

PROGRAMA DE MATERIA

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	Teorías de la Comunicación III. Discusiones Actuales				
CENTRO ACADÉMICO:	Ciencias Sociales y Humanidades				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	Comunicación				
PROGRAMA EDUCATIVO:	Licenciatura en Comunicación e Información				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2012	SEMESTRE:	Cuarto	CLAVE DE LA MATERIA:	20276
ÁREA ACADÉMICA:	Semiótica, Teorías y Metodologías		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	Enero-Junio	
HORAS SEMANA T/P:	4 horas teóricas		CRÉDITOS:	8 Créditos	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	Presencial		NATURALEZA DE LA MATERIA:	Obligatoria-Teórica	
ELABORADO POR:	Ana María Navarro Casillas y Víctor Octavio Fonseca López				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	Semiótica, Teorías y Metodologías		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Enero de 2020	

DESCRIPCIÓN GENERAL

El curso asume una naturaleza teórica con un grado de complejidad avanzado en donde el alumno completará su formación en las teorías y discusiones centrales del campo de la comunicación, ahora revisando los trabajos y los autores más recientes. El curso se implementará a manera de seminario con base en una bibliografía básica y además favoreciendo la investigación bibliográfica, hemerográfica y de bancos de datos por parte del alumno. Se fomentará en el estudiante la inquietud por mantener una visión actualizada y amplia de cuáles son los temas y las discusiones que, desde el campo de la comunicación, asumen el análisis de la sociedad actual y que defina los subcampos o tendencias en las cuales sitúa su interés. Asimismo, será conveniente cultivar en los alumnos actitudes de autonomía de pensamiento y reflexión crítica para adoptar posturas propias sobre las teorías a discutir. Durante este curso se promoverá, en la medida de lo posible, la participación de los alumnos en seminarios de investigación, eventos académicos de comunicación, su organización y el vínculo con investigadores.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

El estudiante obtendrá una comprensión amplia de las tendencias y discusiones actuales que asume el campo de la comunicación, y sus diversos subcampos a nivel internacional, en Latinoamérica y en México para aportar mediante el análisis y la reflexión crítica a la solución de diversos problemas que la comunicación contemporánea plantea.

PROGRAMA DE MATERIA

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: Discusiones críticas para el análisis de la comunicación (14 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al término de la unidad los alumnos comprenderán las premisas de las teorías contemporáneas a partir de las cuales se analiza y discute el papel de los medios de comunicación en la ideología, el consumo y las identidades de género	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los <i>Media Studies</i> contemporáneos. 2. Ideología, modernidad y <i>media</i> de Thompson 3. El posmodernismo 4. El consumo y los medios de comunicación 5. Discusiones sobre identidad y género 	McQuail, D. (2004). Thompson, J. (1998). Morley, D. (1998). García Canclini, N. (2006) Gilroy, P. (1998). Van Zoonen (1994). Nixon, S. (2002). Gledhill, C. (2002). Chomsky, N. (2002) Klein, N (2001)

UNIDAD TEMÁTICA II. Las tecnologías de información y comunicación y los replanteamientos en el estudio de la comunicación. (12 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al término de la unidad los alumnos comprenderán los cambios que han implicado las tecnologías de información y comunicación en la sociedad y las aproximaciones que desde la comunicación se han realizado a su estudio	<ol style="list-style-type: none"> 1. La sociedad red y el poder de la comunicación. Castells 2. Aproximaciones teóricas, conceptos y discusiones actuales sobre los nuevos escenarios y prácticas comunicativas basadas en la tecnología digital Jenkins, Scolari, Winocur 3. Las plataformas digitales y la comunicación en el siglo XXI 	Castells, M. (2002, 2009). Jenkins, H. (2006). Scolari, C. (2008, 2012) Winocur (2010) Zermeño, A. (coord.) (2017). Pérez, G. (2017)

PROGRAMA DE MATERIA

UNIDAD TEMÁTICA III. Aportes al campo de la comunicación desde América Latina y México. (12 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al término de la unidad los alumnos conocerán los aportes al campo de la comunicación que desde la perspectiva cultural han hecho tres de los principales pensadores latinoamericanos, así como los centros de estudios que consolidaron la investigación de la comunicación en México	<ol style="list-style-type: none"> 1. Teóricos latinoamericanos y su legado desde los estudios socioculturales. Martín Barbero, García Canclini, y Ortíz 2. Estudios e investigadores relevantes en México. <ul style="list-style-type: none"> - Instituciones pioneras en el estudio de la comunicación en México - Los estudios de las culturas contemporáneas en la Universidad de Colima - El grupo Guadalajara 3. Retos de las universidades y carreras de comunicación en la actualidad 	<p>Fuentes, R. (2007 y 2011)</p> <p>Portillo, M. (coord.) (2016)</p> <p>Vidales, C. y Fuentes, R. (2011)</p>

UNIDAD TEMÁTICA IV. La investigación contemporánea en el campo de la comunicación. (12 horas)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al término de la unidad los alumnos identificarán los principales temas en la configuración del campo de los estudios de medios en la actualidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. El campo de la comunicación actual 2. Principales temas y mesas de trabajo en congresos internacionales 3. Principales temas y mesas de trabajo en congresos nacionales 4. Principales temas en publicaciones internacionales 	<p>Fuentes, R (2010)</p> <p>Páginas web de congresos nacionales e internacionales</p> <p>Páginas web de asociaciones de comunicación</p> <p>Páginas web de journals internacionales</p>

PROGRAMA DE MATERIA

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

El curso se implementará con sesiones introductorias sobre cada tema preparadas por el maestro, seguidas por la participación de los alumnos con base en lecturas realizadas previamente. Cada uno de los temas se trabajará mediante ejercicios de la revisión de productos y dinámicas comunicativas contemporáneas, de ficción como películas, series o literatura e informativos, documentales, géneros periodísticos, en distintos soportes y canales de distribución con el fin de analizar las premisas teóricas planteadas por los autores en casos concretos. Los alumnos harán uso de los recursos electrónicos a su alcance para búsquedas de información. Al final del curso los alumnos elegirán una temática de su interés después de revisar las secciones y grupos de trabajo en las asociaciones de investigación en comunicación y generarán un análisis y reflexión sobre un proceso o dinámica de la comunicación actual.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Para el desarrollo del curso se emplearán los recursos electrónicos disponibles en el aula (pantalla, conexión a internet), así como el pizarrón para las clases y exposiciones de profesor y alumnos).

Se recurrirá también a las plataformas virtuales que ofrece la Universidad Autónoma de Aguascalientes tales como la Biblioteca Digital y el Aula Virtual para que los alumnos accedan a documentos académicos que emplearán en sus lecturas, material de consulta y apuntes de clase.

Se utilizará así mismo el Aula Virtual para la entrega de trabajos y evaluaciones con formato digital.

Cuando sea necesario se recurrirá al empleo de material impreso.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Entrega de reportes de lecturas y ejercicios: 30%

Primer examen parcial teórico: 20%

Segundo examen parcial teórico: 20%

Trabajo final: 30%

PROGRAMA DE MATERIA

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS:

Castells, M. (2002). "Prólogo. La red y yo" en *La era de la información. Economía, Sociedad y Cultura, La sociedad red*, vol. 1, México: Siglo XXI editores, pp. 27-54.

Castells, M. (2009). "El poder en la sociedad red" (Cap. 1) y "La comunicación en la era digital" (Cap. 2) en *Comunicación y poder*, Madrid: Alianza editorial, pp. 33-86 y pp. 87-190.

Chomsky, N. (2002). *Obra esencial*. Barcelona: Ed. Crítica.

Fuentes, R. (2011) 50 años de investigaciones de la Comunicación en México: un recuento descriptivo de la producción publicada. *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*.34(1), 213-231.

Fuentes, R (2010) Investigación de la comunicación: referentes y condiciones internacionales de un diálogo transversal de saberes. *Signo y pensamiento*. XXIX(57), 38-49.

Fuentes, R. (2007). "La triple marginalidad de los estudios sobre comunicación en México. Una revisión actual", *Culturales*, vol. III, núm.6, julio-diciembre 2007, pp. 27-48.

Galindo, J. (2007). "El programa cultura y la revista Estudios de la Cultura Contemporánea. Un ejercicio de observación de segundo orden", *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, vol. XIII, núm. 25, junio, pp. 10-28.

García Canclini, N. (1989). "Culturas híbridas, poderes oblicuos", en *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, Grijalbo, pp. 263-348.

García Canclini, N. (2006). "El consumo cultural. Una propuesta teórica" en Sunkel, G. *El consumo cultural en América Latina*, Colombia: Convenio Andrés Bello, pp. 72- 95.

Gilroy, P. (1998). "Los estudios culturales británicos y las trampas de la identidad", en Curran, J., Morley, D. y Walkerline, V., *Estudios culturales y comunicación*, Barcelona: Paidós, pp. 63 -83.

Gledhill, C. (2002). Genre and gender, en Hall, S. *Representation. Cultural representations and signifying practices* , pp. 339-349.

Gumucio-Dagron, A. y Tufte, T. (Comp.) (2008) *Antología de Comunicación para el cambio social: Lecturas históricas y contemporáneas*. La paz: Consorcio de Comunicación para el cambio social.

Jenkins, H. (2006). "Introduction", *Convergence culture. Where old and new media collide*, USA:New York University Press, <http://www9.georgetown.edu/faculty/irvinem/theory/Jenkins-ConvergenceCulture-Intro.pdf>

Klein, N. (2001) *No Logo. El poder de las marcas*. Ed. Paidós. España.

PROGRAMA DE MATERIA

- Martín Barbero, J. (2002). "Itinerarios de la investigación", *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación y la cultura*, FCE, pp. 207-255.
- McQuail, D. (2004). "Overview of the handbook", *The SAGE Handbook of Media Studies* en Downing, J. (ed.), USA:SAGE, pp. 1-15.
- Morley, D. (1998). "El posmodernismo. Un guía básica", en Curran, J., Morley, D. y Walkerline, V., *Estudios culturales y comunicación*, Barcelona: Paidós, pp. 85- 107.
- Nixon, S. (2002). "Exhibiting masculinity" en Hall, S. *Representation. Cultural representations and signifying practices*, pp. 293-301.
- Ortíz, R. (2002) "Cultura, comunicación y masa", *Otro territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo*, Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes Editores, pp. 93-126.
- Pérez, G. (2017). *El meme en internet, identidad y usos sociales*. México: Ed. Fontamara, Universidad Autónoma de Coahuila.
- Portillo, M. (coord.) (2016) *La investigación de la comunicación en México. Un panorama a través de las regiones a inicios del siglo XXI*. México: Tintable, AMIC.
- Scolari, C. (2008). "Hipermediaciones" (Cap. 8), en *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*, Gedisa, pp.271-294.
- Scolari, C. (2012). "Narrativas transmediáticas. Mundos de ficción, hypermediaciones y prosumidores en la nueva ecología de los medios", en Portillo, M. y Cornejo, I. (coords.) *¿Comunicación posmasiva? Revisando los entramados comunicacionales y los paradigmas teóricos para comprenderlos*, México:Universidad Iberoamericana, pp.43-50.
- Thompson, J. (1998). "Comunicación y contexto social, Cap. 1 y Los media y el desarrollo de las sociedades modernas", *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Cap. 2, Barcelona: Paidós, pp. 25-68 y pp. 69-114.
- Van Zoonen, L. (1994). "New themes" en *Feminist Media Studies*, London, SAGE, pp. 11-28.
- Vidales, C. y Fuentes, R. (2011). *Fundaciones y fundamentos del estudio de la comunicación*, Monterrey: Gobierno del Estado de Nuevo León/CAEIP, pp. 80-100
- Winocur, R. (2010). "Introducción" y "La conexión, espacio de vida entre los jóvenes" en *Robinson Crusoe ya tiene celular*, México:UAM, pp. 13-47.
- Zermeño, A. (coord.) (2017). *Inclusión digital para la inclusión social. Contextos teóricos, modelos de intervención y experiencias de inclusión*. México: Universidad de Colima, Ed. Colofón.

COMPLEMENTARIAS:

- Esteinou, J. (1998). "El nuevo marco histórico para el análisis de los medios electrónicos", *Razón y Palabra*, edición especial, año 3, enero-marzo,
Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/supesp/esteinou.htm> el 21 de enero de 2014.

PROGRAMA DE MATERIA

Fernández, F. (1982). *Los medios de difusión masiva en México*, México: Juan Pablos Editor.

Fernández, F. (2002). *La responsabilidad de los medios de comunicación*, México: Paidós

Featherstone, M. (1991) *Cultura de consumo y posmodernismo*, Argentina: Amorrortu editores.

Meneses, M. (2012). "Periodismo convergente: Transformaciones de la profesión ante el cambio tecnológico", en Portillo, M. y Cornejo, I. (coords.) *¿Comunicación posmasiva? Revisando los entramados comunicacionales y los paradigmas teóricos para comprenderlos*, México: Universidad Iberoamericana pp. 219-234.

Orozco, G. *Cuadernos de comunicación y prácticas sociales*, no. 1, no. 3 y no. 6 Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales, PROIICOM, México: Universidad Iberoamericana.

Orozco, G. (2000). *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI*, Ediciones de la Torre

Vega, A. (2012). "El derecho de las mujeres a comunicar", en Orozco, G. *TVMorfosis*, México: Tintable, pp. 202-214.

SITIOS:

Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, ALAIC. <http://alaic.net/portal/>

Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación, AMIC. http://www.amicmexico.org/portal_amic/

Centro de Documentación en Ciencias de la Comunicación, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente. <http://ccdoc.iteso.mx/cat.aspx>

International Association for Media and Communication Research. <http://www.iamcr.org/>

International Communication Association, ICA. <http://www.icaheadq.org/>

Scolari, Carlos, Hypermediaciones. Conversaciones sobre la comunicación digital interactiva. <http://hipermediaciones.com/autor/>

Portal de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona. <http://www.portalcomunicacion.com/index.asp>