

PROGRAMA DE MATERIA

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	TEORIAS DE LA COMUNICACIÓN I: GENEALOGIAS				
CENTRO ACADÉMICO:	CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	COMUNICACIÓN				
PROGRAMA EDUCATIVO:	LIC. EN COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2012	SEMESTRE:	3	CLAVE DE LA MATERIA:	20265
ÁREA ACADÉMICA:	Semiótica, Teorías y Metodologías de la Comunicación		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	Agosto - Diciembre	
HORAS SEMANA T/P:	4 HT		CRÉDITOS:	8	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	Presencial		NATURALEZA DE LA MATERIA:	OBLIGATORIA/TEORICA	
ELABORADO POR:	Mtra. Arte-Dra. en Cine , Karla Karina Delgado Velázquez				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	Semiótica, Teorías y Metodologías de la Comunicación		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Julio 2024	

DESCRIPCIÓN GENERAL

Descripción:

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)

Objetivo:

PROGRAMA DE MATERIA

Las y los estudiantes conocerán 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

UNIDAD TEMÁTICA I: Perspectivas clásicas del campo de la comunicación (20 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al finalizar la unidad, el alumnado habrá conocido las ideas fundacionales del campo de estudio de la comunicación.	<ol style="list-style-type: none"> 1. La comunicación como objeto de estudio de las ciencias sociales. 2. La aguja hipodérmica 3. El paradigma de Harold. D. Lasswell. 4. La teoría de la información. Shannon y Weaver. 5. La Crítica a las industrias culturales y la cultura de masas. 6. Aproximaciones Semióticas 	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.

UNIDAD TEMÁTICA II: Los estudios de la producción de mensajes (16 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Cuando la unidad concluya, el alumnado conocerá las perspectivas que	<ol style="list-style-type: none"> 1. La opinión pública. c. La teoría del <i>Gatekeeping</i>. d. La producción de mensajes. e. La producción social de la comunicación. f. La Agenda Setting. 	5. MARTÍN-BARBERO, Jesús (2001). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. "Mapa

*En caso de no aplicar algún elemento, escribir N/A

PROGRAMA DE MATERIA

<p>han estudiado las condiciones y prácticas en la producción de mensajes de la comunicación de masas.</p>		<p>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.</p>
<p>UNIDAD TEMÁTICA III: El estudio de las innovaciones tecnológicas (12 horas aprox.)</p>		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>Al concluir la unidad, el alumnado tendrá noción de las perspectivas que han abordado el estudio de las innovaciones tecnológicas desde un enfoque comunicacional.</p>	<p>a. La cibernética de Norbert Wiener. b. Oralidad y escritura. Eric A. Havelock. c. El giro comunicativo. Harold Innis. d. Reflexiones sobre el cambio tecnológico. Marshall McLuhan. e. Narrar y redes</p>	<p>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. 12. WOLF, M. (1987). La investigación de la comunicación de masas. Paidós; México.</p>

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

En este curso el docente expondrá los contenidos básicos que serán complementados mediante la investigación, la lectura y el análisis de casos por parte de las y los alumnos., además estas y estos tendrán una participación mediante la exposición de temas asignados, la discusión y reflexión de casos de estudio, y la realización de trabajos de análisis.

PROGRAMA DE MATERIA

RECURSOS DIDÁCTICOS

Para el desarrollo del curso se emplearán los siguientes recursos: aula virtual como apoyo y repositorio de material expuesto, tareas y otros recursos didácticos; exposiciones de docente y estudiantes. Se recurrirá también a las plataformas virtuales que ofrece la Universidad Autónoma de Aguascalientes tales como la Biblioteca Digital para que el alumnado acceda a documentos académicos que emplearán en sus lecturas, material de consulta, etc..

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

¹Se contabilizarán los reportes de lecturas y ejercicios de análisis realizados durante el curso. Asimismo, se llevarán a cabo dos exámenes parciales, uno al terminar la primera unidad y el otro al finalizar la segunda. El resultado se complementará con la elaboración de un trabajo final de análisis aplicado a un fenómeno de comunicación. Los porcentajes asignados a cada actividad serán de la siguiente manera:

-Desempeño individual en Lecturas y ejercicios	30%
-Primer examen parcial	20%
-Segundo examen parcial	20%
-Trabajo final	30%
² TOTAL	100%

¹Llegado el momento, con cada entrega se especificará su formato y modalidad

² Los detalles y características de cada evaluación se afinarán conforme avance el semestre. En caso de hacer una modificación en el sistema de evaluación este se consensuará con la mayoría del grupo y será puesto a conocimiento de todos.

PROGRAMA DE MATERIA

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.

COMPLEMENTARIA:

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.

PROGRAMA DE MATERIA

16. YURÉN, A. (1994). Conocimiento y comunicación. Alhambra; México.