es responsabilidad de los autores, así como el tratamiento basado en competencias realizado a los libros de texto. Queda prohibida la reproducción o transmisión total o parcial del contenido de la presente obra, sin el consentimiento previo y por escrito del editor. La Universidad Autónoma del Estado de México se deslinda de cualquier acción legal derivada de este material.

® Derechos reservados, 2018

ISBN: 978-607-633-392-1

Hecho en México

Responsable del Programa de Diseño y Producción Editorial: L. D. G. Miguel Angel Conzuelo Endeje

Corrección de estilo: L.L.L. Ana Karen Flores Estrada

Portada e interiores: L.D.G. Nubia Liliana Díaz Alpizar



Mensaje

A través de su historia, la Universidad Autónoma del Estado de México ha tenido como uno de sus objetivos fundamentales lograr que el estudiantado reciba una educación basada en el libre pensamiento, apelando a un sentido científico. La Escuela Preparatoria de la UAEM continuará mostrándose como un punto de inflexión para la comunidad estudiantil por la calidad de la educación que se ofrece al tiempo que se enseña a adquirir conocimientos, valores, habilidades y destrezas que favorezcan el entendimiento de nuestro entorno social y ambiental.

La responsabilidad de la Universidad Autónoma del Estado de México es asegurar que la educación que se imparte en la Escuela Preparatoria contribuya a ampliar el horizonte personal y profesional de los estudiantes. El enfoque para la apropiación del conocimiento parte de aprovechar la experiencia de vida y desde la autonomía de pensamiento y la reflexión lograr una comprensión más amplia de la realidad.

El material educativo que tienes en tus manos ha sido elaborado colegiadamente entre especialistas de cada una de las áreas del conocimiento. La creatividad, el pensamiento crítico y reflexivo, así como el espíritu científico del claustro de docencia e investigación se reúne en esta antología con el fin de que te acerques al conocimiento con una mirada crítica. Este ejemplar ha sido elaborado con el fin de establecer un aprendizaje dialógico que estimule tu curiosidad, que te sirva como guía, y que invariablemente te provoque pasión por el conocimiento.

El objetivo es lograr que recibas una educación integral e incluyente que incida de manera positiva en tu trayectoria escolar. Por ello es importante que asumas un compromiso personal, empeño y dedicación que te permita apropiarte del conocimiento.

Patria, Ciencia y Trabajo

Doctor en Ciencias e Ingeniería Ambientales
Carlos Eduardo Barrera Díaz
Rector

Índice

1 Módulo

INTRODUCCIÓN 10

Origen y evolución de la comunicación

Tema 1 Definición de la comunicación 15

Tema 2 Tipos de comunicación 16

Tema 3 Modelos de comunicación 19

2 Módulo

Comunicación y cultura

Tema 1 De la cultura popular a la cultura de masas 27

Tema 2 Apocalípticos e integrados 29

Tema 3 El kitsch: la estética del mal gusto 31

3 Módulo

Medios de comunicación masiva

Tema 1 Tinta y papel ¿Informar o comunicar?	35
3.1.1. La prensa en México: de la Independencia a la Revolución	36
3.1.2. Prensa y libertad de expresión: segunda mitad del siglo xx a la actualidad	39
Tema 2 Días de radio	42
3.2.1. Origen y evolución en México	43
3.2.2. Nacimiento de un imperio: "La voz de América Latina"	44
Tema 3 Historia de la televisión en México	45
3.3.1. Consolidación del imperio: familia Azcárraga	47
3.3.2. La televisión a color: Guillermo González Camarena	51
3.3.3. Negocios de familia: Salinas Pliego	52
Tema 4 Séptimo arte y el espacio real e imaginario	53
3.4.1. El cine a finales del siglo xix, principios del siglo xx en México	54

3.4.2. La época de oro del cine mexicano	55
3.4.3. El cine en la década de los setenta y ochenta	56
3.4.4. El nuevo cine mexicano	57
3.4.4. La emigración de los cineastas mexicanos a Hollywood	59
Tema 5 Videjuegos e internet	62
3.5.1. Fundamentos básicos de la teoría de los videojuegos	63
3.5.2. Red social del internet en el México actual	65

4

Módulo

Escribir los medios

Tema 1 Etapas de producción	73
4.1.1. Preproducción	73
4.1.2. Producción	73
4.1.3. Postproducción	73
Tema 2 Lenguaje y guionismo audiovisual	74
4.2.1. Voz, música, efectos de sonido y silencio	74
4.2.2. Guión técnico y literario	77
4.2.3. Encuadres y movimientos de cámara	80
4.2.4. Storyboard	86
Tema 3 Narrativa en el cine	88
4.3.1. Espacio y tiempo	89
4.3.2. Cortometraje	90
Fuentes	91

Introducción

Te encuentras a tan solo unos meses de culminar una etapa importante en tu desarrollo académico y profesional, hemos sido testigos del cambio de actitud y responsabilidad que día tras día adoptaste para cumplir tus metas. El compromiso asumido desde hace unos años ha traído satisfacciones y sinsabores que dentro de algunos años podrás recordar.

Con este libro de texto podrás identificarte y reconocerte como un individuo diferente, comprometido con el presente y con el futuro de tu país.



**Origen y evolución
de la comunicación**

Módulo

Propósito

Reconoce el origen y la evolución de la ciencia de la comunicación a través de las propuestas de algunos teóricos, las cuales le ayudarán a entender el proceso comunicativo en situaciones familiares y académicas.

Competencias genéricas y sus atributos

4. Escucha, interpreta y emite mensajes pertinentes en distintos contextos mediante el uso de medios, herramientas y códigos apropiados.

4.1. Expresa ideas y conceptos mediante representaciones lingüísticas, matemáticas o gráficas.

4.5. Maneja las tecnologías de la información y la comunicación para obtener información y expresar ideas.

5. Desarrolla innovaciones y propone soluciones a problemas a partir de métodos establecidos.

5.6. Utiliza las tecnologías de la información y comunicación para procesar e interpretar información.

7. Aprende por iniciativa e interés propio a lo largo de la vida.

7.3. Articula saberes de diversos campos y establece relaciones entre ellos y su vida cotidiana.

8. Participa y colabora de manera efectiva en equipos diversos.

8.1. Propone maneras de solucionar un problema o desarrollar un proyecto en equipo, definiendo un curso de acción con pasos específicos.

8.3. Asume una actitud constructiva, congruente con los conocimientos y habilidades con los que cuenta dentro de distintos equipos de trabajo.

10. Mantiene una actitud respetuosa hacia la interculturalidad y la diversidad de creencias, valores, ideas y prácticas sociales.

10.2. Dialoga y aprende de personas con distintos puntos de vista y tradiciones culturales mediante la ubicación de sus propias circunstancias en un contexto más amplio.

10.3. Asume que el respeto de las diferencias es el principio de integración y convivencia en los contextos local, nacional e internacional.

Competencias disciplinares Comunicación básica

9. Analiza y compara el origen, el desarrollo y la diversidad de los sistemas y medios de comunicación.
12. Utiliza las tecnologías de la información y comunicación para investigar, resolver problemas, producir materiales y transmitir información.

Extendidas

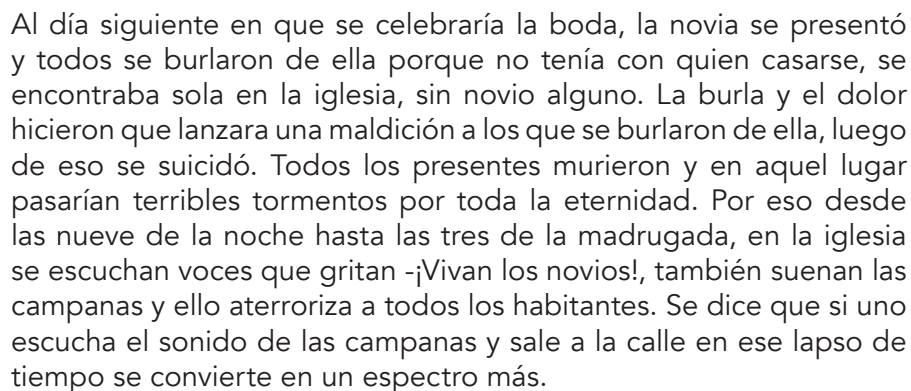
1. Utiliza la información de diferentes textos para orientar sus intereses en ámbitos diversos.
2. Establece relaciones analógicas considerando las variaciones léxico-semánticas de las expresiones para la toma de decisiones.
4. Propone soluciones a problemáticas de su comunidad a través de diversos tipos de textos, aplicando la estructura discursiva, verbal o no verbal y los modelos gráficos o audiovisuales que estén a su alcance.
5. Aplica los principios éticos en la generación y tratamiento de la información.
7. Determina la intencionalidad comunicativa en discursos culturales y sociales para restituir la lógica discursiva a textos cotidianos y académicos.
8. Valora la influencia de los sistemas y medios de comunicación en su cultura, en su familia y en su comunidad para analizar y comparar sus efectos positivos y negativos.
10. Analiza los beneficios e inconvenientes del uso de las tecnologías de la información y la comunicación para optimizar las actividades cotidianas.
11. Aplica las tecnologías de la información y la comunicación en el diseño de estrategias para la difusión de productos y servicios en beneficio del desarrollo personal y profesional.

Actividad introductoria

Lee con atención la siguiente leyenda y responde lo que se te pide.

Leyenda de la novia de Tultepec, Chiapas

Esta leyenda de la Ciudad de Tultepec, Chiapas, es muy antigua y se ha transmitido de generación en generación. Cuenta la leyenda que en el pueblo vivía una mujer que estaba comprometida con un hombre. Estaban muy felices por su noviazgo. Una noche antes de casarse, la mujer descubrió a su amado novio durmiendo con su mejor amiga. Al verlos, la novia tomó un palo y con el corazón destrozado los mató a golpes. Nadie sabe por qué no se defendieron, pero así sucedió; la novia lloró sin parar su angustia.



1. Describe en 300 palabras ¿cómo te imaginas a los novios?

This image shows a full page of white paper with horizontal dashed lines, typical of primary-ruled notebook paper. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are no margins, text, or other markings on the paper.

2. Realiza un dibujo en donde representes el párrafo número dos.

3.

Realiza un producto cuyo nombre sea La novia de Tultepec, adáptalo a los estudios profesionales y preséntalo ante el grupo. Sigue los ejemplos que te presentamos a continuación:

Carrera	Producto sugerido
Ingeniería	Problema o ejercicio matemático en el cual se adapte el nombre.
Gastronomía	Platillo mexicano o de creación propia cuyo nombre corresponda a lo propuesto.
Medicina	Enfermedad cuyos síntomas se apeguen al nombre de la leyenda.
Derecho	Propuesta de ley que se relacione con la leyenda.
Comunicación	Idea creativa para un spot o cápsula radiofónica de veinte segundos.

Estas fueron solo algunas propuestas, ahora te toca elegir o proponer un producto que sea acorde con la carrera que deseas estudiar; pide apoyo a tu profesora o profesor y busquen que tu producto sea atractivo.

4.

A partir de lo realizado en el punto tres explica cuál es la importancia de la comunicación en la vida cotidiana y cómo se relaciona la comunicación con otras áreas del conocimiento humano.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Esperamos que esta primera actividad haya sido de tu agrado y que en compañía del docente a cargo empieces a explorar la infinidad de situaciones en las que interviene la comunicación.

Tema 1. Definición de comunicación

El acto comunicativo empieza con la vida misma, asume formas diversas y complejas, tal es el caso de la comunicación vegetal, la comunicación animal y los medios de comunicación masiva. La palabra 'comunicación' se relaciona con el lenguaje (imagen mental que representa) y con la información (necesidad primordial en el ser humano). En otros ámbitos se le considera ciencia, ante ello es difícil establecer fronteras entre comunicación e información, la primera se presenta de manera cíclica, genera y espera respuesta a partir del mensaje de quien genera el mensaje; la segunda es lineal y no existe respuesta ante el mensaje emitido.



Los antecedentes de la comunicación humana se remontan a nuestros primeros antepasados quienes, en su lucha por sobrevivir, se vieron en la necesidad de adoptar determinados mecanismos como gestos, voz, dibujos y pinturas que les sirvieron para expresarse y transmitir sus conocimientos.

En este sentido, la comunicación se define como el acto inherente al hombre porque le ayuda a expresarse y a conocer más de sí mismo, de los demás y del medio que lo rodea. Es un proceso de transmisión y recepción de ideas, pensamientos, sentimientos y emociones.

<https://youtu.be/M-j1oOBCBYs>



Tema 2. Tipos de comunicación

Los tipos de comunicación se presentan a partir del conocimiento de la psicología social y de la sociología, en donde se aplica una serie de criterios comunes, derivados del modelo clásico de la comunicación, para clasificar las formas de los procesos comunicativos y desglosarlos en factores situacionales: formalidad o informalidad de la relación comunicativa, frecuencia, número de comunicadores implicados, grado de retroacción, naturaleza de los canales (naturales/artificiales), configuración de la audiencia (reunida/dispersa), número de canales y distancia física de los interlocutores. De este modo, reconocemos dos tipos de comunicación:

- a) Comunicación interpersonal:** es la comunicación social inicial y se genera en el seno familiar, después se practica en instituciones sociales. Se considera que es la base de las relaciones humanas debido a que se presenta cara a cara, sin embargo, no podemos olvidar las comunicaciones tecnológicas como la conversación telefónica, la mensajería instantánea, el correo electrónico, el chat, etcétera.
- b) Comunicación intrapersonal:** es interiorizar experiencias a través de un diálogo con nosotros mismos. Es un monólogo, es decir, un diálogo que realiza una persona para sí misma o para un público; un ejemplo de monólogo es cuando revivimos un recuerdo o cuando nos preguntamos

acerca de las emociones que nos provoca un acontecimiento. Por lo regular se aplica en la publicidad y en otros discursos argumentativos.

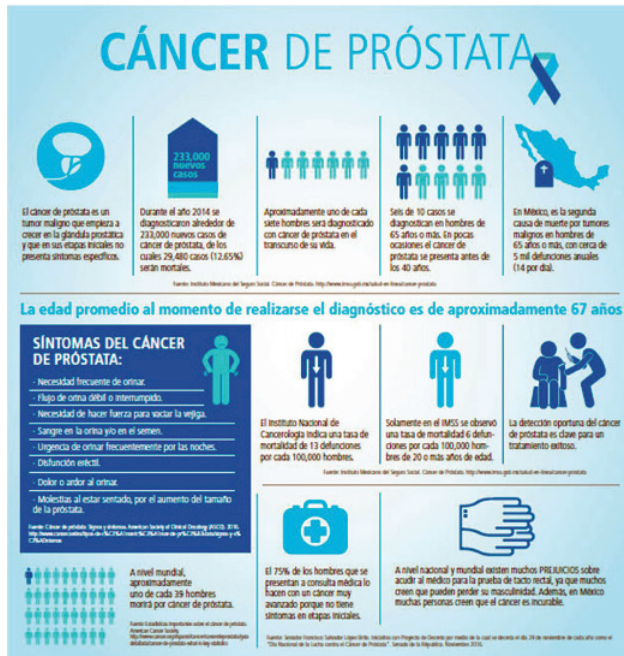


<https://youtu.be/diz6SOLEvfA>

“¿Qué hace único a un gran comunicador?”

Para saber más...

El uso de gráficos como material comunicativo



Por Julio Enrique Muñoz del Bosque (2017).

El uso de gráficos como material comunicativo.

En muchas áreas del conocimiento y en medios de información la infografía se ha convertido en uno de los mejores materiales de comunicación para hacer difusión sobre cualquier tema. En estos materiales se combina el uso de imágenes (fotografías, ilustraciones, mapas, etc.) con textos que complementan la información que se hará llegar al público. Recordemos que la infografía es una representación visual o diagrama de textos que ayuda a resumir o explicar un tema en específico. Las infografías generan exposiciones, argumentos, narraciones e interpretaciones que pueden llevar imágenes fijas o animaciones y sonido (según el medio en el que se difunda). A los documentos elaborados con esta técnica se les denomina infogramas.



Con el paso del tiempo nos hemos acostumbrado a recibir información de una manera cada vez menos textual y más visual, lo que la hace más clara, directa y fácil de entender. El ex asesor de gráficos de El periódico de Catalunya, Jeff Goertzen, explicó que la infografía combina las habilidades del dibujo y el diseño de un artista con las habilidades periodísticas de un reportero. En muchas ocasiones, la infografía es un material que ayuda a complementar la información escrita en un artículo porque hay datos que no se pueden explicar con lujo de detalle de manera escrita. Eso puede aplicarse de manera más específica a los casos en los que hay que hacer difusión de datos numéricos (tiempo, estadística, población, dinero, kilogramos, litros, etc.) porque de manera visual estos datos se pueden comprender de una forma más rápida y entretenida. Los elementos gráficos de uso más común suelen ser en muchas ocasiones los mismos que se usan para las presentaciones de reportes en las empresas como pueden ser las gráficas de barra, gráficas de pastel, gráficas de línea, tablas, entre otros; y estos se combinan con otros elementos como mapas, ilustraciones, retratos, o fotografías.

En el caso específico de los temas de salud, las infografías son de gran utilidad cuando se necesita difundir información sobre alguna enfermedad. En estas infografías se desarrollan imágenes (en combinación con textos) para explicar las causas por las que se adquiere una enfermedad, los síntomas que presentan los pacientes, la cantidad de pacientes a nivel global, regional, nacional, o estatal (según se necesite informar), gráficas que representen si la cantidad de pacientes ha aumentado o disminuido (comparando el año actual versus años anteriores), la cantidad de fallecimientos que ha causado la enfermedad y si los fallecimientos han aumentado o disminuido comparado con años anteriores.

También se pueden utilizar ilustraciones de zonas del cuerpo humano representando los órganos o sistemas que se ven más afectados por la enfermedad, y sobre ellos se pueden utilizar otros elementos gráficos como la ilustración del virus o bacteria que causa el padecimiento, flechas que indiquen el camino que sigue el microorganismo al pasar por estos órganos adentro del cuerpo. Al tocar el tema del tratamiento para curar o controlar la enfermedad se incluyen imágenes que representen las terapias correspondientes como la medicación (imágenes de tabletas, cápsulas, jeringas, etc.), la cirugía (hospital, quirófano, etc.), entre otras. Esto siempre se debe de hacer respetando las normativas sanitarias aplicables en cada país, en especial porque hay temas prohibidos como el mencionar de manera pública el nombre de algunos medicamentos de prescripción (como en el caso de México), esto con el objetivo de evitar la automedicación en la población y propiciar que siempre busquen consultar a su médico.

Con ello es indispensable recordar que las infografías que se realicen para temas de salud deben de buscar realizarse con absoluto apego a la ética profesional. Esto incluye el uso de datos reales y recientes publicados por autoridades sanitarias, así como datos que se tomen de estudios clínicos e investigaciones

realizadas por instituciones públicas o privadas serias. Dentro de estas limitantes los responsables de desarrollar las infografías tienen el campo abierto para aplicar toda su creatividad y talento para realizarlas.

Tema 3. Modelos de comunicación

La comunicación es un proceso en el que se transmite y recibe información. Ya Aristóteles planteaba los elementos que intervienen en la construcción de un modelo de comunicación. Para hablar de modelos de comunicación es conveniente definir modelo y proceso; al respecto, Manuel Martín Serrano (1991, p. 11) dice que un modelo:

es la representación de algún tipo de organización de alguna COSA. Para representar cualquier cosa es necesario tener en cuenta sus componentes y las relaciones que existen entre tales componentes. Por ejemplo, un modelo que represente un circuito integrado reflejará todas las piezas que lo constituyen y las conexiones que las enlazan entre sí.

Por su parte, Castro y Zareth (2006, p. 20) sostienen que los modelos son:

Una simplificación o descripción gráfica de un fragmento de la realidad, algunas de sus funciones son las siguientes: a) Mostrar las principales partes de una estructura o proceso y su relación; b) Presentar una visión panorámica (...); c) Ayudar a descifrar información, al simplificar la información que de otra forma podría parecer ambigua o complicada; d) Guiar a quien interpreta hacia los puntos clave de un sistema o proceso e) Hacer posible la predicción exitosa o el curso de determinados eventos.

Respecto al concepto de proceso, afirman lo siguiente:

Al estudiar detalladamente el concepto de proceso, éste incluye los acontecimientos y las relaciones como dinámicos, en un constante devenir, eternamente cambiantes y continuos. El proceso, en estos términos, carece de principio o fin, es una secuencia de acontecimientos que se haya en constante movimiento. Los componentes de un proceso de interaccionan entre sí, es decir, cada uno de ellos influye en los demás. Son dichos componentes y sus interrelaciones los que se toman en cuenta cuando se trata de construir un modelo del proceso comunicativo (Castro y Zareth, 2006, p. 15).

Entendidos los conceptos de modelo y proceso, te presentamos algunos modelos que te ayudarán a entender el valor de la comunicación como proceso en diversos ámbitos, te invitamos a revisarlos con tu docente.



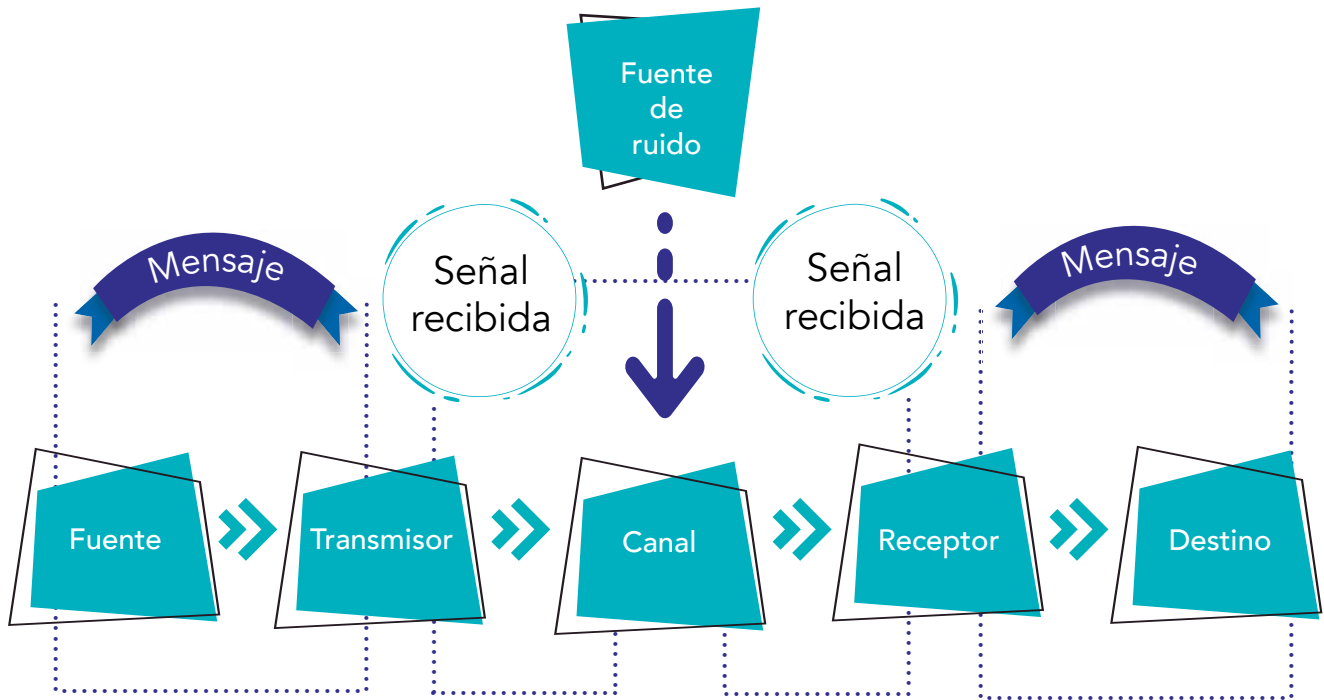
Modelo de Aristóteles



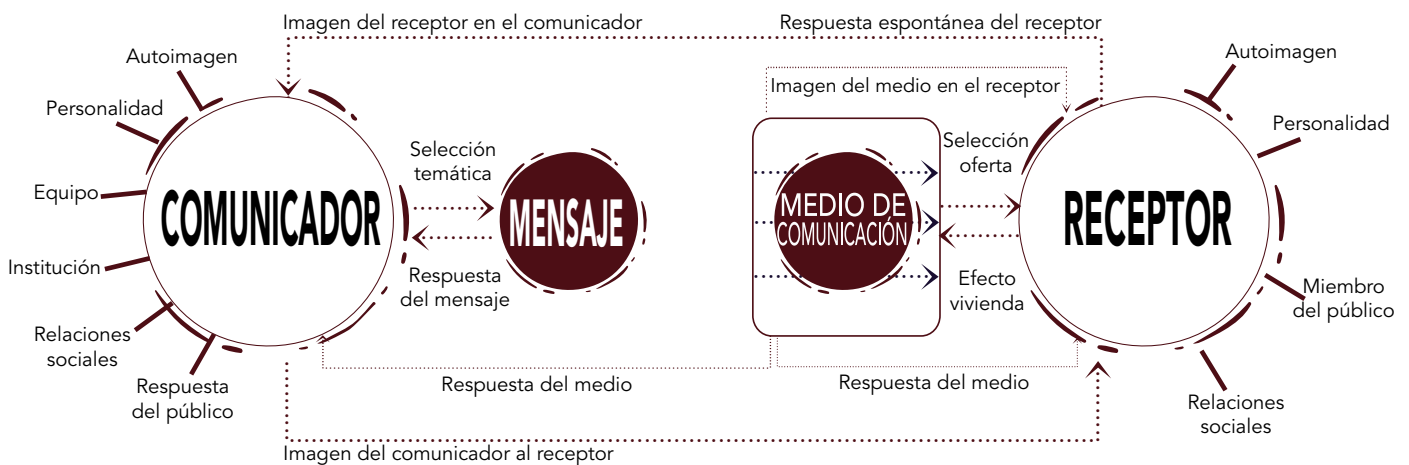
Modelo de Lasswell



Modelo de Shannon y Weaver

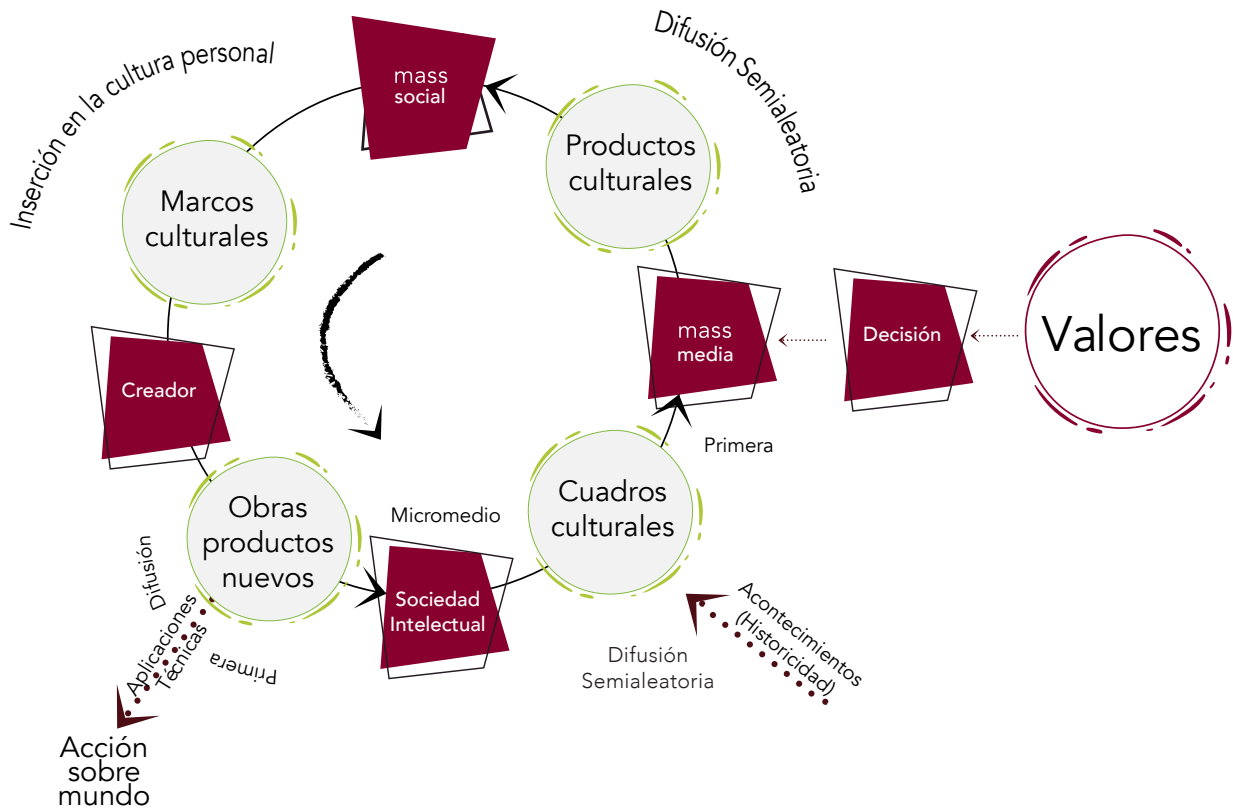


Modelo de Gerhard Maletzke

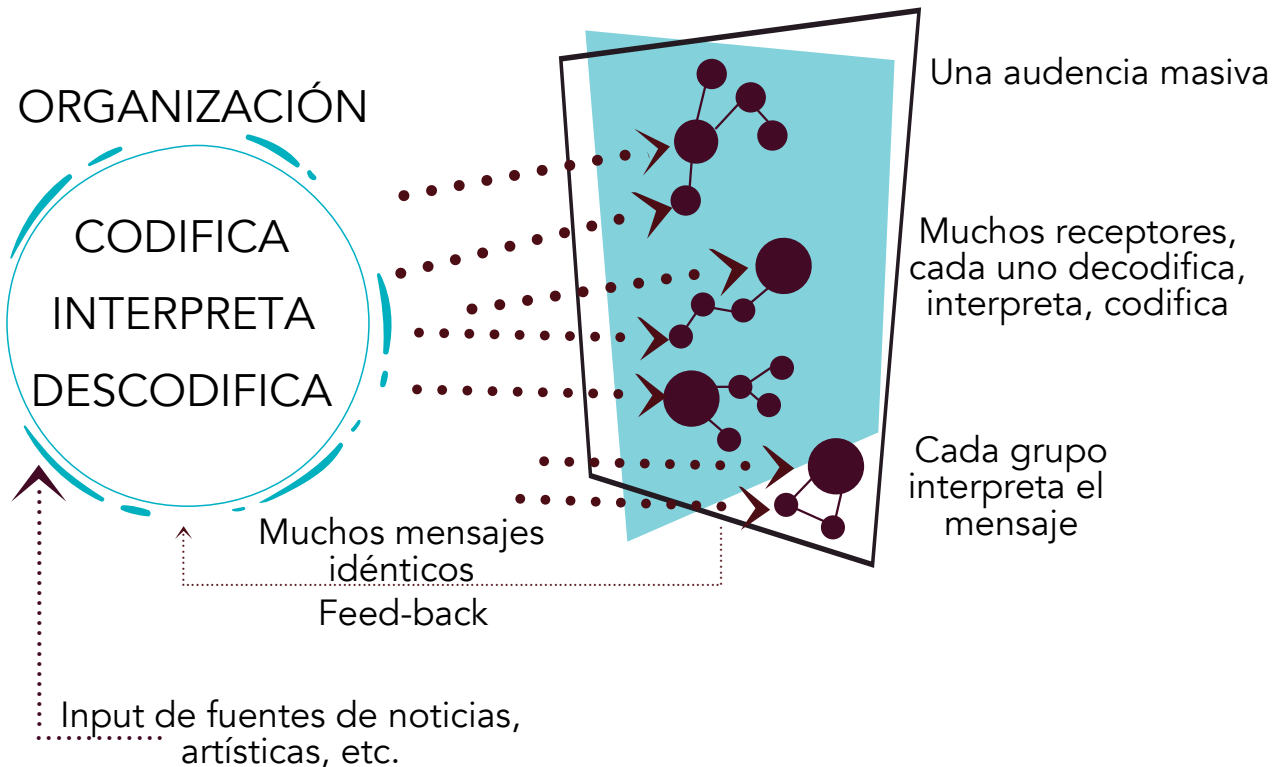




Modelo de Abraham Moles



Modelo de Schramm



Lasswell (modelo lineal) complementó el esquema de Aristóteles agregando que el mensaje viaja por el canal y que tiene un efecto. Posteriormente Shannon y Weaver plantearon que el mensaje era emitido a través de algún medio que implicaba la electrónica; su esquema se compone de una fuente de información con un mensaje codificado y emitido por un transmisor que lleva una señal o impulso acompañada por una interferencia o ruido, el cual llega hasta un receptor que lo decodifica, a este modelo se le denomina teoría de la información.

Gerhard Maletzke añadió factores individuales, su modelo "sistema social" y de "usos y funciones" de la comunicación muestra interacciones complejas entre las partes del proceso de comunicación, Maletzke explica que el mensaje llega al receptor a través de un medio de comunicación. Cada medio tiene características tecnológicas que inciden en el proceso perceptivo, en la vivencia y en los efectos que produce en el receptor, quien debe seleccionar los medios a los que prestará atención; de esta manera el receptor toma una parte activa en el proceso de la comunicación social determinando qué mensajes producirán una vivencia en él, con esto adquiere imagen, conducta, vivencia, rol y funciones en el sistema social.

En el modelo de Abraham Moles denominado "sociodinámica de la cultura" se presenta un conjunto de sistemas y subsistemas en los que fluyen los circuitos de los mensajes y procesos comunicativos, educativos y culturales. Se confronta el "ser" y "deber ser" a partir de lo racional, lo dialéctico, lo crítico y lo histórico para buscar el progreso social, cultural y político.

Schramm presenta el procesamiento del mensaje, que se da tanto en el emisor como el receptor, por eso establece otro proceso en el que el receptor elige un mensaje entre varios que se le presentan simultáneamente (factor de selectividad), también esquematiza el proceso de un mensaje cuando es emitido por un medio masivo de comunicación; Schramm explica la manera en que se selecciona un mensaje sobre otros que viajan en un mismo canal técnico hacia un público determinado

Abordar distintos modelos nos permite relacionar los procesos comunicacionales que damos por supuestos y naturales; nos ayudan además a entender el papel del sujeto (emisor o receptor) y el mensaje en una mirada racional de nuestros propios ámbitos de referencia, ya sea en el hogar, en la escuela, de manera intrapersonal o de forma interpersonal.

La comunicación permite establecer relaciones y puntos en común con los miembros de una sociedad, así lo fue desde un principio, cuando el objetivo principal era intercambiar experiencias y saberes que ayudarían a fortalecer las relaciones de la humanidad. En el siguiente módulo veremos el papel que desempeñan los medios masivos de comunicación y la manera en que los modelos de comunicación toman un rol protagónico en la construcción y recepción de mensajes, trayendo consigo consecuencias fundamentales para la vida social.



Módulo 2

Comunicación
y cultura



Propósito

Reflexiona sobre el papel que desempeña la comunicación en la cultura a través de la cultura de masas, para proponer soluciones a problemáticas de su sociedad.

Competencias genéricas y atributos

4. Escucha, interpreta y emite mensajes pertinentes en distintos contextos mediante el uso de medios, códigos y herramientas apropiados.

4.1. Expresa ideas y conceptos mediante representaciones lingüísticas, matemáticas o gráficas.

4.5. Maneja las tecnologías de la información y la comunicación para obtener información y expresar ideas.

8. Participa y colabora de manera efectiva en equipos diversos.

8.3. Asume una actitud constructiva, congruente con los conocimientos y habilidades con los que cuenta dentro de distintos equipos de trabajo.

10. Mantiene una actitud respetuosa hacia la interculturalidad y la diversidad de creencias, valores, ideas y prácticas sociales.

10.2. Dialoga y aprende de personas con distintos puntos de vista y tradiciones culturales mediante la ubicación de sus propias circunstancias en un contexto más amplio.

10.3. Asume que el respeto de las diferencias es el principio de integración y convivencia en los contextos local, nacional e internacional.

Competencias disciplinares

Básicas

7. Valora y describe el papel del arte, la literatura y los medios de comunicación en la recreación o la transformación de una cultura, teniendo en cuenta los propósitos comunicativos de distintos géneros.

9. Analiza y compara el origen, el desarrollo y la diversidad de los sistemas y medios de comunicación.

Extendidas

4. Propone soluciones a problemáticas de su comunidad, a través de diversos tipos de textos, aplicando la estructura discursiva, verbal o no verbal, y los modelos gráficos o audiovisuales que estén a su alcance.

5. Aplica los principios éticos en la generación y tratamiento de la información.

Tema 1. De la cultura popular a la cultura de masas

La cultura popular y la cultura de masas son connotaciones diferentes, tienen un área de investigación específica y focos analíticos diversos. Te ayudaremos a abrir un panorama de conocimientos que te permitan entender, a través de la comunicación, el papel que desempeñamos y que desempeñarás en los próximos años; de esa manera estarás preparado para dar y recibir información, siempre desde un punto de vista crítico que te permita analizar, interpretar y sobre todo evaluar cada mensaje que se construye en la cotidianidad del contexto que habitas.

En primer lugar analizaremos qué es la cultura; para Raymond Williams (en Storey 2002, p. 14), la cultura "es una de las dos o tres palabras más complicadas de la lengua inglesa", por lo que sugiere tres definiciones amplias.

La palabra cultura puede usarse para referirse a un proceso general de desarrollo intelectual espiritual y estético, un segundo uso de la palabra 'cultura' sugiere un modo de vida específico ya sea de un pueblo, un periodo o de un grupo, pero finalmente establece que puede utilizarse en referencia a las obras y prácticas de la actividad intelectual y especialmente artística (Williams en Storey, 2002, p.14).

Es momento de que dialogues con tu profesor sobre el concepto de 'cultura', para ello toma en cuenta lo siguiente: la cultura puede hacer referencia a los filósofos, artistas y poetas que han marcado cada época, puede también remitir a las celebraciones como la Navidad o a movimientos de subcultura juvenil, aunque también la cultura la forman las prácticas significativas que marcan a la sociedad, tal es el caso de las bellas artes.

Por lo general a lo que se le considera popular, es decir, del pueblo, se le excluye de las manifestaciones de la alta cultura, la refinada y cortesana. Sin embargo, lo popular son las artesanías, lo que se hace por el gusto de enunciar algo y que un grupo social lo reconoce como parte de su expresión, tal es el caso de un baile folclórico, las calaveritas de dulce, la música de mariachi, la marimba, los collares artesanales, las muñecas de trapo, entre otras manifestaciones artísticas.

En la época contemporánea la cultura de masas se presenta a través de los medios de comunicación y forma parte de las sociedades desarrolladas en la dinámica política y tecnológica. La cultura de masas tiene su origen en el capitalismo industrial desde finales del siglo XIX; converge con las formas de vida urbana y los rasgos del sujeto individual, esto significa que la división del trabajo nos lleva a ofrecer y adquirir diversos servicios que satisfacen necesidades a los habitantes de las urbes de manera funcional, como el comercio y el transporte; cuando esto ocurre se pasa de una economía articulada en la producción a la economía de consumo.

El fenómeno de las masas surge en el siglo XIX con las convulsiones políticas (revoluciones nacionalistas, procesos de unificación, revolución soviética) en donde la participación de los ciudadanos es decisiva en las transformaciones



económicas (planificación de urbes, tecnificación, concentración de industrias y entornos laborales) para desarrollar las teorías de la alienación, los espectáculos y los medios de comunicación (prensa, radio, televisión, cine y exposiciones universales) que reconfiguran a las sociedades.

Para entender el concepto de masas reflexiona lo siguiente: imagina que los seres humanos puedan ser moldeados como lo hacemos con una plastilina; eso hacen los medios de comunicación, moldean a los sectores de la sociedad a sus propios intereses, con una forma específica de pensar y de actuar, por eso los mensajes transmitidos se convierten en algo rígido, establecido y rara vez analizan o reflexionan. Así nace la cultura de masas, como un proceso de absorción y transformación de la cultura popular y la de élite, se unifica lo cultural, lo tecnológico-industrial y lo económico.

Con la cultura de masas nace el consumo de cultura, aspecto que pasa a ser parte de la vida social y también una parte de industria avanzada, de modo que el Estado interviene en la cultura en términos de garantía a través de fundaciones, políticas de desarrollo cultural, subvenciones, etc. El papel que desempeñan los medios de comunicación es fundamental ya que juegan un doble papel, como productores y como difusores de cultura de masas (valores, estilos, estéticas y visiones del mundo social, desde el nivel cotidiano y anecdótico, hasta el principio de identificación de las formas culturales); constituyen la unión entre lo económico (producción, planificación, comercialización de servicios y valores), lo tecnológico (dispositivos tecnológicos de la comunicación y la información con uso social de forma y género) y lo práctico (capitalización del valor de la imagen e información como instrumento de gestión, organización y poder).

El paso de cultura popular a cultura de masas se genera a partir del papel que desempeñan los medios de comunicación y Estado para convertir algo que se produce o transmite en una pequeña localidad en algo masivo, es pasar de la mano de obra artesanal a producción en serie, aunque la calidad no sea la misma, tal es el caso de las artesanías de algún pueblo mágico como Metepec, en donde el pequeño artesano tiene que enfrentarse en el mercado a productos que se realizan a grandes escalas y cuyo costo es menor al que ofrece el trabajador en su taller y al que dedica horas.

¿Qué opinas? ¿Reconoces algún caso semejante? Verdad que sí, pues este es un fenómeno social al que nos enfrentamos en la actualidad y aun así nos atrevemos a regatear con el pequeño comerciante y artesano sobre el costo de lo que nos ofrece y preferimos consumir productos cuya calidad es menor, pero que por el precio lo adquirimos, sin darnos cuenta la manera en que afectamos a los productores. Esperamos que entiendas esto cuando visites algún lugar y encuentres a los comerciantes vendiendo los productos característicos del lugar; seguramente esto suceda en algunas fiestas tradicionales del lugar donde vives, en donde es cada vez mayor el impacto publicitario para que más gente asista y consuma; a eso se le llama pasar de lo popular a las masas, es decir, no solo es para unos cuantos, sino para todos.

Tema 2. Apocalípticos e integrados

En 1964 Umberto Eco¹ acuñó dos conceptos fundamentales para los estudios de cultura y comunicación, nos referimos a los de apocalípticos e integrados.

Los apocalípticos son aquellos que consideran que las nuevas formas culturales terminan con las del pasado, generando un mal; se considera un aspecto negativo a la cultura de masas. Los integrados son los que consideran a la cultura de masas como algo nuevo que permite la expresión sin destruir lo anterior, al contrario, lo enriquece planteando una visión positiva de la cultura de masas.

De esta manera los pensadores y las diferentes corrientes de pensamiento se dividen en aquellos que apoyan los aspectos tecnológicos y medios de comunicación de masas en relación con la cultura y la manera en que logra la globalización (integrados), y en quienes están en contra de que la tecnología y los medios de comunicación de masas influyan en la cultura y conducta de los sujetos en sociedad (apocalípticos); lo cual nos lleva a tomar una postura sobre ello, debido a que todos somos parte de la cultura.

De seguro has escuchado o leído que anteriormente se creía que la televisión y el teléfono producían daño a quienes estaban cerca de ellos; en el caso de la televisión se argumentaba que quien la veía desatendía otras actividades o que causaba retraso mental, a tal grado de que se le denominó "la caja idiota"; en el caso del teléfono se decía que perjudicaba la intimidad de las familias, situación que se sigue presentando con medios y aparatos tecnológicos como los videojuegos y el uso de internet. Irónicamente aquellos que los critican ahora los consumen. Lo anterior es un claro ejemplo de apocalíptico; el integrado apoyará dichos medios y buscará sacarles provecho en su vida.

Desde el punto de vista de la cultura de masas, tenemos dos visiones contrapuestas que se exponen y caracterizan de la siguiente manera:

¹ Nació en Turín el 5 de enero de 1932. Después de estudiar en la universidad de esa ciudad trabajó para la RAI (Radio Audizione Italiana) desde 1954 hasta 1959, y fue profesor de estética en Turín entre 1956 y 1964. Dio clases en la Universidad de Milán durante dos años, antes de convertirse en profesor de comunicación visual en Florencia en 1966. También fue catedrático de Semiótica en la Universidad de Bolonia. Es y será el semiótico más importante de la segunda mitad del siglo XX y principios del XXI. Autor de obras como El nombre de la rosa (1980), Obra abierta (1962), Apocalípticos e integrados (1964), La estructura ausente (1968), El superhombre de masas (1976), Tratado de semiótica general (1975), Semiótica y filosofía del lenguaje (1984), Diario mínimo (1963), El péndulo de Foucault (1988), La isla del día antes (1994), La misteriosa llama de la Reina Loana (2004) y El cementerio de Praga (2010).



Concepto	Definición	Características
Apocalípticos	Son aquellos que miran hacia el pasado y se aferran a las viejas costumbres, a las antiguas teologías y a los métodos reaccionarios de rechazo para hallar la verdad. Condenan todo aquello que tenga que ver con nueva tecnología y su empleo en el arte y rechazan la distribución de información en abundantes cantidades.	- Degradación del gusto. - Audiencia pasiva. - Estandarización. - Manipulación y control. - Superficialidad y simplificación. - Utilización de la carga emotiva. - Predominio de los valores y motivación económica. - Sustitución del mundo social. - Colonización cultural. - Opacidad. - Perpetuación de valores de clase. - Planificación e imposición de la clase dominante.
Integrados	Crean de manera optimista que experimentamos una magnífica generalización del marco cultural y defienden este fenómeno ciegamente. Están convencidos de las bondades de las nuevas tecnologías y las difunden como parte fundamental de un futuro más libre y prometedor.	- Democratización de la cultura. - Audiencia participativa. - Diversificación. - Creatividad. - Amplitud temática y conceptual. - Intensidad. - Aparición de nuevas formas de expresión cultural. - Globalización e intercambio cultural. - Mestizaje. - Accesibilidad. - Transformación radical. - Desarrollo espontáneo de la dinámica social.

Fuente: Elaboración propia, Luis Alberto Garduño Sánchez.

Con lo anterior, ¿de qué lado estás?, coméntalo con el docente y generen soluciones a la problemática planteada.

Tema 3. El kitsch: la estética del mal gusto

¿Te has puesto a pensar por qué algunos somos propensos a acumular cosas? En nuestros hogares muchos guardamos objetos en la vitrina o los exhibimos en la sala, tal es el caso de las fotografías. El chofer del servicio público, por ejemplo, trae consigo diversos elementos en su vehículo (el peluche en el tablero, el zapatito colgado, el tapete de tejido tradicional, el perrito que mueve la cabecita en un constante sí, la camiseta de algún partido político o de un equipo de fútbol. A esa acumulación de elementos Umberto Eco le llamó kitsch o “estructura del mal gusto”; en el arte se relaciona con la prefabricación e imposición del efecto.

El kitsch es una especie de mentira y chiste que forma parte de nuestra cultura y que nos acerca con lo estético; se relaciona con el diseño, el arte y el estilo de vida. El concepto tiene origen alemán y significa “mal gusto”. La estética kitsch se caracteriza por expresar demasiado; es una de las formas más aparentes de la cultura de masas y una cultura de consumo; los artículos de moda y el consumismo nos hacen acumular diversos objetos. Muchas veces nos llenamos de objetos que funcionan como recuerdos de eventos determinados (fiestas de cumpleaños, graduaciones, bodas, entre otras).

El kitsch en México tiene su origen en el siglo XIX con las clases emergentes que, al cambiar su estatus social, elaboraron productos similares a los que tenían los nobles y burgueses, dicha producción fue en serie para que todos pudieran adquirirlos a muy bajo costo y con poca calidad. En la actualidad el kitsch se encuentra en casi toda la cultura de masas, en donde diversos elementos pueden unirse sin importar su origen. La principal idea en el kitsch es presumir al objeto, facilitándole a quien lo ve la capacidad de recepción; es acostumbrarse a los objetos sin valor de culto, solo importa el valor de exhibición, el reconocimiento de que se tiene porque está de moda.

Lo estético se abarata (nos referimos a la facilidad de que cualquiera puede presentar un objeto como signo de orgullo o sentimiento), se retorna a un principio de transformación, de reconceptualización para comprender y apreciar lo que es parte de nuestra vida cotidiana. Lo kitsch expresa que somos parte de un grupo social, la cultura (urbana) se representa y se proyecta para recordarnos que somos parte de algo; con un objeto recordamos un viaje, una fiesta o nuestras creencias.

El kitsch se puede encontrar en las diversas expresiones humanas como la música, la pintura, la escultura, la literatura, el cine, la televisión, el deporte, la moda, etcétera. Observa el siguiente ejemplo:

<https://youtu.be/fKZAWvs9qpY>



**Medios de
comunicación
masivos**



Propósito

Analiza los medios de comunicación en México (desde su origen hasta la actualidad) para comprender su función en la sociedad.

Competencias genéricas y sus atributos

4. Escucha, interpreta y emite mensajes pertinentes en distintos contextos mediante el uso de medios, códigos y herramientas apropiados.

4.1. Expresa ideas y conceptos mediante representaciones lingüísticas, matemáticas o gráficas.

4.5. Maneja las tecnologías de la información y la comunicación para obtener información y expresar ideas.

8. Participa y colabora de manera efectiva en equipos diversos.

8.3. Asume una actitud constructiva y congruente con los conocimientos y habilidades con los que cuenta dentro de distintos equipos de trabajo.

10. Mantiene una actitud respetuosa hacia la interculturalidad y la diversidad de creencias, valores, ideas y prácticas sociales.

10.2. Dialoga y aprende de personas con distintos puntos de vista y tradiciones culturales mediante la ubicación de sus propias circunstancias en un contexto más amplio.

10.3. Asume que el respeto de las diferencias es el principio de integración y convivencia en los contextos local, nacional e internacional.

Competencias disciplinares

Comunicación básica

7. Valora y describe el papel del arte, de la literatura y de los medios de comunicación en la recreación o la transformación de una cultura, teniendo en cuenta los propósitos comunicativos de distintos géneros.

9. Analiza y compara el origen, el desarrollo y la diversidad de los sistemas y medios de comunicación.

Extendidas

4. Propone soluciones a problemáticas de su comunidad a través de diversos tipos de textos, aplicando la estructura discursiva, verbal o no verbal, y los modelos gráficos o audiovisuales que estén a su alcance.

5. Aplica los principios éticos en la generación y tratamiento de la información.

Tema 1. Tinta y papel ¿informar o comunicar?

Desde el periodo Eolítico (un millón a 300mil años a.C.) el acto de la comunicación escrita empezó a tomar relevancia a través del empleo de pigmentos provenientes de grasas animales, minerales y vegetales. En Mesopotamia la escritura cuneiforme representaba sonidos de sílabas. En Egipto el papiro fue fundamental para resguardar información financiera y social de los gobernantes; sin embargo, con los fenicios aparecen signos gráficos que después serían perfeccionados por los griegos, quienes le dieron el nombre de "alfabeto".

En Corea, durante el reinado de la dinastía Chang (S. XI d. C.), un herrero de nombre Pi Shang descubrió la primera forma conocida de tipografía mediante la impresión de tipos móviles hechos de madera. En Europa los manuscritos fueron elaborados para muy poca gente, se consideraban obras de arte anónimas y su función era recrear y educar; no obstante, con la primera imprenta básica de Johannes Gutemberg (1440) y el papel que ya se fabricaba en Xativa, Valencia, desde el siglo XII, floreció la impresión de hojas de volantes y de libros por Europa a finales del siglo XV y principios del XVI. El primero que imprimió un libro utilizando letras móviles de madera fue el holandés Laurens Coster.

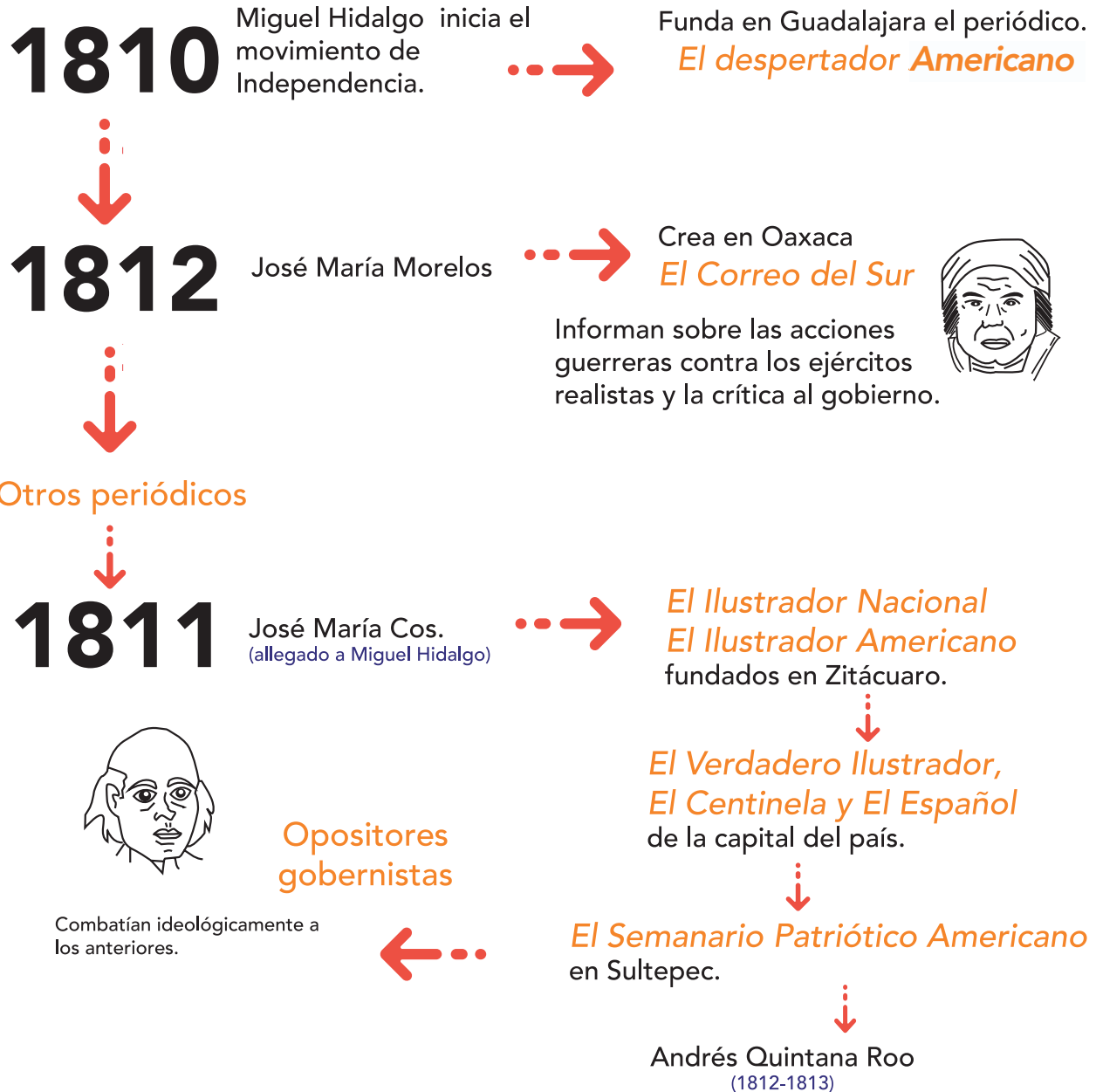
En México los evangelizadores franciscanos y dominicos encontraron que las culturas indígenas habían desarrollado una escritura jeroglífica que les permitía conservar la memoria de ciertos acontecimientos. No debemos olvidar que con la llegada de los españoles se distinguió que los frailes se interesaban por conocer el carácter y la historia de los nativos para evangelizarlos y protegerlos, mientras que los soldados sometían por medio de las armas.

Entre 1535 a 1539 llegaron a México las dos primeras imprentas a instancias del obispo Juan de Zumárraga; otras seis fueron traídas por europeos independientes hacia finales del siglo XVI; de ahí que se desarrollaran publicaciones formativas e informativas de carácter civil y religioso. Sin embargo, el periodismo mexicano comenzó entre los siglos XVII y XVIII; quienes destacaron en esta área fueron Carlos de Sigüenza y Góngora con Mercurio Volante (1693) y Juan Ignacio Castorena con La Gaceta de México (1722).

A continuación se te presenta un recorrido de la prensa en México, desde la independencia a la revolución; coméntalo con tu docente para conocer más sobre el papel que desempeñó la prensa durante ese tiempo.



3.1.1. La prensa en México: de la Independencia a la Revolución



27 de septiembre de 1821

Agustín de Iturbide se promulgó
Emperador, duró diez meses.



Tendencia en el periodismo. ...→

Generó 68 publicaciones en
la capital y 45 en los Estados.

(hasta 1835)

Los géneros informativos, de opinión
y los estilos de redacción usados en
esa época se diversificaron para
generar una mal entendida
libertad de imprenta.



Panfletos plagados de injurias
y calumnias.



Primera mitad del s. XIX Pueblo y políticas

No asimilan lo que
significaba la
Independencia



La intervención francesa durante el gobierno de Benito
Juárez hizo que la crónica obtuviera gran auge. ...→

"Libertad de
imprensa"



Destaca el tema de Maximiliano
y su entrada a México ...→

Victoriano Salado
(periodista)

Porfiriato- La prensa jugó un papel fundamental.



Información manipulada e impuesta por el propio gobierno (apoyo a talleres de impresión)



Trinidad Sánchez Santos (periodista), cuestiona al gobierno de Porfirio Díaz con su columna "**Guerrillas**" en el periódico **Tiempo** (1885-1894).



Fundó **El País**- 1 de enero de 1899, entra en polémica con **El Imparcial** subvencionado por el gobierno porfiriano, Rafael Reyes Spíndola.



1910- **El País** tiraba 30 mil ejemplares diarios y **El Imparcial** 50 mil.



1912- **El País** por 150 mil ejemplares diarios.



Francisco I. Madero se reunió con los directores de los periódicos más importantes para reclamar la falta de ética ante la información y la imagen de su persona.

1900- Ricardo Flores Magón con su periódico **Regeneración** establece vínculo con las organizaciones obreras (manifiestos y programas del Partido Liberal)



El Imparcial
El País
El Diario
El Heraldo de México
La Prensa



El porfiriato representó una oligarquía al impedir el desarrollo de la democracia, pero con la Revolución Mexicana se estableció una estructura de transformación que llevaría a una evolución del periodismo de manera plural y democrática. Interesante ¿verdad? Te sugerimos que junto con tu profesor aborden la relación entre prensa y política para establecer manipulación y control social.

3.1.2. Prensa y libertad de expresión: segunda mitad del siglo XX a la actualidad

Durante el siglo XX la prensa en México desempeñó un papel fundamental al dar a conocer los aspectos sociales, políticos y económicos, tuvo que enfrentarse a los medios electrónicos (la radio y la televisión) que se encontraba en pleno nacimiento y que captaban un número significativo de espectadores.

En 1968 la prensa exponía la realidad de aquel 2 de octubre con diversas crónicas del movimiento estudiantil. La postura era crítica hasta ciertos límites, debido a que el gobierno colocaba candados para el manejo de información, esto ponía en cuestión la “libertad de prensa” o “libertad de expresión”, ya que los periodistas que no se alineaban a la ideología del gobierno desaparecían o se quedaban sin empleo.

Otro momento clave para la prensa fue el 6 de julio de 1988, esa fecha marcó cambios políticos que llevaron en el 2000 al triunfo del candidato presidencial del Partido Acción Nacional (PAN), Vicente Fox, gracias a la apertura de los medios (lenta y desigual). En el caso de la prensa, se estableció un proceso democratizador que impulsó los cambios políticos en México por medio de la información que se ofrecía de los temas políticos y el tratamiento de la información indispensable para que las agrupaciones políticas se desarrollaran, buscaran y fortalecieran sus intereses.

Entre los periódicos que destacan en el cambio encontramos: Excélsior, La Jornada, El Financiero, El Universal y Reforma, los cuales incrementaban el número de personajes sociales: empresarios, académicos, intelectuales y miembros de organizaciones civiles. Algunos periódicos se convirtieron en foros de discusión, lugar idóneo y abierto para manifestar ideas y posturas diversas, todo esto entre políticos oficialistas contra los de la oposición, entre académicos de distintas universidades y entre periodistas e intelectuales.

Desde el último cuarto del siglo pasado y principios del XXI, el periódico es constructor de opinión que busca influir en el proceso de toma de decisiones en el sistema político, de allí que sea considerado como un verdadero actor político que sigue sus criterios editoriales e intereses políticos y económicos para informar e interpretar la realidad política. Pretende influir en los lectores con recomendaciones y consejos de los acontecimientos políticos, esta actuación de representación del proceso político refleja la discusión y negociación de los conflictos y una relación constante entre prensa y política.



El objetivo de un periódico es influir en los lectores al ofrecerles argumentos, juicios o razones de los acontecimientos que les parezcan interesantes. Su influencia y afluencia es reducida y se encuentra encaminada a cierto sector social.

El gobierno ha controlado a la prensa (libertad de prensa o de expresión) a través de la censura, del suministro de papel, de la corrupción en los periodistas y de la publicidad; ha informado la realidad que le conviene, ocultando problemas y exagerando logros. Por muchos años se mantuvo al margen con el gobierno (proteccionismo), pero en los últimos años la esfera pública, controlada por el régimen político, se ha ido abriendo debido a la resistencia de importantes medios y periodistas que replican de las opiniones oficiales.

La diversificación de temas, la pluralidad de opiniones sobre temas políticos, la incorporación de nuevos interlocutores políticos y sociales, así como el fortalecimiento de la prensa trajo consigo el cambio democrático.

Sin duda la prensa ha jugado un papel trascendente en la vida política, económica y social de nuestro país. Te invitamos a indagar más al respecto; en grupo comenten el papel de la prensa en los últimos años.

Para saber más...

"¿Fin del periodismo impreso?"
Por Jorge Meléndez Preciado

Hace tiempo que se discute si el periodismo impreso fenecerá. Más a partir de la enorme influencia que ha adquirido Internet en la emisión de contenidos informáticos y hasta en libros. Tanto que una buena cantidad de lectores ya no compran los cotidianos y las revistas sino que los buscan en las pantallas. E incluso una buena cantidad de periódicos han desarrollado más sus portales en lugar de apostar por mejorar su contenido en la letra que huele a tinta.

El 5 de agosto nos enteramos que The Washington Post había sido vendido. La operación se hizo entre la familia Graham, encabezada por Donald, y Jeff Bezos, el dueño de Amazon, la hoy muy famosa empresa que entre otras actividades presenta libros en la red.

El monto de la operación fue de 250 millones de dólares, una cantidad no muy alta, ya que el joven Bezos tiene una fortuna calculada en 25 mil millones de dólares y está ubicado en el 19 lugar entre los ricos del mundo. Aunque inició su operación con 300 dólares prestados.

Que hay una barata en los medios tradicionales, lo muestra la adquisición de The Boston Globe en 70 millones de dólares, frente a los mil 100 millones que se pagó por ese diario en 1993.

En este caso, el comprador fue John Henry, dueño del equipo de beisbol Los Medias Rojas de Boston y del club de futbol inglés, Liverpool.

Newsweek, el semanario que incluso se adquiere en México, también fue vendido hace tiempo y este año pasará a manos de IBT Media, la cual realiza una serie de actividades en los medios audiovisuales.

¿Qué está ocurriendo?

Según los Graham: "Internet está transformando casi todos los elementos del negocio de la prensa: acorta los ciclos de las noticias, erosiona las fuentes de los ingresos y permite nuevos tipos de competencia" (El Financiero, 6 de agosto).

El impreso que fue adquirido en 1933 y tenía una serie de éxitos importantes, entre ellos la caída de Richard Nixon debido al escándalo de Watergate, donde las estrellas fueron Carl Bernstein y Bob Woodward. Asimismo, en sus páginas encontramos los detalles de lo difundido por Edward Snowden. Y también hubo un referente muy importante en nuestro país ya que el columnista Jack Anderson acusó al inicio del sexenio de Miguel de la Madrid a que el entonces presidente de la República había recibido dinero malhabido; millones de dólares.

Ante el señalamiento, realizado antes de una visita de Miguel a Estados Unidos, no hubo respuesta del ejecutivo mexicano y jamás se demandó a Jack y menos al Post. Después, como sabemos, la nota fue retomada por Manuel Buendía en su columna Red Privada. Se vino un alud desde Los Pinos contra nuestro compatriota. Y luego, sin que sea una concatenación, a finales del delamadridismo se asesinó a Buendía, un 30 de mayo de 1984.

Según un estudio de la Asociación de Periódicos de los EU, los ingresos publicitarios de los impresos cayeron 55 por ciento entre 2007 y 2012. Ello ha traído no únicamente el cese de miles de reporteros y fotógrafos y el achicamiento de las páginas, sino incluso las ventas de los cotidianos.

En el caso que nos ocupa, TWP bajó 44 por ciento sus ingresos en los últimos seis años y redujo su circulación en 7 por ciento. Mucha de ellas debido a que los anuncios clasificados, ahora ya son buscados en portales de Internet.

Jeff Bezos, por cierto, aclaró que no dirigirá el Post en el día a día, pues vive feliz en otra parte de Washington, donde Amazon tiene sus oficinas.

Para Alan Mutter, quien tiene experiencia en ambas operaciones, impresas y digitales, Bezos "Podría simplemente convertir el periódico en una aplicación preinstalada en todas las tabletas Kindle".

En México la situación es preocupante. Hace tiempo que hay una reducción en la circulación de impresos, periódicos y revistas. Asimismo van desapareciendo secciones y suplementos culturales. Y ganando terreno lo que tiene que ver con el espectáculo en sus diferentes formas, especialmente el deportivo y de muchachas.

Además, algunos que tenían infinidad de anuncios clasificados han visto reducir su volumen y tamaño. Incluso en una tercer o la mitad de quienes ofrecían algo. Tanto que ya hay anuncios gratis tanto en ediciones callejeras como en los que se venden en kioscos.



Recientemente, el periodista Julio Hernández (La Jornada, 5 y 6 de agosto) informó que los empresarios Carlos Slim y Olegario Vázquez estuvieron juntos en Galicia. Algo seguramente tramarán, ya que ambos han incursionado en impresos y sobre todo en televisión. Más si viene la licitación de nuevos canales.

En el portal Eje Central, Raymundo Rivapalacio señala que El Universal y Reforma tenderán más a fortalecer sus contenidos en Internet, pues sus rotativos tienen problemas financieros, incluso del segundo han salido en los últimos días cuatro editorialistas por diversas razones.

No hay que olvidar que en El Financiero, al cumplir 25 años la sección cultural, su fundador Víctor Roura se despidió con estas palabras: "Porque se aproximan nuevos tiempos para ella (la sección)- y para el periódico en general- sobre todo en estas estrategias de convergencia tecnológica y la incorporación (reproducción) de formatos reduccionistas convencionales, con los cuales disiento (y he mantenido mi punto de vista abiertamente sobre ello frente a la dirección de este diario) y en los cuales no tengo yo cabida: lo mío es el largo aliento periodístico". Valentía y firmeza de un periodista auténtico.

¿Qué sucederá? Estamos en un parteaguas como hace decenios no ocurría. Saber caminar en la intemperie evitará naufragar.

Tema 2. Días de radio

La radio es el medio de comunicación inalámbrico que desde sus primeros experimentos cambió la historia de la humanidad, pues consistió en el envío de señales sonoras a distancia en forma dispersa y unidireccional. Al destinatario de la señal radiofónica se le denomina auditorio o radioescucha.

Los antecedentes históricos de la radio datan de 1831 con Michael Faraday, quien descubrió que era posible transmitir señales a través de la inducción. En 1888 Heinrich Rudolf Hertz descubrió la existencia de ondas electromagnéticas. Posteriormente Alexander Popoff (1895) perfeccionó la conducción de las ondas; de esta manera, el 2 de junio de 1897 Guillermo Marconi generó la primera patente para enviar señales a través del espacio. A partir de ese momento Marconi logró poner en comunicación dos barcos con el puerto (1897); en 1898 unió la costa inglesa y francesa con señales de radio; en 1899 fundó en Estados Unidos una compañía que se convirtió en Radio Corporation of America (RCA Víctor); para 1901 ya enviaba señales desde Inglaterra hasta Canadá.

Otro de los pioneros de la radio fue David Sarnoff, quien trabajó en una compañía de telégrafos; desde su puesto en dicha operadora, el 14 de abril de 1912 recibió la señal de naufragio del Titanic; debido a su excelente trabajo alcanzó puestos directivos importantes, como Director General de la Radio Corporation of America (RCA Víctor). Sarnoff organizó la primera retransmisión radiofónica: un combate de boxeo. Gracias a él surgió la radio como medio de comunicación dirigida a públicos amplios con la denominada 'caja de música', gracias a su

creación se podía disfrutar de conciertos, conferencias, música y recitales desde la comodidad del hogar; dicha acción generó que la comercialización de aparatos de radio se multiplicara.

El 2 de noviembre de 1920 se estableció la primera estación formal autorizada que emitía señal pública, la KDKA de la Westinghouse.

3.2.1. Origen y evolución en México

La radio en México se presenta como un reflejo de contar lo que pasaba en otras partes. Se dice que en 1908 las primeras emisiones indicaban que Pancho Villa empleó la radio para la División del Norte.

El ingeniero Constantino de Tárnava inició en Monterrey, Nuevo León, la radiodifusión cuando instaló una emisora experimental (con una potencia de 50 watts) en 1919, la Tárnava Notre Dame (TND); posteriormente, inauguró la emisora CYO (después XEH que junto a la XEI se consideran las primeras estaciones pioneras de la radio comercial en México) en 1921.

En 1923 La Casa del Radio, distribuidora de equipos RCA, se asocia con el periódico El Universal, para fundar la CYL. Desde sus inicios, la radio ha tenido contenido político, ello se ve reflejado en la famosa "hora nacional", que tiene como propósito informar al pueblo sobre los acontecimientos, eventos y temas de mayor interés que se desarrollan en la República Mexicana.

Desde el aspecto social, la radiodifusión permite la interacción entre la sociedad y el fenómeno de la difusión de mensajes por medio de ondas de radio; no debemos olvidar la importancia que tuvo a raíz del terremoto registrado el 19 de septiembre de 1985, ya que permitió a los ciudadanos estar comunicados en los momentos más complicados, cuando la televisión (el medio por excelencia en los aparadores de las tiendas y los hogares desde la década de los sesenta) no pudo seguir sus transmisiones debido a la caída de diversas torres satelitales. Jacobo Zabludosky transmitió desde el teléfono de su automóvil, a través de la XEW, lo que observaba de la destrucción de diferentes edificios en la Ciudad de México.



https://www.youtube.com/watch?v=vin_rbkFlgU



3.2.2. Nacimiento de un imperio: “La voz de América Latina”

Con el surgimiento de la XEW comenzó el linaje Azcárraga. La XEW fue inaugurada el 18 de septiembre de 1930 por Emilio Azcárraga Vidaurreta y el ministro de educación de México, Aarón Sáenz, desde el Mezzaníne del cine Olimpia, ubicado en la calle de 16 de septiembre del Centro Histórico de la Ciudad de México; presentó a la Orquesta Típica de la Ciudad de México (dirigida por Miguel Lerdo de Tejada) que interpretó “La Marcha de la Alegría”. Así inició la etapa de la radio de espectáculo y comercial en México.

La XEW nació con objetivo económico, pues la radio era un elemento cotidiano de información, entretenimiento y cultura; por primera vez se incluyeron estrategias publicitarias para incidir en las costumbres y pautas de consumo cotidiano de la población. Azcárraga Vidaurreta entendió que para tener éxito económico la radio tenía que convertirse en un referente cotidiano, desde entonces se convirtió en el futuro de los grandes medios de información y de entretenimiento, cualquier producto o servicio tenía que estar apoyado por la publicidad radiofónica.

En 1934 la XEW fue tomada por el Partido Comunista de México y se empleó para darse a conocer. Años más tarde se ligó a la NBC norteamericana y estableció una programación estructurada para todos los estratos sociales y todas las edades. La estación favoreció el surgimiento de actores y actrices con la creación de las famosas radionovelas, así como el desarrollo de la música popular a través de cantantes como Agustín Lara, Pedro Vargas, Jorge Fernández, Matilde Sánchez La Torcacita, Toña la Negra, Dr. Alfonso Ortiz Tirado, Tito Guízar, Marilú, Miguel Aceves Mejía, Las Hermanas Águila, Emilio Tuero, Luis Pérez Meza, Pedro Infante, Los Tecolines, Lola Beltrán, Los Hermanos Michel, El Mariachi Vargas, Los Jaibos, Amparo Montes, las Hermanas Landín, el Trío Guayacán, Luis Arcaraz, Los Hermanos Záizar, Esmeralda, Néstor Mesta Chayres, Los Xochimilcas, Francisco Gabilondo Soler Cri-Crí, Sonia y Miriam, Las Jilguerillas, Antonio Badú, Hugo Avendaño, Las Hermanas Navarro, el Trío Los Panchos con Eddie Gourmet, el trío de Los Hermanos Martínez Gil, los Tres Calaveras, Jorge Negrete, Pérez Prado y su Orquesta, Celio González, Pablo Beltrán Ruíz y su Orquesta, la Orquesta de Ingeniería, Mariano Urcelay, el pianista Torres, Antonio Aguilar, Flor Silvestre, Virginia López, la Orquesta de Carlos Campos, Celia Cruz, el cuarteto Los Rufinos, el Trío los Bribones, Manuel Ochoa, Amalia Mendoza La Tariácuri, Irma Serrano La Tigresa, Rosenda Bernal, Enriqueta Jiménez Chabolla La Prieta Linda, entre otros.

Entre los locutores destacaron León Michel, Francisco Malgesto, Daniel Alcaraz, Ángel Fernández, Juan “El Gallo” Calderón, Héctor Martínez Serrano, Dante Aguilar, Ramiro Gamboa, Genaro Moreno, Pedro “El mago” Septién, Fernando Marcos y Enrique “Soni” Alarcón.

A partir de la XEW la prioridad de los radiodifusores fue aumentar capital.



<https://www.youtube.com/watch?v=TxdjtTBJHU>

Tema 3. Historia de la televisión en México

La historia de la televisión en México inicia en 1934, cuando dos jóvenes estudiantes del Instituto Politécnico Nacional realizaron experimentos con un sistema de televisión de circuito cerrado. Se dice que el Presidente Lázaro Cárdenas puso a disposición de los pioneros los estudios de la XEFO del Partido Nacional Revolucionario; sin embargo, el mayor logro llegaría en 1939 con el ingeniero Guillermo González Camarena, quien inventó la primera cámara de televisión a color con el Sistema Tricromático Secuencial de Campos (con los colores verde, rojo y azul); un año más tarde, el 19 de agosto de 1940, consiguió la patente de su invento en México y en Estados Unidos. Para 1946 González Camarena realizaría la primera transmisión en blanco y negro en México desde el baño de su casa.

De 1944 a 1949 los gobiernos de Manuel Ávila Camacho y Miguel Alemán Valdés recibieron numerosas solicitudes de concesión para operar comercialmente canales de televisión. Entre los empresarios interesados sobresalen Cecilio Ocón, Gonzalo J. Escobar, Santiago Reach, Julio Santos Coy, Alberto Rolland, Guillermo González Camarena, Rómulo O'Farrill, Emilio Azcárraga Vidaurreta, y los estadounidenses Lee Wallace, David Young (entonces senador en el congreso estadounidense) y el inventor y pionero de la radiodifusión Lee de Forest.

El 7 de septiembre de 1946 a las 20:30 horas se inaugura oficialmente la primera estación experimental de televisión en Latinoamérica, la XHIGC; desde el Palacio de Minería hacía transmisiones diarias de la Primera Exposición Objetiva Presidencial; los sábados transmitía un programa artístico y de entrevistas.

Por instrucciones del presidente Miguel Alemán en 1947, el director del Instituto Nacional de Bellas Artes, Carlos Chávez, nombra una comisión para que estudie la forma de operación de la televisión estadounidense (privada, comercial-publicitaria) y la británica (monopolio estatal, no comercial) para que el gobierno decida cuál de las dos "convendría más a México". La comisión estuvo formada por el escritor Salvador Novo y por el ingeniero Guillermo González Camarena (Sánchez 1991).

Un año más tarde el informe entregado destacó que, por razones técnicas y económicas, se debían adoptar las especificaciones técnicas de la televisión estadounidense.

El 1 de septiembre de 1950 nace Canal 4 XHTV de la empresa Televisión de México, S.A., propiedad de Rómulo O'Farrill, fue el primer canal comercial de México y América Latina; lo primero que transmitió fue el IV Informe de Gobierno del presidente Miguel Alemán Valdés.

El 21 de marzo de 1951 nace Canal 2 XEWTV, transmitió un partido de beisbol desde el Parque Delta en la Ciudad de México de la empresa Televimex, propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta. El 10 de mayo de 1952 aparece Canal 5 XHGC con un especial del Día de las Madres, en aquel entonces Canal 5 era propiedad de Televisión González Camarena, S.A.



En 1954 que se implementó la televisión a color se unieron Canal 2, Canal 4 y Canal 5 formando Telesistema Mexicano en 1955. En 1959 aparece el Canal 11 XEIPN. En 1968 surge Canal 8 XHTIM y Canal 13 XHDF-TV, este último de Francisco Aguirre.

1968 se convirtió en un parteaguas, no solo en la historia política y social de México, sino también en las transmisiones de la televisión, pues se emitió a todo el mundo los XIX Juegos Olímpicos.

En 1971 el Canal 8 (hoy Canal 9 XEQ-TV) se unió a Telesistema Mexicano. Para el 4 de mayo de 1972 Luis Echeverría creaba Televisión Cultural de México, red del gobierno federal que atendía las áreas rurales. El 17 de septiembre de 1972 nace Televisa. Ese mismo año surge Canal 13, pero debido a la poca audiencia y problemas financieros pasó a manos del sector público vía Somex. El 18 de noviembre de 1975 el gobierno de Luis Echeverría expropió los canales de Telecadena Mexicana para asignarlos como repetidores del Canal 13.

El 10 de julio de 1984, bajo la Dirección General de Radio y Televisión del Gobierno del Estado de México, inicia la Televisión Mexiquense. En ese mismo año inician operaciones Canal 7 y 22 del sistema de televisión estatal Imevisión.

En 1989 inicia operaciones MVS Multivisión, primer servicio de televisión restringida vía aire en México y América Latina.

El 14 de septiembre de 1990, el gobierno de Carlos Salinas de Gortari anunció los planes para separar a la televisora paraestatal Imevisión. En el Diario Oficial de la Federación del 8 de febrero de 1993 se publicó la integración de la empresa paraestatal Televisión Azteca, S.A.B. de C.V. (propiedad de Grupo Salinas, dueño de empresas como Banco Azteca y Grupo Elektra), cuyo propietario es Ricardo Salinas Pliego, dicho grupo reemplazaría a Imevisión. El 2 de agosto de 1993 nació la televisora TV Azteca.

El 7 de marzo de 2014 el presidente de México, Enrique Peña Nieto, promulgó la licitación para formar dos canales de televisión terrestre digital (TDT) con cobertura nacional; el 11 de marzo de 2015 se presentó el fallo que declaraba ganador a Grupo Imagen, junto con Grupo Radio Centro S.A.B. de C.V.; de ese modo el 17 de octubre de 2016, Imagen Televisión Canal 3 inicia transmisiones.



La historia de la televisión en México cuenta con actores importantes en su desarrollo. Cada momento ha sido crucial para el progreso de dicho medio. Te invitamos a investigar qué ha pasado en los últimos veinte años en el desarrollo de la televisión y coméntalo con tu docente para asumir una postura crítica sobre el tema.

<https://youtu.be/qCUWu03B7YM>

3.3.1. Consolidación del imperio: Familia Azcárraga

Hablar de la televisión en México es hablar de una de las familias más importantes del país, nos referimos a los Azcárraga. La historia nos ubica en Tampico, Tamaulipas, el 2 de agosto de 1895, lugar donde nació Emilio Azcárraga Vidaurreta, (hijo de Mariano Azcárraga y López de Rivera y Emilia Vidaurreta y Rovira), quien desde pequeño mostró interés por los negocios. A los 17 años trabajó como empleado en una tienda de zapatos mientras estudiaba negocios y economía por la noche en la Universidad de San Eduardo en Austin (Texas, Estados Unidos). A los 23 años creó la compañía de distribución "Azcárraga & Copland"; en 1917 fundó una distribuidora de automóviles; para 1923 obtuvo la licencia para distribuir radios de Victor Talking Machine de la RCA.



<https://youtu.be/PLLkJmVIKbl>

Aquí encontrarás la historia de la pantalla en Televisa.



En las siguientes infografías encontrarás el legado de las grandes generaciones; te ayudarán a comprender las ideologías de los tres empresarios que consolidaron un imperio en las telecomunicaciones, así como el papel que ha desempeñado en la vida económica, social y política de México.

Emilio Azcárraga Vidaurreta



Emilio Azcárraga Milmo

"Los ricos como yo,
nunca compran"



1972

Televisa se internacionaliza



"México es un país de una clase modesta muy jodida. Para la televisión es una obligación llevar diversión a esa gente y sacarla de su triste realidad y de su futuro difícil".



Diversión y compañía
es la TV.



Respeto a la audiencia,
contenido familiar.



"Nosotros somos del PRI, siempre hemos sido del PRI, haremos todo lo posible porque nuestro candidato triunfe".



"Puedes equivocarte, pero lo que no puedes es hacer tonterías"



Emilio Azcárraga Jean



1997
Presidente
Grupo Televisa

Verdad

Solidez



Confianza

"El negocio estará en los niños discapacitados, no en la Virgen de Guadalupe"

Entretener clases medias-bajas, populares.

"Televisa no debe ser juzgada por sus éxitos comerciales, sino por su contribución a la sociedad".

Empresa formada de filosofía y gente

"No me interesan los ricos"

"Ningún medio puede construir a un presidente o candidato presidencial".

3.3.2. La Televisión a Color: Guillermo González Camarena

Guillermo González Camarena, pionero de la televisión en México e inventor del sistema de color RGB (red, green, blue), rojo, verde y azul. Nació el 17 de febrero de 1917 en Guadalajara, Jalisco, fue el menor de ocho hijos. A los ocho años armó su primer radiotransmisor, a los doce hizo su primer radio de aficionado, a los catorce trabajó como operador en la estación de la Secretaría de Educación Pública. Estudió ingeniería en el Instituto Politécnico Nacional (IPN) y en 1939 presentó, desde su casa, un adaptador cromoscópico conocido como Sistema Tricromático Secuencial de Campos y logró su patente en 1940.

En 1945 realizó las primeras pruebas de transmisión de televisión en el cine Alameda, fue así como el gobierno federal le otorgó un canal propio, Canal 5. Tiempo después se integró a Telesistema Mexicano y se dedicó a realizar las investigaciones de la televisión a color, incluso rechazó ofertas muy importantes del extranjero para apropiarse de su invento.

En 1963 llevó a cabo la primera transmisión con su sistema cromático; en 1964 retransmitió las Olimpiadas de Japón, lo que le dio renombre internacional; al año siguiente llegó a un acuerdo con la fábrica Majestic, propiedad de Emilio Azcárraga, y en mayo de 1965 inició la venta de televisores a color construidos en México.

González Camarena siempre se preocupó por los demás, consideraba que a través de su invento se podía alfabetizar, por lo que, a través de la Secretaría de Educación Pública, sentó las bases de lo que más adelante sería el sistema de educación telesecundaria. El 18 de abril de 1965 falleció en un accidente automovilístico a los 48 años de edad.

Guillermo González Camarena y la televisión a color son parte importante de la historia de los medios en México. No podemos dejar lado la relación que tuvo con el gobierno, pues en 1945 la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas le encomendó la elaboración de un estudio sobre las unidades de referencia para los distintos sistemas de comunicaciones eléctricas. En 1946 recibió una invitación del Lic. Miguel Alemán Valdés para que emprendiera, en coordinación con el Instituto Nacional de Bellas Artes, un estudio mundial sobre diversos sistemas de televisión. En 1950 fue comisionado para elaborar, junto con la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, las disposiciones legales y actualizarlas para la operación de las radioemisoras nacionales. En 1954 ingresó al Consejo Directivo de la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión.

En 1956 fue nombrado presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión, un año más tarde, fue condecorado en su estado natal con la insignia Mariano Becerra y proclamado Hijo Predilecto de Jalisco por el entonces Gobernador del Estado, Lic. Agustín Yáñez Delgadillo. En 1962 se le nombró consejero de la Cámara



<https://youtu.be/QJduZbQ4vUo>



Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CNIRT), además de ser distinguido como miembro de número del Instituto Mexicano de Cultura. Para 1965 la Secretaría de Educación Pública lo nombra consejero de la Dirección General de Educación Audiovisual.

¿Cuál crees que haya sido la intención del gobierno con el invento de González Camarena? Coméntalo con tus compañeros y docente, y comenten el papel que desempeña el gobierno y los medios de comunicación, en específico la televisión.

3. 3. 3. Negocios de familia: Salinas Pliego

La historia de Televisión Azteca nos lleva a abordar a una de las familias empresariales más importantes y añejas de nuestro país. No todo inició en 1993 como señala la historia de la televisión; la relación de Grupo Salinas y la televisión se da desde los inicios del Canal 2 XEWTV, pues el primer anuncio que se presentó en dicho canal fue el de las mueblerías Salinas y Rocha. Para el Grupo Salinas la televisión no es algo desconocido, al contrario le da la oportunidad de crecer y de seguir siendo parte de la Historia de México.

Durante el gobierno de Carlos Salinas de Gortari se subastó Imevisión; el gobierno federal le negó la oportunidad a Emilio Azcárraga Milmo de hacerse de dicha estación de televisión y sus concesionarias, argumentando que estaría incurriendo en la construcción de un monopolio. El 8 de febrero de 1993 se publicó en el Diario Oficial de la Federación que Imevisión era propiedad de Ricardo Salinas Pliego (director general desde 1987), dueño de las manufacturas de mueblerías Elektra y Salinas y Rocha (empresa que dejó de pertenecer por un momento a la familia Salinas, años más tarde la recuperaría porque la empresa estaba en bancarrota).

Con la ilusión de ofrecer un nuevo contenido a las familias mexicanas, el 2 de agosto de 1993 nace la televisora TV Azteca con el eslogan "Señal con valor", era una alternativa para los espectadores a través de programas traídos del extranjero, Su libertad de expresión y las formas de hacer televisión eran innovadoras, pero experimentales, pues dejaba de lado el monopolio televisivo y quedaba expuesta la experiencia nula de Salinas Pliego para hacer televisión, además tenía poca cobertura en el territorio nacional. A pesar de recibir críticas, Televisión Azteca creció como empresa con responsabilidad social, comprometida con México y con su gente. A lo largo de siete años, Ricardo Salinas se concentró totalmente en la administración de TV Azteca, mientras que un equipo encabezado por Pedro Padilla y Luis J. Echarte tomó las riendas de Grupo Elektra. Gracias a la ruptura de varios paradigmas de la industria, en pocos años TV Azteca logró capturar el 40% de la audiencia y el 30% del mercado televisivo en México, fracturando exitosamente el vasto dominio del cual Televisa gozó durante años.

En 2015 Ricardo Salinas Pliego dejó la presidencia de TV Azteca a su hijo Benjamín Salinas Sada con la idea de renovación, pues pensaba que los jóvenes debían ocupar la televisión como medio de comunicación; los usuarios merecían nuevos contenidos y la televisora debía acatar el cambio sin miedo a los errores.



<https://youtu.be/JDD68-2hpsw>
Aquí sabrás más sobre Tv Azteca



<https://youtu.be/nSoGzpDHoZ0>

Tema 4. Séptimo arte y el espacio real e imaginario

El cine tiene su origen en los dibujos a mano y en la fotografía (con Nicephores Niepce, 1823). El zoótropo (una serie de dibujos impresos colocados en el interior de un tambor giratorio montado sobre un eje) y el kinetoscopio (primera máquina de cine patentada por Thomas Alba Edison) fueron los primeros dispositivos mecánicos que transmitieron imágenes en movimiento.

En Francia, los hermanos Lumière crearon el cinematógrafo (proyección de imágenes en movimiento visibles), Louis y Auguste Lumière son considerados los pioneros del cine a nivel mundial. El 28 de diciembre de 1895, en un café de París, presentaron el primer cortometraje que proyectaba la realidad. A inicios del siglo XX destaca en el cine Georges Méliès, quien recreó y falseó la realidad en su película titulada Viaje a la Luna (1902), en donde realiza trucos con la cámara a través de la superposición, la exposición doble y las disoluciones.

En Estados Unidos sobresale Davis W. Griffith, quien consolidó el lenguaje cinematográfico; entre sus obras se encuentran El nacimiento de una nación (1915) e Intolerancia (1916). Destaca también el productor y director Cecil Blount DeMille, quien crea las bases de una gramática de recursos expresivos (lenguaje cinematográfico).

Debemos mencionar que el Boom del cine en Norteamérica se da en la segunda década del siglo XX, cuando el cine mudo se presenta con películas más largas, libertad artística y en donde los actores figuraban en los créditos, fue cuando apareció Charles Chaplin (cómic que sigue siendo reconocido como la gran estrella internacional), un personaje vagabundo que expresa sentimiento, sátira social y patetismo natural humano.

Hollywood se fundó entre 1915 y 1920 en una pequeña localidad californiana junto a los Ángeles; en ese lugar se construyeron estudios y organizaciones como Columbia Pictures, Universal Studios, Warner Brothers y Metro Golden Mayer. En 1926 Warner Brothers introduce el primer sistema sonoro eficaz denominado Vitaphone.



Las salas de cine proliferaron en Estados Unidos en los años veinte, por lo que se tenían que hacer cientos de películas al año. El cine a color apareció hasta 1933 con la película animada *Flowers and trees*.

3.4.1. El inicio del cine en México, finales del siglo XIX-principios del siglo XX

Todo inicio en 1895, cuando desde Estados Unidos trajeron a nuestro país un kinetoscopio (inventado por Thomas A. Edison), un año después de su llegada se abrió en la capital del país la primera sala cinematográfica, propiedad del francés Gabriel Veyre. Los temas que exhibían las películas trataban asuntos de la vida rural, de ahí que el general Porfirio Díaz aprovechara el medio como un recurso de propaganda, en varias ocasiones se filmó cuando inauguraba edificios o ferrocarriles, incluso mostró su vida cotidiana y familiar (paseando por el bosque de Chapultepec al lado de su esposa Carmen Romero Rubio).



La primera cinta rodada en nuestro país (1896) tuvo como protagonista al presidente Porfirio Díaz, quien aparecía montando a caballo por el bosque de Chapultepec.

<https://youtu.be/AG241xyUv8o>

En 1908 se hizo la primera película mexicana bajo la dirección de Felipe de Jesús Haro, quien también protagonizó al cura Miguel Hidalgo, *El grito de Dolores* se convirtió en la recreación del movimiento de independencia de México, aunque contó con críticas severas debido a las inexactitudes en el desarrollo de la narrativa y la falta de verosimilitud.

Durante la Revolución Mexicana el cine tuvo un papel importante por los sucesos y personajes que quedaron registrados, un claro ejemplo es Pancho Villa, considerado como la primera estrella del cine mexicano, ya que en 1914 firmó un contrato con la Mutual Film Corporation, en donde se estipulaba que tenían el derecho de filmar y glorificar sus hazañas.

La película que marcó la historia del cine mudo en México fue *El automóvil gris* (1919), una película documental y ficticia cuyo estilo es sensacionalista; el carro en cuestión fue usado por tropas carrancistas en robos a mansiones, algunos culpables fueron detenidos y asesinados ante la indignación pública.

En la década de los veinte se distinguen los melodramas en ambientes urbanos o comedias con ambientes rurales. El primer éxito comercial del cine sonoro fue *Santa* de 1931, basada en la novela de Federico Gamboa; película que trata de una joven campesina que es seducida por un soldado, después huye deshonrada a México donde trabaja de prostituta y se enamora de un torero.

Entre los protagonistas destacan estrellas de Hollywood, así como el compositor veracruzano Agustín Lara. En dicha película queda de manifiesto el papel de la mujer inocente y débil frente a los que se sirven de ella y los que tratan de protegerla con piedad y fascinación.



https://youtu.be/1t6gfX9_tzM

3.4.2. La época de oro del cine mexicano

La época de oro del cine mexicano se da entre 1936 y 1959, debido a la calidad en la producción y éxito económico, lo que trajo consigo reconocimiento a nivel internacional.

Con *Allá en el Rancho Grande* de 1936, el productor Fernando de Fuentes obtiene el primer éxito del género comedia ranchera, esa película daría paso a la época de oro. En los filmes que aparecieron en esta etapa se muestra el costumbrismo alternado con canciones y diálogos que se llevan a cabo en corrales, cantinas, palenques, campos, fiestas y bailes; entre los personajes destacan hombres honrados, fuertes, orgullosos y fieles a las mujeres bellas; los protagonistas se hacen acompañar por mujeres y hombres maduros (ancianos) sabios y tradicionalistas; asimismo, predominan los malentendidos, las confrontaciones familiares, la pobreza y la lucha constante por ser mejores cada día.

Durante esta etapa destacan películas como *Aquí está el detalle* (1940) de Juan Bustillo Oro, *El peñon de las Ánimas* (1942) de Miguel Zacarías, *María Candelaria* (1946) de Emilio "El Indio" Fernández, *Los tres García* (1947), *Los tres huastecos* y *Nosotros los pobres* (1948) de Ismael Rodríguez, *Los olvidados* (1950) de Luis Buñuel y *Macario* (1959) de Roberto Gavaldón que fuera nominada a un Óscar.

En dicha época brillaron en la pantalla grandes actores y cantantes que, con su personalidad y talento, le dieron vida a cientos de personajes, entre ellos tenemos a: Dolores del Río, Pedro Armendáriz, Pedro Infante, Jorge Negrete, María Félix, Mario Moreno "Cantinflas", Marga López, Elsa Aguirre, Columba Domínguez, Blanca Estela Pavón, Luis Aguilar, María Elena Marqués, Rosita Quintana, Fernando Soler, Ignacio López Tarso, Evangelina Elizondo, Fernando Soto "Mantequilla", Miroslava, Carmelita González, Amanda del Llano, Germán Valdés "Tin Tan", Ramón Valdés, Manuel "El Loco" Valdés, Antonio Badú y Gabriel Figueroa.



En la década de los sesenta, el cine mexicano tuvo un cambio en las temáticas sobre dramas familiares y comedias y el cine quedó en control del Estado (tuvo un declive significativo). Durante esta época aparecieron películas de géneros más comerciales que dejarían marcada a esa generación y se consolidaron personajes importantes de la pantalla mexicana, como Viruta y Capulina, Mauricio Garcés, El Piporro, Cantinflas o luchadores como El Santo y Blue Demon.

Las películas que destacan en la década de los sesenta fueron: *La llorona* (1960), *Viridiana* (1961), *Santo vs las mujeres vampiros* (1962), *Días de otoño* (1963), *El gallo de oro* (1964), *La edad de la violencia* (1964), *Blue Demon, el demonio azul* (1965), *Simón del desierto* (1965), *Amor a ritmo de go go* (1966), *Los caifanes* (1967), *Sor ye-yé* (1967), *Hasta el viento tiene miedo* (1968), *Cuando los hijos se van* (1968), *Corona de lágrimas* (1968), *El escapulario* (1968), etcétera.

También el Rock and roll se hizo presente para proyectar la carrera de jóvenes músicos como Enrique Guzmán, Angélica María, Los Hooligans, Johnny Laboriel, César Costa, Alberto Vázquez, Los Hermanos Carreón, Benny Ibarra, Julissa, entre otros.

3.4.3. El cine de la década de los setenta y ochenta

Durante la década de los setenta el cine mexicano tuvo un declive en cuanto a calidad de producción y temática. A partir del liberalismo del gobierno de Luis Echeverría aparecen cuerpos desnudos y el tema de las drogas, tal es el caso de *Fin de Fiesta* (1971); surge también el cine de ficheras y el narcofilm, por ejemplo, *Lola la trailera* (1984). No todo fue negativo para el cine de nuestro país, ya que nunca se habían tenido directores tan preparados en la industria del cine, ni se había disfrutado de la libertad a pesar de la censura a temas políticos y sociales de la época.

El Estado financió cintas en cooperación con productores privados o con los mismos trabajadores. En el Banco Nacional Cinematográfico Rodolfo Echeverría alentó el trabajo de nuevos productores y se le acusó de gastos exorbitantes, pero ninguna de las mejores películas generó un costo descomunal, entre esas películas destacan: *El castillo de la pureza* (1972), *Canoa* (1975), *El apando* (1975), *Las Poquianchis* (1976), *La pasión según Berenice* (1975) y *Los albañiles* (1976).

En 1974, apareció el primer largometraje mexicano de dibujos animados titulado *Los Reyes Magos* de Adolfo Torres Portillo y Fernando Ruíz. *Bellas de Noche* y *Las Ficheras* (Bellas de noche II) de Miguel Melitón Delgado marcaron el inicio del cine prostibulario, populachero y de cabaret que exhibió la permisividad de la censura ante desnudos y palabrotas de los cómicos del cine de ficheras con humor vulgar.

Entre los nombres de los actores de la década de los setenta destacan: Sasha Montenegro, Lyn May, Lina Santos, Angélica Chaín, Carmen Salinas, Maribel Fernández "La Pelangocha", Alfonso Zayas, Rafael Inclán, César Bono, Alberto Rojas "El caballo", Héctor Suárez, Luis de Alba, José René Ruiz Martínez "Tun Tun", Charlie Valentino, Polo Polo, entre otros.

A finales de la década de los ochenta, en pleno sexenio de Carlos Salinas de Gortari, el cine mexicano tuvo un cambio sin igual cuando apareció *Rojo Amanecer* (1989) de Jorge Fons que estableció un renovado interés hacia el cine de producción nacional; con ello el cine mexicano logró recuperar gran parte de su público y produjo cintas de gran éxito crítico y comercial; asimismo, recuperó el cortometraje como formato de trabajo y vio surgir a una nueva generación de cineastas, actores, escritores, técnicos y espectadores.

3.4.4. El nuevo cine mexicano

A principios de los noventa el cine mexicano sufrió un cambio radical en cuanto a dirección y producción; con la película *La mujer de Benjamín* (1991) de Carlos Carrera el papel de la mujer toma un rol diferente (la protagonista se aprovecha de un hombre simple y bonachón). Las películas de Arturo Ripstein también pintan a mujeres fuertes y potentes, por ejemplo *Profundo Carmesí* (1996). Aunque la película de los noventa que mayor éxito internacional tuvo fue *Como agua para chocolate* (1992) de Alfonso Arau, basada en la novela de Laura Esquivel.

Las películas que destacan en dicho periodo son:

<i>Bandidos</i> (1990) de Luis Estrada
<i>Cabeza de vaca</i> (1990) de Nicolás Echevarría
<i>Ciudad de ciegos</i> (1990) de Alberto Cortés
<i>Cómodas mensualidades</i> (1990) de Julián Pastor
<i>El secreto de Romelia</i> (1990) de Busi Cortés
<i>La tarea</i> (1990) de Jaime Humberto Hermosillo
<i>Pueblo de madera</i> (1990) de Juan Antonio de la Riva
<i>Ángel de fuego</i> (1991) de Dana Rotberg
<i>El bulto</i> (1991) de Gabriel Retes
<i>Danzón</i> (1991) de María Novaro
<i>Gertrudis Bocanegra</i> (1991) de Ernesto Medina
<i>Mi querido Tom Mix</i> (1991) de Carlos García Agraz
<i>La mujer de Benjamín</i> (1991) de Carlos Carrera
<i>Nocturno a Rosario</i> (1991) de Matilde Landeta
<i>Playa azul</i> (1991) de Alfredo Joskowicz
<i>Retorno a Aztlán</i> (1991) de Juan Mora Catlett
<i>Sólo con tu pareja</i> (1991) de Alfonso Cuarón
<i>Intimidaciones en un cuarto de baño</i> (1991) de Jaime Humberto Hermosillo
<i>Anoche soñé contigo</i> (1992) de Marisa Sistach
<i>Los años de Greta</i> (1992) de Alberto Bojórquez

² En 1990 el gobierno federal prohibió la exhibición de la película de Jorge Fons por la temática y tratamiento que se le hace en la narrativa del filme a la matanza del 2 de octubre de 1968 en la plaza de Tlatelolco.



<i>Cronos (1992) de Guillermo del Toro</i>
<i>Lolo (1992) de Francisco Athié</i>
<i>Modelo antiguo (1992) de Raúl Araiza</i>
<i>El patrullero (1992) de Alex Cox</i>
<i>Serpientes y escaleras (1992) de Busi Cortés</i>
<i>Un año perdido (1993) de Gerardo Lara (película filmada en la Ciudad de Toluca, en las instalaciones de la Universidad Autónoma del Estado de México).</i>



Un año perdido
<https://youtu.be/Lt93JrOjLKQ>

<i>Mirolava (1993) de Alejandro Pelayo</i>
<i>Novia que te vea (1993) de Guita Schyfter</i>
<i>Principio y fin (1993) de Arturo Ripstein</i>
<i>La vida conyugal (1993) de Carlos Carrera</i>
<i>Ámbar (1994) de Luis Estrada</i>
<i>Bienvenido-Welcome (1994) de Gabriel Retes</i>
<i>Desiertos mares (1994) de José Luis García Agraz</i>
<i>Hasta morir (1994) de Fernando Sariñana</i>
<i>El jardín del edén (1994) de María Novaro</i>
<i>Mujeres insumisas (1994) de Alberto Isaac</i>
<i>La reina de la noche (1994) de Arturo Ripstein</i>
<i>Sucesos distantes (1994) de Guita Schyfter</i>
<i>Los vuelcos del corazón (1994) de Mitl Valdez</i>
<i>Un beso a esta tierra (1995) de Daniel Goldberg Lerner</i>
<i>El callejón de los milagros (1995) de Jorge Fons</i>
<i>Dos crímenes (1995) de Roberto Sneider</i>
<i>Dulces compañías (1995) de Óscar Blancarte</i>

<i>En el aire</i> (1995) de Juan Carlos de Llaca
<i>Entre Pancho Villa y una mujer desnuda</i> (1995) de Sabina Berman e Isabelle Tardán
<i>La línea paterna</i> (1995) de José Buil y Marisa Sistach
<i>La orilla de la tierra</i> (1995) de Ignacio Ortiz
<i>Reclusorio I</i> (1995) de Ismael Rodríguez
<i>Salón México</i> (1995) de José Luis García Agraz
<i>Sin remitente</i> (1995) de Carlos Carrera
<i>Sobrenatural</i> (1995) de Daniel Gruener
<i>El anzuelo</i> (1996) de Ernesto Rimoch
<i>Cilantro y perejil</i> (1996) de Rafael Montero
<i>De muerte natural</i> (1996) de Benjamín Cann
<i>Fuera de la ley</i> (Reclusorio II) (1996) de Ismael Rodríguez
<i>Reclusorio III</i> (1996) de Ismael Rodríguez
<i>Última llamada</i> (1996) de Carlos García Agraz
<i>Sexo, pudor y lágrimas</i> (1999) de Antonio Serrano Argüelles

3.4.5. La emigración de los cineastas mexicanos a Hollywood

En la primera década del siglo XXI las narrativas que el cine mexicano proyectó fueron más interesantes para el ámbito internacional; en este periodo surgieron cineastas interesados en temas cotidianos y con estilos propios que hicieron que el público mexicano regresara a las salas de cine para observar el renacer del cine mexicano. Todo inició en el año 2000 con la película *Amores Perros* de Alejandro González Iñárritu y Guillermo Arriaga, no solo fue un éxito en el circuito de festivales, también con el público, además hizo patente la posibilidad de que los nuevos cineastas plantearan historias y estéticas inexploradas.



<https://youtu.be/Db0tHixVjKk>

Mil nubes de paz acercan el cielo, amor, jamás acabarás de ser amor de Julián Hernández del año 2003 nos narra la homosexualidad masculina por medio de relatos sobrios y poéticos; *Temporada de patos* y *Lake Tahoe* (2004 y 2008) de Fernando Eimbcke inaugura un nuevo tono en las películas mexicanas ya que rompen con la tradición del cine nacional al enfocarse en la cotidianidad familiar de la clase media. *Luz silenciosa* y *Este es mi reino* de Carlos Reygadas (2007 y 2010) demuestran la audacia por experimentar, con movimientos de cámara morosos, elementos creativos; *Parque Vía* (2008) de Enrique Rivero muestra la división de clases, las lealtades y deslealtades entre las clases dominantes y quienes les sirven.



En el siglo XXI Hollywood encontró cierto encanto por las películas dirigidas y protagonizadas por mexicanos como Alejandro González Iñárritu, quien, por invitación de Miguel Alemán, realizó sus primeros trabajos audiovisuales para el cambio de imagen de Canal 5 que sorprendieron por su agresividad en una empresa conservadora como Televisa. El cine mexicano tomó su rumbo con éxitos taquilleros y premiados en todos los festivales de cine con películas como Amores perros, 21 gramos, Babel, Biutiful, Birdman, The Revenant.



<https://youtu.be/W4qCFmiUiQ0>



https://youtu.be/DnAyc_-frgc

Otra de las figuras que destacó en el cine mexicano fue Guillermo del Toro, quien a mediados de los años 80 comenzó a rodar cortos de terror como Doña Lupe (1985) y Geometría (1987), así como el programa La hora marcada. Debutó con su largometraje titulado Cronos (1993), protagonizado por Federico Luppi y Ron Perlman; Mimic (1997) fue su primera película hollywoodiense; después continuó con El espinazo del diablo (2001), Blade II (2002), Hellboy (2004), El laberinto del fauno (2006), Hellboy II: el ejército dorado (2008), Pacific rim (2013) y La cumbre escarlata (2015).

¿Qué otros mexicanos reconoces que estén triunfando en Hollywood? Coméntalo con tus compañeros y, con base en una investigación, realicen un esquema en el que identifiquen el pasado y el presente de cada actriz, actor, fotógrafo o director.

Para saber más...

“Óscares, ideología y coyuntura política”

Por Ricardo Ruiz

Desde hace 84 años, un selecto grupo de personalidades, críticos y profesionales relacionados con la industria cinematográfica estadounidense realiza una revisión de las cintas más trascendentales a nivel nacional e internacional. Este galardón es internacionalmente reconocido por su estatuilla de oro popularmente llamada “el Oscar” y premia a los filmes que logran destacarse en uno o varios aspectos técnicos principalmente. En cierta forma sienta las bases sobre las cuales nuevas películas han de ser producidas, o dibuja el esquema que nuevas producciones habrán de romper para coronarse con el mérito de estar a la par de sus predecesoras.

Los Óscares y su contexto

Pero los llamados Óscares no son tan sólo un codiciado premio que se gana con honor y disciplina. Desde su concepción hasta la actualidad

han recibido distintas críticas desde dentro y fuera de los trabajadores relacionados con el cine. Considerando su carácter mercadotécnico y la inigualable fuerza que le imprime a una de las industrias más poderosas de Estados Unidos; ha llegado a tocar campos políticos y sociales que han dado lugar a especulaciones diversas con respecto a los ganadores, respecto al contexto histórico en el que acontecen. Basta recordar la nominación de diez mexicanos en 2007 para diferentes categorías en contraste con la construcción de una barrera más poderosa en la frontera Estados Unidos – México y varias iniciativas de ley que han prosperado incluso hasta la debatida ley Arizona SB1070.

El poder político y social que tiene el evento a nivel mundial es importante, ya no digamos como referente de moda, música y tendencias, sino incluso a nivel de relaciones internacionales diplomáticas.

Bichir y los mexicanos

Valdría la pena revalorar la gran influencia que tienen las películas estadounidenses en el subconsciente no sólo de sus propios ciudadanos, sino la promoción de sus producciones como vehículo educativo de los sus valores a nivel internacional, apoyada por supuesto en el reconocimiento de Academy of Motion Picture Arts and Sciences.

Al final, millones de televidentes nos encontramos pendientes de los nominados, que este año “llenaron de orgullo a los mexicanos” al encontrarse presente Demian Bichir (y dejando de lado que Emmanuel Lubeski ha sido nominado en cinco ocasiones para el Oscar). Pero, ¿Realmente será el digno receptor de tan anhelada estatuilla? Eso no lo define tanto su trabajo, sino la relación que tenga el mismo con la promoción del buen latino o el buen estadounidense como lo hizo Sandra Bullock en el papel de Leigh Anne Tuohy para *The Blind Side*.

De igual forma sucedió con el resto de las nominaciones, los ganadores serán aquellos que, aunados a su esfuerzo y perfección en la técnica apoyen al triunfador, el honesto, luchador e incansable que aboga por el bienestar de los suyos, e incluso, de los demás –*Gladiator* (2000), *Million Dollar Baby* (2004), *Crash* (2005), *The Departed* (2006), y resaltando *The Hurt Locker* (2009)–.

El Artista y la coyuntura

Este año no fue una excepción. La gran ganadora, *The Artist*, destacada por su cinematografía, originalidad y emociones. Es una producción francesa que llega justo a tiempo para coronar las relaciones fructíferas que se han dado en los últimos meses de EE.UU. con Francia cuya trascendencia política atañe a circunstancias internacionales respecto a la situación de Israel e Irak.

El reconocimiento a los mexicanos entonces no sólo dependía de su desempeño en la lucrativa industria cinematográfica estadounidense, sino también de la baja relevancia de las relaciones diplomáticas entre nuestro país y Estados Unidos en este momento de nuestras vidas.

Sin novedad en el frente, una fiesta de emancipación y egolatría a niveles masivos con un doble fondo político e ideológico que refuerza la posición de poder ante millones de propios y extraños (Ruíz 2012).



Tema 5. Videojuegos e internet

Cuarenta años después de su aparición, el videojuego se ha convertido en el campo de estudio de moda y más volátil dentro de la nueva teoría de los medios de comunicación. La idea de una teoría del videojuego va ganando aceptación en el mundo académico, aunque todavía existe resistencia.

El videojuego es considerado todo tipo de cosas, desde herramienta de trabajo hasta herramienta lúdica. Se lo considera narración, simulación, performance, re-mediación (paso de un medio a otro) y arte; una herramienta potencial para la educación o un objeto de estudio para la psicología del comportamiento; un medio para la interacción social y un juguete y medio de distracción. El campo emergente de la teoría del videojuego también constituye el punto de convergencia de una gran variedad de enfoques, que incluyen la teoría del cine y la televisión, la semiótica, la teoría de la performance, los estudios del juego, la teoría literaria, la informática, las teorías del hipertexto, el cibertexto, la interactividad, la identidad, el posmodernismo, la ludología, la teoría de los medios de comunicación, la narratología, la estética, la teoría del arte, la psicología, las teorías de los simulacros, entre otros.

En palabras de Dreyfus (2003) el Internet no es solo una innovación tecnológica, es un nuevo tipo de innovación que saca a relucir la verdadera esencia de la tecnología; esto significa que ha rebasado los alcances que tenía en un inicio, ya que originalmente fue concebido para la comunicación y para científicos, pero hoy es una masa gigantesca y dinámica que permite imaginar y satisfacer necesidades especiales.

La Red es ilimitada y ha llevado a algunos a luchar a favor de cambios impensables. Más navegantes de internet se suman a la proliferación de la información y contribuyen a que la frontera tecnológica siga abierta como forma de comunicación, esto nos lleva a seguir escarbando entre la cantidad de documentos con la esperanza de encontrar la información que deseamos.

3.5.1. Fundamentos básicos de la teoría de videojuegos

El origen del videojuego se ubica en la década de los cuarenta del siglo pasado con la invención del primer simulador digital de vuelo en los Estados Unidos para el entrenamiento de pilotos. Algunos autores sitúan al videojuego como entretenimiento en 1961 con SpaceWar, creado por Steve Russell. Dado el fracaso de su comercialización se le vincula con el nacimiento del microprocesador, el cual permitió una amplia distribución de este tipo de producto.

El primer videojuego comercial fue Pong, se desarrolló en 1972 y comprendía un juego virtual de ping-pong. En ese año Nolan Bushnell, Ted Dabney y Larry Brian fundaron la compañía de juegos Atari, nombre que se refiere a un movimiento especial del juego Go. En mayo del mismo año Ralph Baer comercializa el Odyssey Home Entertainment System como consola casera capaz de ofrecer doce juegos diferentes y de conectarse a un televisor Magnavox, uno de sus juegos fue el probable referente para la creación del Pong de Atari. Pong no solo

es considerado el primer videojuego, también comprende uno de los mayores éxitos financieros de la industria, además marca paradigma durante las siguientes décadas para el diseño y el desarrollo de videojuegos.

En 1977 Atari sacó al mercado el primer sistema de videojuegos para ordenador, los juegos impactaron de manera significativa el entretenimiento casero, incluso dentro de su publicidad se mencionaba que la televisión no solo era para verla, ahora podrías interactuar con ella. A partir de entonces comenzaron a proliferar los establecimientos que ofrecían juegos digitales, arcades, los cuales tuvieron éxito comercial, este tipo de establecimientos desplazaron significativamente a otro tipo de negocios de entretenimiento como billares. En consecuencia, comenzaron también los estudios formales de la repercusión de los videojuegos en la conducta infantil.

Con el incremento de computadoras personales en los hogares, durante los ochenta, surgieron las primeras grandes empresas de desarrolladores de videojuegos, no solo en Estados Unidos sino también en Japón (país líder en esta industria sobre todo a finales del siglo XX). Con esta proliferación de productos digitales para el entretenimiento también surgieron estudios enfocados a los hábitos de uso y los efectos que estos juegos podían causar en las jóvenes audiencias.

Nintendo fue la principal empresa que compitió con Atari por el dominio de los videojuegos en la década de los ochenta al dar a conocer el personaje más mediático de los videojuegos, Mario Bros (un plomero que se aventura a un mundo lleno de peligros y cuyo objetivo es rescatar a la princesa Peach). Donkey Kong conocida como NES ofrecía una cantidad considerable de títulos.

A finales de los ochenta apareció Sega, principal competidor de Nintendo (ya había vencido a Atari), el cual ofrecía la contraparte del personaje Mario Bros, el personaje era Sonic, un erizo que tomaba grandes velocidades mientras recorría un mundo de peligros. En los noventa Nintendo fue la principal desarrolladora de videojuegos, sus experimentos hicieron que creara una nueva consola a través de la cual se insertaba un disco compacto (CD), Sony fue la empresa encargada del proyecto, presentó el prototipo y mostró los alcances y la mejor resolución en imagen y sonido que podrían alcanzar los títulos desarrollados, la respuesta de Nintendo fue de rechazo, pues creían que ello no tenía futuro y que sus clientes nunca cambiarían un cartucho por un CD, por lo que creó el Super Nintendo (Súper NES); esto generó que a mediados de los noventa, Sony presentara su consola de videojuego denominada Play Station.

El Play Station rebasó en ventas al Súper NES en su primer año de ventas, Nintendo intentó apelar la entrada al mercado de Sony en dicha industria, pero no pudo hacer nada cuando quedó demostrado que la patente de los videojuegos en CD le pertenecía a Sony, tras aquél rechazo que habían hecho los ejecutivos de Nintendo.

Poco tiempo después apareció en el mercado el Play Station 2, el cual compitió contra el Nintendo 64 (NES 64) y el Xbox de Microsoft; sin embargo, Nintendo



perdió la batalla contra Sony y Microsoft a pesar del gran éxito que tuvo por el título *La Leyenda de Zelda: la Ocarina del Tiempo*, catalogado hasta el día de hoy por los expertos de los videojuegos como el mejor videojuego de la historia. A principios del siglo XXI Nintendo presentó su nueva consola con el nombre de GameCube, que consistía en mini disco (mini CD) que daba más contenido y mejor definición.

En dicho siglo Sony y Microsoft se debatieron la superioridad en la industria de los videojuegos con sus consolas Play Station 3 y Xbox 360, hasta llevarlos a la generación de Play Station 4 y Xbox One. Nintendo se vio desplazado y trató de seguir vigente, pero los títulos y contenidos de sus competidoras lo dejaban por debajo. El siglo XXI trajo también una nueva forma de relacionarse con el videojuego, ya que del jugador pasivo surgió el jugador activo gracias a dispositivos con los cuales podía moverse, los dispositivos fueron: Kinect de Microsoft, Move de Sony y Wii de Nintendo; gracias a estos dispositivos en la actualidad varios estudios sobre videojuegos nos plantean la idea del acondicionamiento físico.

¿Te has preguntado de dónde surge el interés por estudiar o plantear problemáticas sobre videojuegos? Todo es a partir de artículos escritos por entusiastas y aficionados a los ordenadores, dichos estudios aparecían en publicaciones como *Popular Mechanics*, *Popular Science*, *Popular Electronics* y *Radio-Electronics*, y también en revistas de ámbito general como *Newsweek* y *Time*. Muchos artículos daban instrucciones para fabricar juegos electrónicos sencillos en casa –como un juego de cara o cruz electrónico, o programas de tres en raya –; también se escribieron dos libros sobre este tema dirigidos a programadores: *Game Playing with Computers* de Donald D. Spencer y (en Gran Bretaña) *Games playing with computers*, de A. G. Bell.

En el cambio de milenio la teoría del videojuego como campo de estudio contaba con un buen número de libros, varios programas académicos, la primera revista académica en línea (*Game Studies*) y más de media docena de congresos anuales. A medida que crecía el interés y se multiplicaban los escritos académicos sobre los videojuegos, empezaron a evidenciarse diferentes tendencias en su investigación y sus teorías, sobre todo en América del Norte y Europa.

Muchos escritos sobre los videojuegos, especialmente los de las primeras épocas, intentaron conectar los videojuegos con otros medios de comunicación, fijándose en los elementos que comparten. Existen muchas propiedades formales, estrategias organizativas y elementos propios de otros medios que se encuentran en algunos videojuegos, pero no son esenciales para el medio. Aunque está claro que el videojuego es un medio único y que es digno de atención y de formas de teoría que puedan dirigirse específicamente a él, los elementos narrativos y las convenciones de otros medios están presentes en numerosos juegos; existen posiciones que combinan las ideas y la terminología de varios movimientos.

Para Jenkins (2017), los juegos representan un arte nuevo y vital, adecuados a la era digital, como lo fueron en la era de las máquinas, además de facilitar el

acceso a nuevas experiencias estéticas, convierten la pantalla del ordenador en un reino de experimentación e innovación ampliamente accesible.

3.5.2. Rol social del internet en el México actual

El internet en México se introdujo a través de las universidades, que hicieron una fuerte inversión para estar conectados en el ciberespacio, debido a que el gobierno y las empresas privadas no creían en los alcances e importancia que podría llegar a tener la red. La primera escuela en tener conexión fue el Tecnológico de Monterrey, tenía enlazados los diferentes equipos computacionales de los campus y de otras instituciones educativas como la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

en junio de 1986, el Tecnológico de Monterrey Campus Monterrey logró conectarse a la red BITNET (EDUCOM) por medio de una línea conmutada hacia la Universidad de Texas, en San Antonio. La velocidad del referido enlace era de 2,400 bps y los equipos interconectados eran máquinas IBM 4381. Cabe destacar que se realizaban dos conexiones al día, cada una con un promedio de 39 minutos. En 1987 la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) logró establecer conexión con BITNET a través del Tecnológico de Monterrey Campus Monterrey. Posteriormente, la UNAM articuló un enlace satelital independiente, a través del satélite Morelos II (Robles en Islas y Gutiérrez, 2000, p. 4)

El 28 de febrero de 1989 fue una fecha significativa en la historia del internet en México, ya que el Tecnológico de Monterrey estableció conexión con la red de la National Science Foundation's Network (NSFNet), fue la primera institución de México y América Latina en lograrlo. Cabe decir que el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey tiene el primer dominio "mx".

El segundo enlace lo hizo la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) a través del Instituto de Astronomía a la red NSF (hoy internet). A finales de la década de los ochenta y principios de los noventa otras universidades se unieron al internet de manera paulatina. A finales de 1993 existían algunas redes ya establecidas en el país: MexNet, Red UNAM, Red ITESM, RUTYC, BajaNet, Red Total CONACYT y SIRACyT. Para octubre de 1995, el número de dominios destinados a propósitos comerciales ".com.mx" superó el total de dominios destinados a propósitos educativos ".edu.mx".

Según datos del INEGI, durante el segundo trimestre de 2016, en México el 59.5 % de la población de seis años o más se declara ser usuario de internet, el 68.5% de los cibernautas tienen menos de 35 años, el 47% de los hogares tienen conexión a internet y su uso está asociado al nivel de estudios (entre más estudios mayor uso de la red); el internet se utiliza principalmente como medio de comunicación, para obtener información general y para el consumo de contenidos audiovisuales; los usuarios de teléfono celular representan el 73.6% de la población de seis años o más, ya que tres de cada cuatro usuarios cuentan con un teléfono inteligente.



Sin duda, las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) permiten que los individuos se desarrollen en las sociedades a través del manejo de información, con ello crean, comparten, modifican, enriquecen y transforman el conocimiento; de ahí que aparezcan nuevos dispositivos con costos reducidos y con mayor constancia para hacer que la sociedad se vea en la necesidad de estar comunicada de forma inmediata, oportuna y veraz, tal es el caso de las redes sociales que permiten aumentar la escala de las relaciones efectivas, además facilitan la comunicación a través de un soporte digital que almacena datos sin restricciones relevantes.

El auge de las redes en la web añade preguntas y preocupaciones, el anonimato es una de ellas, pues llega a fomentar actividades criminales que ponen en riesgo la seguridad de los usuarios, por lo que debes cuidar con quién compartes información a través del internet, ya que todo lo que entra y circula en internet jamás se borra.

Para recordar que el internet es de acceso abierto para todos, la Organización de las Naciones Unidas otorgó el 17 de mayo como el Día Internacional de Internet.

Para saber más...

Después de Gutenberg

Por José Martínez M.

A propósito de los medios y la comunicación globalizada para entender el presente y tratar de visualizar el futuro, tenemos que empezar por explicar el pasado.

Se dice que los chinos fueron los primeros impresores de la humanidad, utilizando para ello piezas móviles de arcilla, sellos de cerámica y xilografías, pero la primera imprenta con tipos móviles la inventó el alemán Juan Gutenberg.

Hace 563 años, en 1449, para ser exactos, se publicó el primer libro tipográfico del mundo que lleva por título el Misal de Constanza. Ese invento revolucionó el mundo. Sin ese paso no se entendería hoy el mundo de la comunicación globalizada.

El invento de la imprenta revolucionó nuestras vidas. Revolucionó la historia, la cultura, la información.

Tras la impresión del Misal de Constanza se imprimieron más de 6.000 obras diferentes, entre ellas La Biblia. El número de imprentas aumentó rápidamente durante esos años. En Italia, por ejemplo, la primera imprenta se fundó en Venecia en 1469, y hacia 1500 la ciudad contaba ya con 417 imprentas.

Entre los primeros impresos sobresalían libros religiosos (biblias, salterios y misales), desde luego también numerosos libros profanos y obras científicas de los eruditos renacentistas.

.....
Nota: La palabra
 guion según la
 lengua española
 2010 considera un
 error la acentuación
 ortográfica.

Durante siglos, los dibujantes trabajaban en libros ilustrados a mano; a partir de la imprenta, los artistas grababan sus creaciones en madera o metal, lo cual permitía a los impresores renacentistas reproducir en sus imprentas tanto imágenes como textos. La amplia reproducción de sus trabajos influyó de manera notable el desarrollo del arte renacentista.

Claro todo ello gracias a Gutenberg que era un obrero que aprendió el oficio de herrero, su padre era un pequeño comerciante y su madre era la hija de un tendero. Para su desgracia tuvo varios socios, entre ellos un banquero judío que le otorgó un préstamo para publicar el Misal de Constanza, para variar no tuvo dinero para pagar sus deudas y Gutenberg se vio en la penuria, gracias a ello tuvo que difundir el secreto de montar imprentas para poder subsistir y terminó en la ruina muriendo en un estado de deplorable pobreza.

Pero dejemos a Gutenberg y vayamos a una figura clave de nuestra lengua: Miguel de Cervantes Saavedra quien 156 años después de la publicación Misal de Constanza, en 1605 publica la primera parte de la que será su principal obra: El ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha marcando el comienzo del realismo como estética literaria y dando paso al género literario de la novela moderna y una de las mejores obras de la literatura universal.

Cervantes es una de las figuras claves de nuestra lengua y nuestra cultura. No debe faltar en nuestra historia un personaje mítico, Cristóbal Colón. Pues entre la creación de la imprenta y la magna obra de Cervantes la expedición de Colón, en representación de los Reyes Católicos de Aragón y Castilla, realizó el descubrimiento de América el 12 de octubre de 1492, al llegar a una isla de las Bahamas llamada Guanahani, cuya exacta localización aún se discute.

Lo cierto es que el encuentro de dos mundos –con el pasaje abominable de la conquista– también derivó en cosas buenas, como lo fue años más tarde con el origen de la imprenta en México el 12 de junio de 1539, cuando fue firmado en el protocolo del escribano Alonso de la Barrera, en Sevilla, España, el contrato entre Juan Cronberger y Juan Pablos, alemán el primero e italiano el segundo, avecindados en Sevilla, para el traslado e instalación de la primera imprenta formal de tipos móviles en la Ciudad de México, en la otrora Nueva España.

Este fue un paso fundamental en nuestra cultura. La cultura es transmitida por la comunicación de una forma u otra. La cultura y la comunicación están tan entrelazadas entre sí que podrían considerarse sinónimos. De ahí la importancia del lenguaje y los modernos medios de comunicación. Esos son los legados de Gutenberg y Cervantes.

Es así que entre la llegada de la primera imprenta a nuestro país y los modernos medios de comunicación como el Internet y las redes sociales, como el Twitter y el Facebook, entre otros, han transcurrido al día de hoy 473 años. La información del futuro ya está aquí.

Aunque estas herramientas son de un uso popular y masivo, desde mi perspectiva el Periodismo digital es una nueva herramienta que puede resultar un instrumento útil para profesionales con formación y experiencia.



Internet no es bueno ni es malo, será lo que nosotros queramos que sea. Internet y las redes sociales suponen una total transparencia de nuestras vidas y también de lo que somos. Y nuestras huellas quedarán para siempre en el espacio digital.

¿Pero qué hacemos para comunicarnos los periodistas y los comunicadores? ¿Cuántas palabras usamos al hablar? En promedio, un comunicador o un egresado de las ciencias sociales y humanidades utilizan entre 300 y 700 palabras de un potencial de 280 mil palabras. En términos matemáticos usamos aproximadamente menos de una décima del uno por ciento de las posibilidades de nuestro idioma. Son 300 las palabras que en promedio usa una persona común y corriente, mientras una persona que lee los periódicos, algunas novelas, revistas especializadas o algunas páginas en internet, utilizan cerca de 500. Un escritor, digamos una persona dedicada a la literatura que escribe y lee, lee y escribe, usa un aproximado de 3,000 palabras. Cervantes usó menos de 10,000 palabras, es decir, cerca del 3% del idioma del cual es padre de nuestra lengua.

Quizás todo esto es un dato ocioso, pues es imposible saber con exactitud la cantidad de palabras y/o vocablos que existen y esto se debe a muchas razones: la primera de ellas es que el español o castellano como también es aceptado llamarle a nuestro idioma, no es una lengua pura, de hecho ninguna lengua hablada actualmente es cien por ciento pura, ni siquiera los dialectos hablados en los lugares más recónditos del planeta permanecen sin influencia de alguna otra lengua.

La reflexión, a propósito de este encuentro es ¿Y la información del mañana y la libertad de expresión?

Queda claro que no bastan las herramientas de las nuevas tecnologías, que para informar es imprescindible saber comunicarnos. Ya lo he señalado aquí. Pero veamos esos desafíos y retos para quienes nos dedicamos al periodismo.

Las nuevas tecnologías han generado un nuevo modelo informativo. Hoy la industria de la información reflexiona sobre los retos que plantea internet para llegar a sus lectores., a los telespectadores y oyentes que han saltado la barrera que los separaba de los medios de comunicación. Muchos están al otro lado, creando sus propios relatos, informaciones, reflexiones, escritas o audiovisuales, en grupo o en solitario en Internet. El público está influyendo con sus nuevos hábitos no sólo en quien crea contenidos sino la manera de consumirlos.

Hace poco se llevó a cabo en Londres el primer congreso Forum for the Future, donde las principales figuras de la industria de la comunicación convocados por la Online Publishers Association debatieron con el difícil objetivo de aportar luz sobre el futuro de los medios.

Desde luego que los medios de comunicación se enfrentan ante el reto que les plantea un nuevo paradigma informativo propiciado por las nuevas tecnologías lo cual tiene muchas implicaciones, organizativas, productivas y de modelo de negocio.

Sobre el futuro del periodismo ante los cambios que imponen las nuevas tecnologías surgen las más variadas preguntas ¿Qué papel desempeñan los medios tradicionales? ¿Cómo se va a organizar y financiar su trabajo? ¿Cuál será su peso en la opinión pública?

El primer reto es saber conectar con los lectores.

De ahí que muchos editores se preguntan, con razón, cuál es el modelo de negocio en la Red, habida cuenta del profundo deterioro de los medios tradicionales, especialmente en lo que se refiere a la inversión publicitaria. Convendría que antes de responderse prestaran atención a la demanda, a veces angustiada, que muchos periodistas se hacen, al margen de la preocupación por el mantenimiento de sus puestos de trabajo: ¿cuál es el futuro del periodismo? Si somos capaces de contestarnos, el modelo de negocio quedará resuelto.

Las innovaciones científicas y tecnológicas, aunque afecten profundamente a la naturaleza de los procesos productivos, no nos encierran en un universo fatal e irremediable. Antes bien ofrecen una inmensa y nueva oportunidad. Todos somos fruto de nuestros propios deseos y decisiones, y el futuro del periodismo será al fin y al cabo el que los periodistas mismos queramos labrarnos, como ha planteado sabiamente José Luis Cebrián, presidente del periódico El País, en un encuentro de periodistas y editores en España (Martínez, 2012, <http://bit.ly/2AmyAM8>).



4

Módulo

Escribir los medios



Propósito.

Elabora un audiovisual aplicando las etapas de producción para narrar una breve historia en la que proponga soluciones a problemáticas de su comunidad.

Competencias genéricas y atributos

4. Escucha, interpreta y emite mensajes pertinentes en distintos contextos mediante el uso de medios, códigos y herramientas apropiados.

4.1. Expresa ideas y conceptos mediante representaciones lingüísticas, matemáticas o gráficas.

4.5. Maneja las tecnologías de la información y la comunicación para obtener información y expresar ideas.

8. Participa y colabora de manera efectiva en equipos diversos.

8.3. Asume una actitud constructiva, congruente con los conocimientos y habilidades con los que cuenta dentro de distintos equipos de trabajo.

10. Mantiene una actitud respetuosa hacia la interculturalidad y la diversidad de creencias, valores, ideas y prácticas sociales.

10.2. Dialoga y aprende de personas con distintos puntos de vista y tradiciones culturales mediante la ubicación de sus propias circunstancias en un contexto más amplio.

10.3. Asume que el respeto de las diferencias es el principio de integración y convivencia en los contextos local, nacional e internacional.

Competencias disciplinares

Comunicación básica

7. Valora y describe el papel del arte, la literatura y los medios de comunicación en la recreación o la transformación de una cultura, teniendo en cuenta los propósitos comunicativos de distintos géneros.

9. Analiza y compara el origen, el desarrollo y la diversidad de los sistemas y medios de comunicación.

Extendidas

4. Propone soluciones a problemáticas de su comunidad, a través de diversos tipos de textos, aplicando la estructura discursiva, verbal o no verbal, y los modelos gráficos o audiovisuales que estén a su alcance.

5. Aplica los principios éticos en la generación y tratamiento de la información.

Tema 1. Etapas de producción

Existen tres etapas en toda producción para realizar un audiovisual: preproducción, producción y postproducción.

4.1.1. Preproducción

Es la etapa previa a la realización, en esta fase se realiza la planeación; es la parte más importante porque se traza lo que sucederá en la producción y postproducción. Algunas de las actividades que se realizan en la preproducción son:

- * Junta con los involucrados para establecer el objetivo, el público al que está dirigido el producto mediático y las condiciones económicas.
- * Contratación del personal de la producción (camarógrafos, guionistas, iluminadores, conductores, locutores, etc.).
- * Creación del guion literario, que consiste en realizar el texto corrido (sin especificaciones).
- * Creación del guion técnico y storyboard (en caso de ser necesario).
- * Revisión de equipo con el que se cuenta y los espacios en los que se realizará la grabación.

4.1.2. Producción

Es el momento en el que se lleva a cabo la grabación de lo planeado en la preproducción. En la producción se sigue al pie de la letra lo diseñado en el guion literario y técnico; se debe realizar una bitácora de grabación y tener una guía para la postproducción.

4.1.3. Postproducción

Es la etapa final que nos permite detallar la grabación para su presentación ante las audiencias. Se realiza la edición de audio y video, se incluyen los créditos, los efectos, los títulos, se etiqueta el respaldo de la grabación (master) y se realizan las copias necesarias para su distribución.



Tema 2. Lenguaje y guionismo audiovisual

Cuando estamos ante un audiovisual se percibe a través del oído y la vista el mensaje que se construye con sonidos e imágenes, sin embargo, las experiencias son diversas; por ejemplo, una familia reunida en la sala de su casa, un grupo de jóvenes en una fiesta, estudiantes en el salón de clases o un individuo frente a su celular tienen diferentes contextos, su experiencia ante el mensaje será diferente a pesar de ser el mismo código.

Los audiovisuales tienen un lenguaje que permite la construcción del mensaje que a su vez es recibido y retroalimentado por un grupo de receptores que, de manera instantánea, se apropian de la información y la comunican, es decir, todo producto audiovisual se realiza bajo la premisa de causa-efecto.

¿Sabes qué es un audiovisual? Eugenio Vega (s.a.) dice que el término 'audiovisual' empezó a utilizarse en Estados Unidos en los años treinta con la aparición del cine sonoro, sin embargo, argumenta que fue hasta la década de los cincuenta cuando el concepto se utilizó para referirse a las técnicas de difusión simultáneas.

Un audiovisual es un método didáctico que se vale de grabaciones acústicas acompañadas de imágenes ópticas que construyen un relato a través de la armonía (cada sonido tiene una imagen), complementariedad (lo que no aporta uno lo aporta el otro), refuerzo de significados sonoros y visuales (con un mismo propósito) y el contraste entre ambos (determinan el significado).

El lenguaje audiovisual se compone de lo audible (se percibe por el oído) y lo visible (se percibe por la vista).

4.1.1. Voz, música, efectos de sonido y silencio

Los elementos que componen el lenguaje audible son: voz, música, efectos de sonido y silencio. En los audiovisuales el sonido es fundamental para la construcción de ambientes y situaciones.

Voz: es el recurso sonoro que más atención capta, desde la concepción hasta la postproducción del producto audiovisual; la voz le da intención a la palabra. Michel Chion (1998) plantea que tenemos una voz texto (tono de lectura) y una voz teatro (diálogo o tono de conversación).

Música: es mucho más que contenido, se utiliza para fondear, para tema de programa, como puente o para provocar estados de ánimo.

Efectos de sonido: son situaciones audibles que permiten enfocar la atención y emoción del público; establecen la ubicación o el horario, indican entradas y salidas, crean efectos fantásticos.

Silencio: es un elemento olvidado porque algunos consideran que no es importante, sin embargo, es la pausa obligada entre los diálogos, los

efectos y la música. Recordemos que el silencio dice más que mil palabras, ya que expresa intriga, reflexión o drama.

A continuación, se te presenta un cuadro con los conceptos utilizados en la parte audible de producción.

Disolvencia de un sonido en otro.

Concepto	Significado
mic	Micrófono
En micro	La persona habla directo al micrófono.
Lejos del micro	El locutor se coloca lejos del micrófono.
<i>Fade on</i>	El locutor se aproxima gradualmente al micrófono.
<i>Fade off</i>	El locutor se retira paulatinamente del micrófono.
Detrás de barreras	El locutor suena como si hubiera algo entre él y el micrófono.
<i>Sfx</i>	Efecto especial de sonido.
<i>Crossfade</i>	Disolvencia de un sonido en otro.



Mezcla	Combinación de dos o más sonidos diferentes que se transmiten simultáneamente al aire.
Voz en <i>off</i>	Voz sin música de fondo.
Fondea a	La música acompaña en un tono más bajo la voz del locutor.
Corte o <i>cut</i>	Se corta un sonido repentinamente para cambiar de inmediato a otro.
<i>Fade in</i> (Entra)	Subir la música gradualmente.
<i>Fade out</i> (Sale)	Bajar la música gradualmente.
CD	Disco Compacto.
<i>Track</i>	Pista.

Fuente: Elaboración propia, Luis Alberto Garduño Sánchez y Adriana Esthela Garduño Sánchez.

4.2.2. Guion técnico y literario

El guion tiene como función principal servir de guía de acción para realizar el audiovisual, su principal característica es la claridad. Para Gerardo de la Torre (2003), es lo que se quiere dejar ver y oír.

En el guion se unen sonidos e imágenes que nos dicen algo, representa e interpreta la realidad; a través del guion se construyen narrativas atractivas con personajes en escenarios con amplitud y percepción de la vida humana.

El guion técnico es un documento que se dirige a todo el equipo competente y servirá de base para la planificación; en el guion el realizador plasma nociones básicas o generales del estilo narrativo-expresivo, en él queda expresado el estilo y el tiempo del lenguaje audible y visual.

Se estructura en dos columnas, la de la izquierda corresponde a la imagen y la de la derecha al sonido; es importante que en cada cambio de renglón y cambio de hoja no se corten las palabras. Las páginas van numeradas en la parte superior derecha (dentro del encabezado de la página), las imágenes se enumeran consecutivamente, cualquier efecto en imagen y sonido se escribe con mayúsculas (Fade in, Fade out, etcétera); en la parte de imagen se debe señalar si el fotograma tiene título o créditos. El guion se escribe a renglón sencillo, en el cambio de imagen se coloca doble espacio y se escribe en un solo lado de la hoja.

Ejemplo:



Ejemplo de guión técnico audiovisual

1

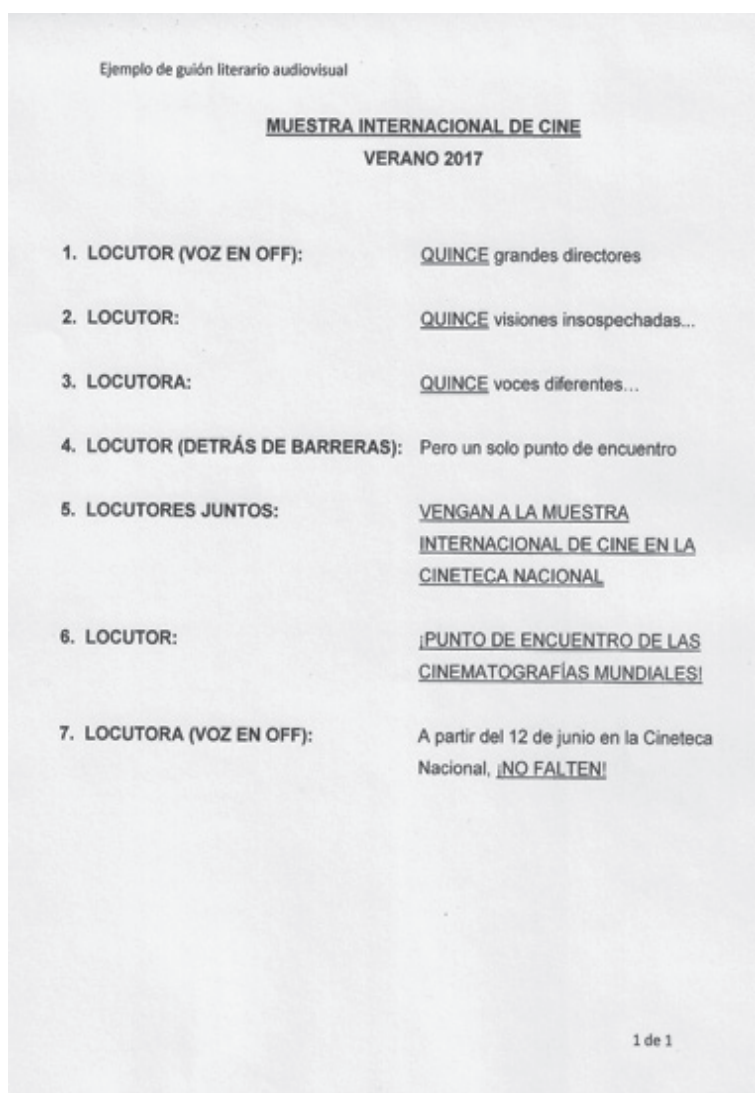
Imagen	Sonido
1. Recámara de trabajador de clase media; este se levanta.	FADE IN <u>TEMA MUSICAL</u> . CANCIÓN CUATRO MILPAS (INSTRUMENTAL) TRACK 12 CD 34 Y SOSTIENE
2. MARCA de pijama	
3. Se pone calcetas (MARCA)	
4. Reloj despertador (MARCA)	
5. El trabajador llega al baño.	
6. Toma el jabón (MARCA)	
7. Se enjabona la cara.	
8. Se rasura. Rastrillo (MARCA) para rasurarse.	<u>TEMA MUSICAL</u> FONDEA A: LOCUTOR: En esa época las grandes potencias mundiales expanden su ideología a través de los productos.
9. Loción después de rasurarse (MARCA)	FADE IN <u>TEMA MUSICAL</u>
10. Toma una toalla (MARCA)	
11. Se viste en la recámara. Se pone su camisa (MARCA)	
12. Pantalones (MARCA)	
13. Zapatos (MARCA)	
14. Reloj de pulso (MARCA)	
15. Toma corbata (MARCA)	
16. Se ajusta el cinturón (MARCA)	
17. La señora con niño en brazos prepara desayuno. Refrigerador (MARCA)	FADE OUT <u>TEMA MUSICAL</u> . CANCIÓN CUATRO MILPAS (INSTRUMENTAL) TRACK 12 CD 34

Fuente: elaboración propia, Luis Alberto Garduño Sánchez y Adriana Esthela Garduño Sánchez.

El guion literario es el texto del relato que se grabará con la voz del escritor, guionista, narrador o locutor; es breve (máximo 500 palabras), contiene indicaciones sobre el tipo de voz que se usa en un momento determinado (por ejemplo, voz en *off*), el tono o la emoción que se quiere reflejar en una frase o palabra e indica quién dirá un fragmento de texto si se trata de una producción grupal. El guion es el instrumento que define y desarrolla el argumento de una historia.

La estructura del guion es con letra Arial de 12 puntos y con espacio 1.5; las palabras o frases que expresan un tono mayor deben destacarse con letras mayúsculas subrayadas; las páginas se numeran indicando la cantidad total de hojas que se ocupan (por ejemplo: 1 de 25, 2 de 25, 3 de 25, 4 de 25 y así sucesivamente).

Ejemplo:

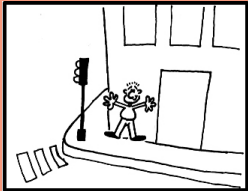
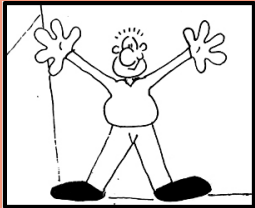
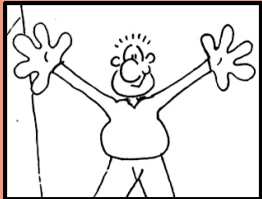


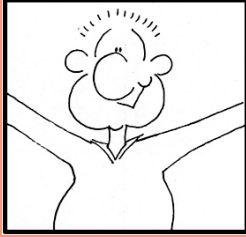
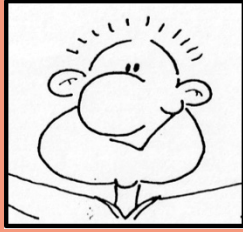
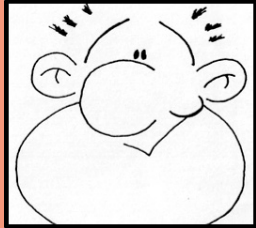
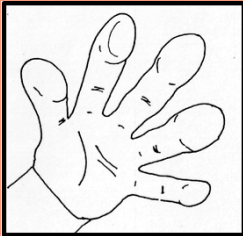
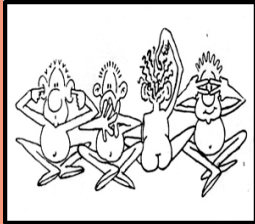
Fuente: elaboración propia, Luis Alberto Garduño Sánchez y Adriana Esthela Garduño Sánchez.

4.2.3. Encuadres y movimientos de cámara

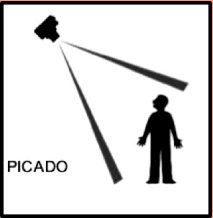
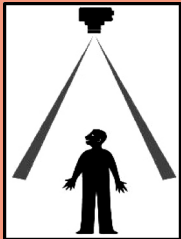
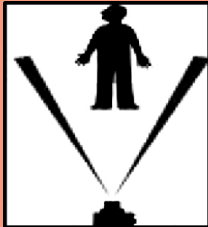
¿Y si pudieras percibir el mundo en un pequeño rectángulo?, ¿verdad que cambiaría la forma de observar las cosas? Sin darnos cuenta lo hacemos todos los días, incluso cuando te tomas fotografías con la cámara de tu celular, pues capturas solo un fragmento de la realidad, a esto se le conoce como encuadre y lo podemos identificar en las escenas que vemos en la televisión, en internet o en el cine.

El encuadre es la capacidad de capturar en un espacio elementos a manera de composición; es la superficie visual en la que un fragmento de la realidad se presenta dentro de ciertos límites que transmiten un mensaje con intención para los receptores. A continuación te presentamos una tabla con los principales encuadres o planos.

Encuadre	Explicación	Ejemplo
Plano general	Se coloca a cuadro un espacio abierto o paisaje.	
Plano general largo	Es una toma abierta en donde predomina el paisaje; la figura humana aparece como parte de un paisaje.	
Plano general corto	Muestra al personaje de cuerpo completo en primer plano y solo una parte del paisaje.	
Plano americano	El encuadre es de las rodillas hacia arriba.	

Plano medio	Es donde aparece el personaje de la cintura a la cabeza; en ocasiones nos permite ver parte del entorno.	
Primer plano	La toma enfoca del pecho hacia arriba.	
Primerísimo primer plano	Se encuadra el rostro del personaje.	
Plano detalle	Se toma un detalle del rostro o alguna otra parte del cuerpo del personaje a cuadro. Por ejemplo, un ojo, una mano, etc.	
Two shot	Se encuadran a dos personajes.	
Group shot	Aparecen en pantalla de tres a más personajes.	

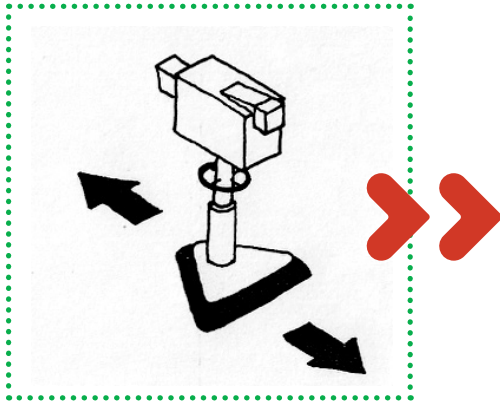
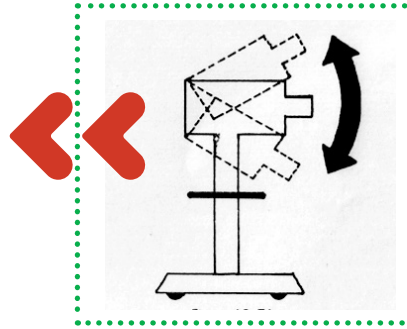


Plano holandés	La ubicación de la cámara hace que tenga una inclinación de 30° (parece una toma mal hecha, incluso llega a generar tensión).	
Picado	La cámara enfoca desde arriba al personaje. Da la sensación de que el espectador es superior o que es autoridad.	
Contrapicado	El encuadre se logra desde la parte inferior del sujeto en pantalla. Los personajes se ven más fuertes e imponentes.	
Cenital	Se realiza colocando la cámara en la vertical superior del objeto o personaje.	
Nadir	Es cuando la cámara se enfoca desde la vertical inferior del objeto o persona.	
Subjetiva	La cámara muestra lo que el personaje está viendo.	

Fuente: elaboración propia, Luis Alberto Garduño Sánchez y Adriana Esthela Garduño Sánchez.

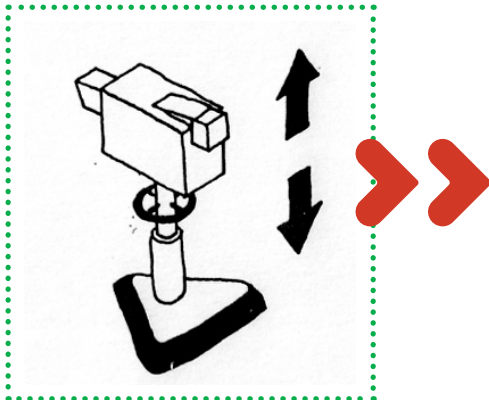
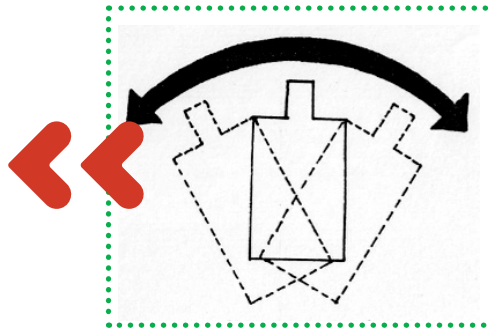
En cuanto a movimientos de cámara la siguiente información es básica :

Tilt: la cámara se mueve sobre su propio eje hacia arriba o hacia abajo. El tilt up es mover gradualmente la cámara hacia arriba; el tilt down es mover gradualmente la cámara hacia abajo.



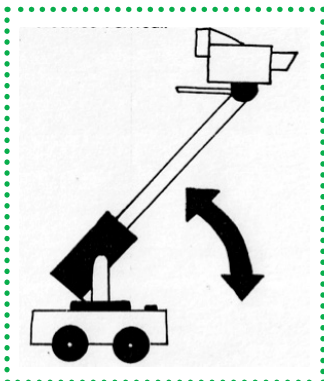
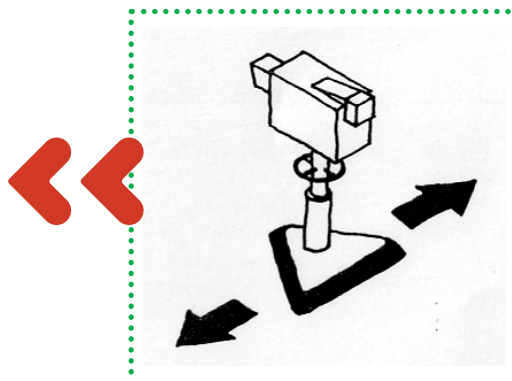
Dolly: la cámara se mueve hacia adelante o hacia atrás. Dolly in es mover la cámara hacia el objeto y dolly out es mover la cámara fuera del objeto.

Paneo: la cámara se mueve sobre su eje horizontal, de izquierda a derecha o de derecha a izquierda de forma gradual.



Pedestal: la cámara se eleva o baja sobre el tripié; pedestal up es subir la cámara; pedestal down es bajarla.

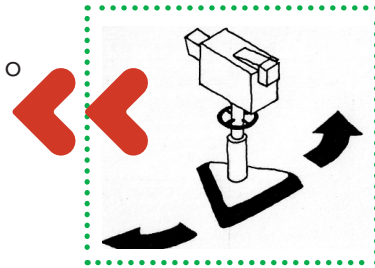
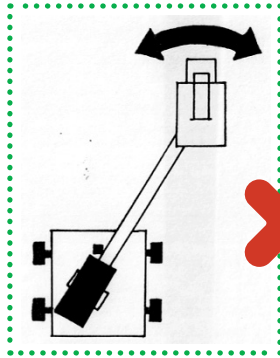
Travelling: se mueve toda la cámara hacia la izquierda o hacia la derecha, se utilizan rieles.



Crane: la cámara se ubica en una grúa y se mueve hacia arriba o hacia abajo.



Arc: es el movimiento en forma de arco o semicírculo hacia adelante o hacia atrás.



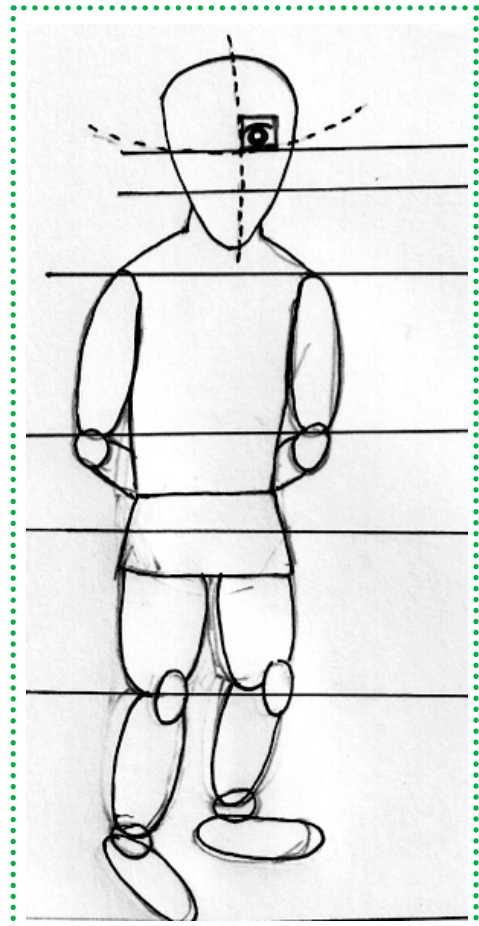
Tongue: se genera el movimiento de cámara de izquierda a derecha o viceversa sobre una grúa.



No debemos olvidar que las cámaras de video, celulares o dispositivos electrónicos cuentan con un zoom digital que nos permite reducir el ángulo de visión; por lo tanto, podemos establecer un zoom in (acercamiento) y un zoom out (alejamiento); se debe tener la paciencia necesaria para lograr un acercamiento o alejamiento lento y adecuado, y no uno de golpe.

Actividad

Observa la siguiente imagen y coloca los encuadres o planos que se puedan realizar, así como los tipos de movimiento de cámara que se aplicarían.



4.2.4. Storyboard

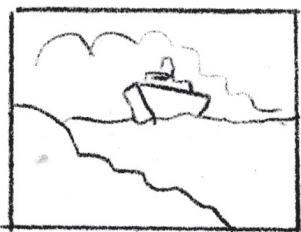
El *storyboard* es una serie de recuadros que se elaboran para dar una idea de los encuadres, se muestra el momento clave de la acción (movimiento de cámara, acción del personaje y distribución narrativa).

Un *storyboard* ayuda a observar el producto audiovisual, permite afinar detalles y comprobar si la toma es viable, el storyboard evita confusiones.

Ejemplo:



Plano medio, *group shot* de personajes, travelling.



Plano general, *zoom in* a barco llegando a un puerto.



Plano medio, personaje habla por micrófono en un lugar soleado.



Primer plano, personaje habla por micrófono.



Plano general, paneo de un edificio.



Primer plano, personaje entrando a una habitación.



Actividad

Observa las siguientes imágenes y coloca las indicaciones de encuadres o planos y movimientos de cámara correspondientes.



.....	
.....	
.....	
.....	
.....	



.....		
.....		
.....		
.....		
.....		

Observa la secuencia de imágenes y describe lo que sucede; menciona los planos o encuadres y los movimientos de cámara que se utilizan.



.....

.....

.....

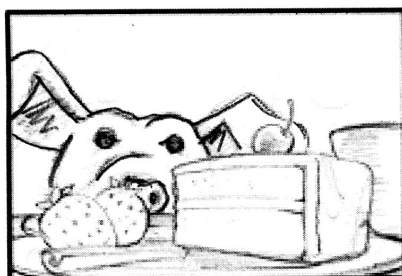
.....

.....

.....

.....

.....



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Tema 3. Narrativa en cine

La narrativa del cine, al igual que en la literatura, pretende formar y entretener expresando ideas, sentimientos e inquietudes. Se narran hechos y se describen lugares y personajes a través de sonidos e imágenes tomando en cuenta el mensaje que el emisor quiere expresar a los receptores (que no pueden responder por el mismo medio, ni código). Sus códigos son signos verbales, icónicos, gestuales, cromáticos, musicales, de luz, movimientos de cámara y encuadres. El canal es auditivo y visual, ya que se realiza en una pantalla de sala de cine, televisión o computadora.

El contexto en donde se desarrollan los mensajes cinematográficos supone un acto de comunicación social; los receptores reciben el mensaje y lo interpretan, se apropian de este a partir de sus propias experiencias; el realizador de la narrativa del cine construye el mensaje pensando que todos lo van a entender de la misma manera en la que él lo conceptualiza, pero con diferentes puntos de vista.



El relato cinematográfico plantea hechos, establece un desarrollo (con nudo) y un desenlace que pone fin a los acontecimientos. En su estructura encontramos secuencias (narrativas amplias, con comienzo y fin) y encuadres que dan el espacio y tiempo.

Una forma de crear una narrativa en cine es con la técnica denominada Stop motion, que consiste en la animación que aparenta el movimiento de objetos estáticos por medio de una sucesión de imágenes fotografiadas.

En cada fotograma se mueve ligeramente el objeto y en cada nuevo cambio de posición se orienta el objeto en una cierta dirección, debe guardarse la mayor continuidad lógica del movimiento que se quiere imitar; por eso al reproducir los fotogramas, uno detrás de otro, la proyección en pantalla crea la ilusión óptica de que el objeto se mueve por sí mismo.

3.1. Espacio y tiempo

El espacio y el tiempo en el cine se refieren al lugar y al momento que se representa; se utiliza el lenguaje audiovisual para dar a conocer un lugar y una temporalidad específica.

Las secuencias, los encuadres y los movimientos de cámara son elementos que componen el relato; también se usan recursos de edición como: cambio de color, textura, luminosidad, división de pantalla, música, efectos visuales de transición, montaje, etc. A continuación te presentamos un cuadro que te permitirá entender cada marca de temporalidad y escenario.

Marca de temporalidad y escenario	Explicación
Cronología	La historia sigue la lógica expositiva: introducción, desarrollo y desenlace.
Paralelo	Aparece cuando en pantalla (dividida) hay dos lugares, personajes o situaciones al mismo tiempo.
<i>Flash back</i>	Hace referencia a un momento anterior; se utilizan colores sepias y tonos grises que nos remiten al pasado.
De idea	Se asocia al personaje con una situación que rompe la secuencia o el momento. Quedan expresados los movimientos y los sentimientos.
Elipsis	El editor utiliza dicha marca para quitar segmentos de la historia sin que afecte la claridad de la trama.

Fuente: Elaborado propia, Luis Alberto Garduño Sánchez.

En ocasiones a las marcas de temporalidad y escenario se le denomina montajes.

3.2. Cortometraje

El cortometraje es una producción audiovisual que dura entre tres y treinta minutos; la forma más sencilla de elaborarlo es jerarquizar un conjunto de imágenes (fotos o videos cortos) que conformen un relato y editarlo con música, efectos de sonido y voz.

Los argumentos que se presentan y que sobresalen al momento de realizar un cortometraje son:

- * **De acción y aventura:** tienen dinamismo y variedad en los acontecimientos.
- * **Comedia:** provoca risa e incluso la carcajada.
- * **De drama histórico:** está basado en personajes y acontecimientos históricos.
- * **Melodramas:** son historias románticas, sentimentales.
- * **Policíacas:** establece intriga, enredos y pistas para descubrir un acontecimiento o a un sospechoso.
- * **De terror:** genera miedo, impresiona y sorprende a los espectadores.
- * **Musicales:** se caracteriza por contener bailes y canciones.
- * **De ciencia-ficción:** emplea efectos especiales y temas científicos y tecnológicos que nos hacen pensar en el futuro.
- * **Bélicas:** emplea temas de guerra.
- * **Western:** historias sobre el lejano oeste.

Los temas pueden ser diversos siempre y cuando se tenga un argumento y se establezca un buen tratamiento.

En equipo realicen un audiovisual sobre "La Prepa y ustedes" a través de una serie de imágenes fijas o en movimiento; busquen darle el argumento y tratamiento que deseen. ¡Manos a la obra!

Fuentes

- Castro, Ixchel y Luz Zareth Moreno (2006). *El modelo comunicativo*. México: Trillas.
- Chion, Michel (1998). *La audiovisión. Introducción a un análisis conjunto de la imagen y el sonido*. Barcelona: Paidós.
- Dreyfus, Hubert L. (2003). *Acerca de Internet*. Barcelona: UOC.
- Eco, Umberto. (2009). *Apocalípticos e integrados*. México: Tusquets.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (2016). Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH). México: INEGI.
- Islas, Octavio y Gutiérrez, Fernando (coords.) (2000). *Internet: el medio inteligente*. México: CECSA.
- Martín Serrano, Manuel (1991). *Teoría de la Comunicación*. Epistemología y análisis de la referencia. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Martínez M., José (2012). *"Después de Gutenberg"*. Ciudad capital. Periodismo ciudadano. Recuperado de <http://bit.ly/2AmyAM8>
- Martínez, David (2017). *De Super Mario a Lara Croft: La historia oculta de los videojuegos*. España: Dolmen Editorial.
- Ruíz, Ricardo (2012). *"Óscares, ideología y coyuntura política"*. Revista Mexicana de Comunicación. Recuperado de <http://bit.ly/2hE0Jqg>
- Storey, John (2002). *Teoría cultural y cultura popular*, Barcelona: Ediciones OCTAEDRO, S.L.
- Vega, Eugenio. (s. a.). *"Definición y orígenes del audiovisual"*. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de <http://bit.ly/2ixQiUS>

Fuentes de consulta

- Benítez, Anto (2013). *Guion técnico y planificación de la realización*. Madrid: Universidad Carlos III. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10016/16373>
- Berlo, David (2004). *El proceso de la comunicación, introducción a la teoría y la práctica*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Bohmann, Karim (1989). *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México: Alianza Editorial Mexicana/ Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Brünner, J. (1999). *Globalización, cultura y posmodernidad*. México: FCE.

- Casanova, María del Carmen (1999). *Medios de Comunicación. Una Propuesta para el Aula en 1º de Bachillerato*. Sevilla: Ediciones Alfar.
- Cervantes, Cristina y Maximiliano Maza (1994). *Guion para medios Audiovisuales. Cine, radio y televisión*. México: Alhambra Mexicana.
- De Anda y Ramos, Francisco (2011). *La Radio, un gigante dormido*. México: Trillas.
- De la Torre Zermeño, Francisco et. al. (1995). *Taller de análisis de la comunicación*. México: Mc Graw Hill.
- De la Torre, Gerardo (2001). *El Guion. Elementos, Formatos y Estructuras*. México: Ficticia.
- De la Torre, Gerardo (2003). *El guion: modelo para armar*. México: Ficticia.
- De Moragas, M. (1991). *Teorías de la comunicación*. México: Gustavo Gilli.
- Fernández, F. (1982). *Los medios de difusión masiva en México*. México: Juan Pablos.
- García Diego, Javier (2010). *El porfiriato (1876-1911) en Historia de México*, México: FCE/SEP/Academia Mexicana de Historia.
- Giddens, Anthony (2002). *Modernidad e identidad del yo*. Barcelona: Península.
- González Requena, Jesús (1997). *El discurso televisivo. Espectáculo de la Posmodernidad*. Madrid: Cátedra.
- González, C. (1989). *Principios básicos de comunicación*. México: Trillas.
- Grimson, A. (2001). *Interculturalidad y comunicación*. Colombia: Norma
- Hilliard, Robert. (2000). *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. México: Thomson Learning.
- Jenkins, H. (2017). *"Games, the new lively art". Handbook of computer game studies*. Cambridge [MA]: MIT Press. Recuperado de <http://bit.ly/2Bt6vDU>
- Jiménez, Pedro (2009). *Lenguaje cinematográfico*. España: EACINE. Recuperado de <http://bit.ly/2yQEALI>
- Krol. Ed. (1995). *Conéctate al mundo de Internet*. México: McGraw-Hill.
- Londoño Monroy, Gloria (2010). *"Indicaciones básicas y ejemplos para elaborar el guion literario de un relato digital con un enfoque personal"*. En Creando historias digitales. Barcelona: Observatorio de la Educación Digital de la Universitat de Barcelona y la Fundación Privada pel Foment de la Societat del Coneixement, Citilab-Cornellà. Recuperado de <http://greav.ub.edu/relatosdigitales>

- López, G. (2005). *Modelos de comunicación en Internet*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Martín Serrano, Manuel (1986). *La producción social de la comunicación*. España: Alianza Universidad.
- Mattelart, A., Michel (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Mc Luhan, Marshal (1996). *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Mejía Barquera, Fernando (1985). *"50 Años de televisión comercial en México (1934-1984)/Cronología"*. En Televisa, El Quinto Poder. México: Claves Latinoamericanas.
- Mejía, J. (1972) *Historia de la radio y la televisión en México*. México: Editores Asociados.
- Muñoz del Bosque, Julio Enrique (2017). *"El uso de gráficos como material comunicativo"*. Revista Mexicana de Comunicación. Recuperado de <http://bit.ly/2gwzxc1>
- Musicasinfinal (2010). *"XEW La voz de la América Latina desde México"*. [Archivo de video]. Recuperado de <http://bit.ly/2zgl0n>
- Naime, Alfredo (1987). *El Cine: 195 respuestas*. México. Universidad Iberoamericana.
- Nieto, Jorge (2015). *La promoción audiovisual en Tamaulipas*. Viabilidad de una Film Commission en Tampico. España: Universidad de Santiago de Compostela.
- Pascuali, A. (1972). *Comunicación y cultura de masas*. Caracas: Monte Ávila Editores.
- Reed, Luis y María del Carmen Ruíz (1998). *El periodismo en México*. 500 Años de Historia. México: Edamex. Recuperado de <http://bit.ly/2CwQM63>
- Romaguera, J. (1999). *El lenguaje cinematográfico: gramática, géneros, estilos y materiales*. Barcelona: Ediciones de la Torre.
- Ruíz Castañeda, María del Carmen (coord.) (2015). *La prensa. Pasado y presente de México*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Sánchez Ruíz, Enrique (1991). *"Historia mínima de la televisión mexicana"*. En Revista Mexicana de Comunicación. 3 (18), julio-agosto.
- Sánchez Ruíz, Enrique. (1991). *"Tendencias de la investigación sobre televisión en México (1955-1990)*. Análisis de la bibliografía". Informe de investigación. México: Universidad de Guadalajara. Recuperado de <http://bit.ly/2zk1L48>
- Sánchez, J. (2006). *Historia del cine: teoría y géneros cinematográficos, fotografía y televisión*. España: Alianza Editorial.

- Schihl, J. Robert (1989). *Single Camera Video from Concept to Edited Master*. England: Focal Press.
- Silva, Juan Pablo (2011). "*La época de oro del cine mexicano: la colonización de un imaginario social cultural*". VII (13). 7-30 pp. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=69418365002>
- Somos uno. (1996). *100 años de cine mexicano*. Año 6, núm. 1, enero. México: Eres.
- Stadish, Peter (2008). "*Desarrollo del cine mexicano*" en actas del XLIII Congreso Internacional de la Asociación Europea de Profesores de Español. Madrid: UNED. Recuperado de <http://bit.ly/2oCyyy1>
- Tostado, Verónica (1999). *Manual de producción de video*. Un Enfoque Integral. México: Alhambra Mexicana.
- Toussaint, Florence (1989). *Escenario de la prensa en el porfiriato*. México: Fundación Manuel Buendía/Universidad de Colima.
- Verderber, R. y Verderber, K. (2005). *Comunícate*. México: Thomson.
- Verdú, Vicente (2006). *El estilo del mundo. La vida en el capitalismo de ficción*. Barcelona: Anagrama.
- Wolf, Mark y Bernard Perron (2003). *The video game theory reader*. Londres: Routledge.
- Wolton, Dominique (1999). *Sobre la comunicación*. Madrid: Acento Ediciones.

Directorio

Doctor en Ciencias e Ingeniería Ambientales
Carlos Eduardo Barrera Díaz
Rector

Doctor en Ciencias Computacionales
José Raymundo Marcial Romero
Secretario de Docencia

Doctora en Ciencias Sociales
Patricia Zarza Delgado
Secretaria de Investigación y Estudios Avanzados

Doctor en Ciencias de la Educación
Marco Aurelio Cienfuegos Terrón
Secretario de Rectoría

Doctora en Humanidades
María de las Mercedes Portilla Luja
Secretaria de Difusión Cultural

Doctor en Ciencias del Agua
Francisco Zepeda Mondragón
Secretario de Extensión y Vinculación

Doctor en Educación
Octavio Crisóforo Bernal Ramos
Secretario de Finanzas

Doctora en Ciencias Económico Administrativas
Eréndira Fierro Moreno
Secretaria de Administración

Doctora en Ciencias Administrativas
María Esther Aurora Contreras Lara Vega
Secretaria de Planeación y Desarrollo Institucional

Doctora en Derecho
Luz María Consuelo Jaimes Legorreta
Abogada General

Doctor en Ciencias Sociales
Luis Raúl Ortiz Ramírez
Secretario Técnico de la Rectoría

Licenciada en Comunicación
Ginarely Valencia Alcántara
Directora General de Comunicación Universitaria

Doctor en Ciencias Sociales
Luis Raúl Ortiz Ramírez
**Director de Centros Universitarios y Unidades Académicas Profesionales
Región A y Encargado del Despacho Región B**

Doctora en Investigación Educativa
Eva Lilia García Escobar
Directora de Estudios de Nivel Medio Superior

Planteles dependientes de la Escuela Preparatoria

Doctor en Tecnología e Innovación de la Educación
Arturo Mejía Zamora
Plantel "Lic. Adolfo López Mateos"

Maestro en Ciencias de la Educación
Erick Vieyra Méndez
Plantel "Nezahualcóyotl"

Maestro en Administración Pública y Gobierno
Raúl Juárez Toledo
Plantel "Cuauhtémoc"

Doctora en Ciencias de la Educación
María del Rocío García de León Pastrana
Plantel "Ignacio Ramírez Calzada"

Doctor en Ciencias de la Educación
Alejandro Morales Velázquez
Plantel "Dr. Ángel Ma. Garibay Kintana"

Maestro en Educación con Orientación en Innovación y Tecnología Educativa
Sergio Luis Roldán Vásquez
Plantel "Texcoco"

Maestro en Docencia
Erick Rodolfo Sánchez Cortés
Plantel "Sor Juana Inés de la Cruz"

Química Farmacéutica Bióloga
Janette Jaimes García
Encargada del Despacho de la Dirección del Plantel "Dr. Pablo González Casanova"

Doctora en Educación
María del Rosario Sotelo Hurtado
Encargada del Despacho de la Dirección del Plantel "Isidro Fabela Alfaro"

Licenciada en Comunicación
Ana Vianey Suárez Castro
Encargada del Despacho de la Dirección del Plantel "Mtro. José Ignacio Pichardo Pagaza"