**Reforma Curricular – Área de Periodismo**

**Universidad de La Sabana**

**Facultad de Comunicación – Programa de Comunicación Social y Periodismo**

**1. Ficha técnica:**

Nombre de la asignatura: Fashion Journalism

Intensidad semanal:2 horas

Número de créditos:2

Número de profesores:1

Semestre: Quinto semestre en adelante

Modalidad: Teórico-práctica

Tipo: Electiva disciplinar

**2. Justificación:**

La moda es un fenómeno cultural y social que representa una forma de expresión vinculada principalmente a valores funcionales y estéticos. Esta industria, una de las más potentes del mundo,  se relaciona con el contexto histórico, social, político y económico en el que surge, a través de estilos y tendencias adoptados por una mayoría.

A partir del siglo XIX, gracias al desarrollo industrial y los avances técnicos, se da inicio al sistema actual de la moda: la industria textil aportó mejoras, se propagó la máquina de coser, surgió el mercado de la alta costura y en *la belle époque*, desde finales del siglo hasta la I Guerra Mundial, se dio origen a una nueva expresión del cuerpo femenino con la aparición de la silueta en S - caracterizada por el uso del corsé - y el traje sastre para mujeres.

Después de dos guerras mundiales y la nueva atmósfera de optimismo y progreso, la moda volvió a su esplendor en 1947 con el *new look* de Christian Dior. De ahí en adelante, hasta finales del siglo XX, la moda se estandarizó por décadas marcadas por la revolución y la libre expresión del ser humano.

La relación entre moda y periodismo también surgió a finales del siglo XIX cuando en Nueva York y París se fundaron las primeras revistas y casas editoriales de moda con la intuición de que la moda necesitaba una publicación de referencia. No obstante, casi 150 años después, gracias a la globalización y las nuevas tecnologías, la moda encontró nuevos formatos y plataformas para comunicarse, los cuales al día de hoy siguen evolucionando.

**3. Descripción de la asignatura:**

La electiva *Fashion Journalism* está dividida en tres bloques. En la primera parte del semestre, se abordarán los orígenes y conceptos básicos para comprender la importancia de la moda en la sociedad. En primer lugar, los estudiantes deben conocer y analizar el origen, la historia e influencia de la industria de la moda, con una mirada artística, cultural, social, política y económica. Y, en segundo lugar, abordarán en detalle los conceptos y el lenguaje de la moda y cómo y cuándo se deben emplear correctamente.

Durante el segundo bloque el estudiante profundizará en detalle la relación moda-cultura y su incidencia en las costumbres sociales. En primer lugar, los estudiantes deben conocer cómo la moda influyó en la liberación/revolución de la mujer. En segundo lugar, profundizarán en el contexto político-social de cada década de la segunda mitad del siglo XX y cómo la moda cumplió un papel determinante. En tercer lugar, los estudiantes deben conocer y estudiar los perfiles de personajes que han hecho grandes aportes a la industria.

En el tercer bloque los estudiantes conocerán el origen del periodismo de moda y analizarán su panorama en el mundo y en Colombia y tendrán un acercamiento práctico a partir del trabajo de campo y la elaboración de piezas periodísticas. En primer el lugar, el estudiante debe conocer cómo funciona la industria de la moda en el mundo y en Colombia, cuáles son sus plataformas, su relación con las redes sociales y nuevos medios de comunicación. En segundo lugar, debe analizar y comprender el panorama de la moda en Colombia y sus actores principales. En tercer lugar, abordará de manera rigurosa los criterios y aspectos básicos para la elaboración de piezas periodísticas de moda.  Finalmente, tendrá una introducción a la industria de la moda desde la mirada de la comunicación y las relaciones públicas en donde conocerán la relación entre marca-agencia-medio y analizará la relación entre la industria de la moda con los blogs e *influencers*

**4. Objetivo general:**

Proporcionar conocimientos especializados acerca de la industria de la moda y entender sus conceptos para la elaboración de piezas periodísticas.

**5. Objetivos específicos:**

* Comprender la moda como un fenómeno sociocultural presente en todos los ámbitos del ser humano
* Conocer el panorama del periodismo de moda en Colombia y en el mundo y cómo se transforma mediante el uso de nuevas tecnologías
* Dominar y aplicar los conceptos y el lenguaje de la moda en la producción de textos periodísticos
* Desarrollar un conjunto de habilidades, conocimientos y competencias para comunicar, escribir y pronunciar la moda correctamente.
* Analizar cómo funciona el sistema moda y la importancia de los medios de comunicación en esta industria

**6. Contenido:**

**Parte I: El origen de la moda y su lenguaje**

|  |  |
| --- | --- |
| ***Núcleos temáticos***  | ***Subtemas***  |
| 1. Introducción a la industria de la moda  | -Definición del concepto de moda  -Origen de la moda: de lo funcional a lo estético -La máquina de coser -El vestido -El pantalón vaquero *(jeans)*  |
| 2. La moda y la mujer en el Siglo XIX  | -La *belle époque* y el corsé -El sastre femenino -Los inicios de la Alta Costura -La transformación de la falda  |
| 3. El lenguaje de la moda  | -Conceptos básicos de la industria de la moda -La Alta Costura -Cómo se pronuncia la moda  |

**Parte II: moda y cultura**

|  |  |
| --- | --- |
| ***Núcleos temáticos***  | ***Subtemas***  |
| 1. La moda en las primeras décadas del siglo XX   | -Coco Chanel y la liberación del corsé -La moda en la II Guerra Mundial -La moda en París en los 50's: El new look de Christian Dior -El nacimiento de las marcas de moda -Origen y evolución de los desfiles de moda  |
| 2. Influencia de la moda en fenómenos socio culturales    |  -La moda en los 60's: Vietnam, los hippies y la mini falda -La moda en los 70's: libertad de expresión, la estética punk y el *glam rock* -La moda en los 80's:  estilo disco -La moda en los 90's: individualismo, libertad y la estética *grunge*-La influencia de la moda en el cine, la música y el arte  |
| 3. Moda del siglo XXI  | -Panorama actual de la moda en el mundo -Actores y protagonistas de la moda actual -Nueva York, Londres, Milán y París: las capitales de la moda -El *street style* -Origen de las campañas publicitarias en la moda -La censura en la moda -Casos de estudio: demandas y plagios en la moda -Hechos que marcaron a la industria en el siglo XXI -Definición del concepto de lujo -Breve historia del lujo y su inseparable relación con la moda -Características de una marca de lujo  |

**Parte III: moda y periodismo**

|  |  |
| --- | --- |
| ***Núcleos temáticos***  | ***Subtemas***  |
| 1.Introducción al periodismo de moda  | -Origen del periodismo de moda -Historia de las revistas de moda -¿Qué hace un periodista de moda? -La investigación, fuentes y documentación en moda -Principales eventos de moda en el mundo -Géneros periodísticos en el periodismo de moda -Objetividad y subjetividad en el periodismo de moda  |
| 2.El periodismo de moda en Colombia  | -La moda en Colombia hoy y antes -Panorama del periodismo de moda en Colombia -Principales actores y eventos de moda en Colombia -La moda colombiana en el mundo -La revolución de los nuevos medios: redes sociales y blogs  |
| 3. Relaciones públicas y moda | -Las agencias de comunicaciones y su relación con los medios de moda-El press kit-*Bloggers* e *influencers*: los nuevos aliados  |

**7. Competencias:**

Comprende la definición del concepto de moda.

Analiza la influencia de la moda como fenómeno sociocultural.

Maneja el lenguaje de la moda en el ámbito periodístico.

Establece la relación entre moda y periodismo.

Desarrolla habilidades teóricas y prácticas para los procesos de investigación y creación de piezas periodísticas de moda.

Aplica el proceso de realización de los diferentes géneros periodísticos en moda y los distintos procedimientos que deben desarrollarse para obtener un resultado específico.

Comprende la relación entre moda y comunicación y el papel de las relaciones públicas en la moda.

**8. Metodología y recursos técnicos**

La electiva teórico-práctica de *Fashion Journalism* se divide en tres partes: *el origen de la moda y su lenguaje*, *relación moda y cultura* y *moda y periodismo*. Para todas las sesiones se requiere de equipo de *video beam* con sonido para mostrar material de apoyo en texto, imágenes y video. La electiva demanda la planeación de por lo menos dos salidas de campo durante las dos últimas partes del semestre. En la primera salida, para el módulo de moda y cultura, los estudiantes deberán visitar el Museo de Trajes. La segunda salida será para el módulo *moda y periodismo*.  Los estudiantes deberán cubrir un evento o realizar entrevistas para la realización de un proyecto final. Para la documentación de las salidas de campo, los estudiantes deberán contar con recursos técnicos como grabadoras de sonido, cámara de fotos y/o *smarthphone*.

**9. Evaluación**

La electiva debe tener varias modalidades de evaluación para cada uno de los tres cortes. Para el primer corte debe incluir una evaluación teórica sobre la definición de moda y sus conceptos. Para el segundo corte, se debe evaluar la moda a través de la historia y su importancia como fenómeno sociocultural. Se asignarán exposiciones que requieran documentación y análisis. Así mismo, para el segundo corte se realizará un segundo parcial escrito. Para el tercer corte, se debe realizar un proyecto final que permita abordar los diferentes géneros periodísticos en moda a través del trabajo de campo. A lo largo del semestre también se evaluará el interés, compromiso y participación del estudiante con la electiva alternando entre debates del material bibliográfico y quices de actualidad.

|  |  |
| --- | --- |
| Primer corte30% | Parcial teórico aplicado a los temas vistos en clase 70%Participación y taller en clase 30% |
| Segundo corte 30% | Exposiciones grupales 50%Trabajo escrito 50% |
| Tercer corte40% | Trabajo final aplicado al periodismo de moda 60%Participación en el debate grupal 20%Quiz de actualidad 20% |

**10. Contenidos temáticos**

|  |
| --- |
| **Semana 1** |
| **Lunes 22 a viernes 26 de enero** |
| Tema | Introducción y descripción de la materia |
| Lecturas asignadas | Programa de la materia |
| Actividades | Presentación del programa y los estudiantes |
| **Semana 2** |
| **Lunes 29 de enero a viernes 2 de febrero** |
| Tema | Definición del concepto moda y sus orígenes |
| Lectura | *El Imperio de lo Efímero*, primera parte: “Magia de las apariencias” y “La moda y occidente: el momento aristocrático” |
| Actividades | Clase magistralSocialización de la lectura  |
| **Semana 3** |
| **Lunes 5 a viernes 9 de febrero** |
| Tema | La moda y la mujer en el siglo XIX |
| Lectura | Colección del Instituto de la Indumentaria de Kioto, Tomo I, Siglo XVIII y XIX |
| Actividades | Clase magistralSocialización de la lectura |
| **Semana 4** |
| **Lunes 12 a viernes 16 de febrero** |
| Tema | El lenguaje de la moda y conceptos básicos |
| Lectura | Haute Couture, part I: History |
| Actividades | Clase magistralActividad dinámica para definición de conceptosSocialización de la lectura |
| **Semana 5** |
| **Lunes 19 al viernes 23 de febrero** |
| Tema | Primer parcial teórico aplicado a los temas vistos en las sesiones anteriores |
| Lectura | - |
| Actividades | Parcial escrito |
| **Semana 6** |
| **Lunes 26 de febrero a viernes 2 de marzo** |
| Tema | Moda en el siglo XX: del corsé al “*New Look”* |
| Lectura | El corsé: controversias del siglo XIXPelícula “*Coco before Chanel*” |
| Actividades | Clase magistralSocialización de la película y la lectura |
| **Semana 7** |
| **Lunes 5 a viernes 9 de marzo** |
| Tema | París y los años 50’s: la década más prodigiosa de la moda |
| Lectura | Película “Dior and I”Grandes diseñadores de moda: Christian Dior, Cristobal Balenciaga, Hubert de Givenchy |
| Actividades | Clase magistralSocialización de la películaAsignación de exposiciones  |
| **Semana 8** |
| **Lunes 12 a viernes 16 de marzo** |
| Tema | La moda y su contexto en las décadas de los 60’s y los 70’s |
| Lectura | Grandes diseñadores de moda: Yves Saint Laurent – Vivienne Westwood |
| Actividades | Exposiciones grupales |
| **Semana 9** |
| **Lunes 19 (festivo) a viernes 23 de marzo** |
| Tema | La moda y su contexto en las décadas de los 80’s y 90’s |
| Lectura | Grandes diseñadores de moda: Giorgio Armani - Gianni Versace - Valentino  |
| Actividades | Exposiciones grupales |
| **Semana 10** |
| **Lunes 2 al viernes 6 de abril** |
| Tema | Una nueva era: la moda en el siglo XXI |
| Lectura | Análisis de las revistas digitales: Vogue, Marie Claire y Harper’s Bazaar  |
| Actividades | Clase magistralSocialización del documentalQuiz de actualidad |
| **Semana 11** |
| **Lunes 9 al viernes 13 de abril** |
| Tema | Entrega de trabajo escrito |
| Lectura | Documental “The First Monday in May” |
| Actividades | Clase magistral |
| **Semana 12** |
| **Lunes 16 a viernes 20 de abril** |
| Tema | El lujo en la moda |
| Lectura | El Universo del Lujo, parte I |
| Actividades | Clase magistral |
| **Semana 13** |
| **Lunes 23 a viernes 27 de abril** |
| Tema | Moda, censura y plagios: casos de análisis |
| Lectura | “Las 15 campañas de moda más polémicas de la historia” |
| Actividades | Clase magistralDebate |
| **Semana 14** |
| **Lunes 30 de abril a viernes 4 de mayo** |
| Tema | Introducción al periodismo de moda |
| Lectura | Documental The September Issue (2009) |
| Actividades | Clase magistralQuiz de actualidad  |
| **Semana 15** |
| **Lunes 7 al viernes 11 de mayo** |
| Tema | El periodismo de moda en Colombia |
| Lectura | ¿Puede el periodismo crear comprensiones menos banales de moda? |
| Actividades | Clase magistral |
| **Semana 16** |
| **Lunes 14 al viernes 18 de mayo (última semana de clases)** |
| Tema | Las relaciones públicas en moda |
| Lectura | Public Relations: An Introduction |
| Actividades | Clase magistral |
| **Semana 17** |
| **Lunes 21 al viernes 25 de mayo (Exámenes)** |
| Tema | Conclusiones  |
| Actividades | Entrega de trabajo final |

**11. Bibliografía**

* Lipovetsky, Gilles. (1990). *El Imperio de lo Efímero*. Barcelona: Editorial Anagrama
* Fukai, Akiko. (2003). *Moda: Una historia desde el siglo XVIII al siglo XX. Tomo I.* Barcelona: Taschen.
* Martin, Richard and Koda, Harold. (1995). *Haute Couture.* Nueva York: The Metropolitan Museum Of Art, New York.
* Steele, Valerie. (2003). *The Corset: A Cultural History*. New Haven: Yale University Press.
* Benjo, Caroline (productor), Fontaine, Anne, (director). (2009). *Coco before Chanel*.  [Cinta cinematográfica]. Francia. Warner Bross.
* Vigué, Jordi. (2013). *Grandes diseñadores de moda*. Madrid: Susaeta Ediciones.
* Tcheng, Frédéric., de Roquemaurel, Guillaume (productores) Tcheng, Frédéric (director). (2014). *Dior and I* [Cinta cinematográfica].Francia. CIM Productions
* Beracasa Beckman, Fabiola; Ward Durrett, Sylvana; Ostroff, [Dawn](https://en.wikipedia.org/wiki/Dawn_Ostroff) (productores). Rossi, Andrew (director). (2016). *The First Monday in May* [Documental]. Estados Unidos. Magnolia Pictures.
* Campuzano García, Susana. (2013). *El Universo del Lujo*. Madrid: Mc Graw-Hill
* La Vanguardia. (2014). *Las 15 campañas de moda más polémicas de la historia*. España. Recuperado de: <http://www.lavanguardia.com/de-moda/moda/20140818/54413041910/las-15-campanas-de-moda-mas-polemicas-de-la-historia/item/15/the-wrong-turn.html>
* Cutler, R.J.; Sharenow, Robert (productores). Cutler, R.J (director). (2009). *The September Issue* [Documental]. Estados Unidos. A&E Indie Films.
* Gallón, Angélica. Revista Fucsia: *¿Puede el periodismo crear comprensiones menos banales de moda?*. Colombia. Recuperado de: <http://www.fucsia.co/edicion-impresa/articulo/como-crear-ideas-menos-banales-de-moda/53948>
* Harrison, Shirley. (1995). *Public Relations: An Introduction*. United Kingdom: Cengage Learning EMEA.

**12. Perfil del profesor**

Graduada de la Facultad de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de La Sábana, con más de cuatro años de experiencia en comunicación y periodismo de moda y lujo. A lo largo de su carrera ha trabajado con importantes marcas de la industria en la ejecución de estrategias de comunicación y relaciones públicas. A su experiencia se suma su labor como periodista y corresponsal de diferentes medios digitales especializados.

**13. Datos del profesor**

Nombre: María Camila Villamil

E-mail: m.camila.villamil.n@gmail.com

Teléfono: 314 366 5690