

**DATOS DE IDENTIFICACIÓN**

<b>MATERIA:</b>	<b>Teorías de la Comunicación I. Genealogías</b>				
<b>CENTRO ACADÉMICO:</b>	Ciencias Sociales y Humanidades				
<b>DEPARTAMENTO ACADÉMICO:</b>	Comunicación				
<b>PROGRAMA EDUCATIVO:</b>	Lic. en Comunicación e Información				
<b>AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:</b>	2012	<b>SEMESTRE:</b>	Segundo	<b>CLAVE DE LA MATERIA:</b>	20265
<b>ÁREA ACADÉMICA:</b>	Semiótica, teorías y metodologías de la comunicación.		<b>PERIODO EN QUE SE IMPARTE:</b>	Enero - Junio	
<b>HORAS SEMANA T/P:</b>	4HT		<b>CRÉDITOS:</b>	8	
<b>MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:</b>	Presencial		<b>NATURALEZA DE LA MATERIA:</b>	Obligatoria/Teórica	
<b>ELABORADO POR:</b>	César Herrera Ramírez				
<b>REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:</b>	Semiótica, teorías y metodologías de la comunicación.		<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	Enero de 2018	

**DESCRIPCIÓN GENERAL**

Consiste en un curso teórico, con un nivel de complejidad intermedio, en el que se revisarán analíticamente las principales perspectivas teóricas y estudios que constituyen las genealogías que han conformado a la comunicación como un campo y objeto de estudio. El curso implica trabajar con una antología de lecturas que permitirán que el alumno adquiera un conocimiento amplio de los saberes que se han construido para explicar, interpretar y criticar distintos aspectos de la comunicación a partir de la segunda década del siglo XX. Contribuirá al interés y a la sensibilidad del alumno por las problemáticas de la comunicación contemporáneas y a la responsabilidad social del profesional ante ellas. Este curso es precedido por la materia de Teoría Social y el conocimiento del alumno, sobre las teorías fundamentales de la comunicación continuará en los cursos de Teorías de la Comunicación II, en donde se profundizará en la Semiótica y Teorías de la Comunicación III, que abordará las teorías más recientes. La discusión teórica se complementará con ejercicios de análisis de temáticas, sucesos y problemas de la comunicación actuales, aplicando las teorías y los autores que se revisen.

**OBJETIVO (S) GENERAL (ES)**

El estudiante conocerá las perspectivas teóricas clásicas que han estudiado y reflexionado sobre la comunicación social, los medios de comunicación y sus procesos, con el fin de lograr marcos interpretativos sólidos y complejos para el análisis de los distintos escenarios, modalidades y prácticas de la comunicación actual.

**CONTENIDOS DE APRENDIZAJE**

<b>UNIDAD TEMÁTICA I: Perspectivas clásicas del campo de la comunicación (20 horas aprox.)</b>		
<b>OBJETIVOS PARTICULARES</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>FUENTES DE CONSULTA</b>
Al finalizar la unidad, los estudiantes habrán conocido las ideas fundacionales del campo de estudio de la comunicación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. La comunicación como objeto de estudio de las ciencias sociales.</li> <li>b. La aguja hipodérmica y la bala mágica.</li> <li>c. El paradigma de Harold. D. Lasswell.</li> <li>d. Paul Lazarsfeld y los estudios administrativos y de efectos.</li> <li>e. Wilbur Schramm y los <i>Mass Communication Research Studies</i>.</li> <li>f. La escuela de Chicago. Robert Park y Walter Lippman.</li> <li>g. La teoría de la información. Shannon y Weaver.</li> <li>h. La escuela crítica. Crítica a las industrias culturales y la cultura de masas. Adorno y Horkheimer.</li> <li>i. Autores críticos latinoamericanos. Shmucler, Veron, Mattelart.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2</li> <li>3</li> <li>4</li> <li>5</li> <li>7</li> <li>9</li> <li>10</li> <li>13</li> <li>16</li> <li>18</li> </ul>

<b>UNIDAD TEMÁTICA II: Los estudios de la producción de mensajes (16 horas aprox.)</b>		
<b>OBJETIVOS PARTICULARES</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>FUENTES DE CONSULTA</b>
Cuando la unidad concluya, los estudiantes conocerán las perspectivas que han estudiado las condiciones y prácticas en la producción de mensajes de la comunicación de masas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Economía política de los medios.</li> <li>b. La opinión pública.</li> <li>c. La teoría del <i>Gatekeeping</i>.</li> <li>d. Sociología de la producción de mensajes.</li> <li>e. La producción social de la comunicación.</li> <li>f. La <i>Agenda Setting</i>.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>6</li> <li>11</li> <li>13</li> <li>14</li> <li>15</li> <li>16</li> <li>17</li> </ul>

<b>UNIDAD TEMÁTICA III: El giro semiótico en el campo de la comunicación (20 horas aprox.)</b>		
<b>OBJETIVOS PARTICULARES</b>	<b>CONTENIDOS</b>	<b>FUENTES DE CONSULTA</b>
Al término de la unidad, los alumnos comprenderán la modificación en el estudio de la comunicación introducido por la influencia del giro lingüístico en las ciencias sociales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. La semiología francesa (Ferdinand de Saussure, Roland Barthes).</li> <li>b. La semiótica norteamericana (Charles S. Peirce).</li> <li>c. La integración de las perspectivas semióticas (Umberto Eco).</li> <li>d. Semiótica y cultura (Claude Lévis-Strauss).</li> <li>e. Estudios culturales británicos. La escuela de Birmingham.</li> <li>f. Estudios culturales en América Latina (Martín-Barbero, García-Canclini, Renato Ortiz, Gilberto Giménez).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>6</li> <li>8</li> </ul>



UNIDAD TEMÁTICA IV: El estudio de las innovaciones tecnológicas (12 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al concluir la unidad, los estudiantes identificarán las perspectivas que han abordado el estudio de las innovaciones tecnológicas desde un enfoque comunicacional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. La cibernética de Norbert Wiener.</li> <li>b. Oralidad y escritura. Eric A. Havelock.</li> <li>c. El giro comunicativo. Harold Innis.</li> <li>d. Reflexiones sobre el cambio tecnológico. Marshall McLuhan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1</li> <li>3</li> <li>7</li> <li>12</li> <li>17</li> </ul>

### METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

De acuerdo con la descripción del curso, estará fundamentado en una antología de textos que tiene la finalidad de promover el acercamiento de los estudiantes con los autores originales, tomando contacto directo con sus ideas, en donde el profesor actuará como un facilitador para interpretarlos de manera pertinente. Las lecturas de los textos se complementarán con discusiones en clase y exposiciones de parte del profesor.

### RECURSOS DIDÁCTICOS

Antología de textos y recursos tecnológicos para trabajo en las sesiones de aula (cañón proyector, computadora, etc.)

### EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

La evaluación estará repartida de manera equitativa en cuatro rubros. Los reportes de lecturas serán fundamentales. Además se realizarán dos evaluaciones parciales en forma de examen escrito, así como una evaluación final que consistirá en un ensayo individual sobre alguno(s) de los temas del programa.

Reportes de lecturas en <a href="http://aulavirtual.uaa.mx">http://aulavirtual.uaa.mx</a> :	25%
Primer examen parcial:	25%
Segundo examen parcial:	25%
Ensayo final:	25%

### FUENTES DE CONSULTA

#### BÁSICAS:

1. FUENTES, R. & VASALLO DE LOPES, M.I. (comps.) (2001). Comunicación. Campo y objeto de estudio. ITESO, UAA, U. de Colima, U. de G; México.
2. LASSWELL, Harold D. (1993). Estructura y función de la comunicación en la sociedad. En Moragas, Miquel, Sociología de la comunicación de masas. II. Estructura, funciones y efectos (50- 68). España: Gustavo Gili.
3. LOZANO, J.C. (1996). Teoría e investigación de la comunicación de masas. Longman; México.
4. MAIGRET, Éric (2010). Sociologie de la communication et des médias. Francia: Armand Colin.



5. MARTÍN-BARBERO, Jesús (2001). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. "Mapa nocturno para explorar el nuevo campo (229-247)". México: Gustavo Gili.
6. MATTELART A. & MATTELART M. (1997). Historia de las teorías de comunicación. Paidós; México.
7. MATTELART, A. (2002). Historia de la sociedad de la información. Paidós Comunicación; España.
8. MCCOMBS, Maxwell (2006). Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento. "Capítulo 1. Influir en la opinión pública (23-54)"
9. McLUHAN, Marshall (1996). Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano. España: Paidós.
10. MCQUAIL, D. (2001). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Paidós Comunicación; México.
11. PAOLI, J. A. (1996). Comunicación e Información, Perspectivas Teóricas; México, Ed. Trillas RANDALL.
12. WOLF, M. (1987). La investigación de la comunicación de masas. Paidós; México.

### COMPLEMENTARIAS:

13. MARCUSE, Herbert (1993). El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada. "Prefacio-Introducción (7-28)". España: Planeta-Agostini.
14. SÁNCHEZ-RUIZ, E. (1992). Medios de difusión y sociedad. Notas críticas y metodológicas. CEIC, U. de G; México.
15. SÁNCHEZ-RUIZ, Enrique (2002). La investigación latinoamericana de la comunicación y su entorno social: notas para una agenda. Diálogos de la comunicación, núm. 64, 24-36.
16. YURÉN, A. (1994). Conocimiento y comunicación. Alhambra; México.