

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 Corporativa Estratégica				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2019	SEMESTRE:	Séptimo	CLAVE DE LA MATERIA:	27898
ÁREA ACADÉMICA:	Semiótica, Teorías y Metodologías		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	Agosto-diciembre	
HORAS SEMANA T/P:	4 HT		CRÉDITOS:	Ocho	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	Presencial		NATURALEZA DE LA MATERIA:	Obligatoria-Teórica	
ELABORADO POR:	Rebeca Padilla de la Torre (Revisado por Salvador De León Vázquez / Alejandro García Macías)				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	Semiótica, Teorías y Metodologías		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Julio de 2024	

DESCRIPCIÓN GENERAL

El curso asume una naturaleza teórica en donde los y las estudiantes completarán su formación en las teorías y discusiones centrales del campo de la comunicación, vistas en las materias de Teorías de la Comunicación I y II, ahora revisando las más recientes. Durante este curso se promoverá, en la medida de lo posible, la participación de estudiantes en seminarios de investigación, eventos académicos de comunicación, su organización y el vínculo con prácticas de investigación. Además, se relaciona simultáneamente con Comunicación en organizaciones del tercer sector y con las asignaturas posteriores de Comunicación y ciudadanía corporativa y Seminario de Integración.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al finalizar el curso, los y las estudiantes comprenderán de forma amplia las tendencias y discusiones actuales en el campo de la comunicación, y sus diversos subcampos a nivel internacional, en Latinoamérica y en México sobre las prácticas de comunicación, las tecnologías de la información y comunicación, y la comunicación digital interactiva para ser capaz de reflexionar y analizar críticamente los diversos problemas de la comunicación contemporánea con autonomía y la inquietud por adaptarse a los cambios y a la actualización constante.



CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: Revisiones a la historia del concepto y el campo de la comunicación. (14 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al término de la unidad los y las estudiantes comprenderán las discusiones recientes sobre los principios y fundamentos de la comunicación como un campo de saber, asimismo el análisis y estudio del escenario de la comunicación contemporánea en las principales asociaciones de investigación en México, Latinoamérica y a nivel internacional.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Principales líneas de estudios en asociaciones internacionales, latinoamericanas y en México de comunicación. 2. Metacampo y metateoría de la comunicación. 3. Tendencias y estudios relevantes en México. 4. Comunicación y derechos humanos 	<p>Hamelink, C (2023)</p> <p>Scolari, C. (2008). El saber comunicacional, pp. 29-68.</p> <p>Vidales, C. y Fuentes, R. (2011). Los fundamentos del estudio de la comunicación desde una mirada epistemológica al pasado. pp. 63-92</p> <p>Craig, R. en Vizer, E. y Vidales, C. (2016) El metamodelo constitutivo: una revisión a 16 años. pp. 213-241</p> <p>Sitios de la International Association of Media and Communication Research (IAMCR), Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC) y la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC).</p>

UNIDAD TEMÁTICA II: Discusiones críticas para el análisis de la comunicación (14 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al término de la unidad, se conocerán y relacionarán las premisas de las teorías contemporáneas a partir de las cuales se analiza y	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los <i>Media Studies</i> contemporáneos. 2. Ideología, modernidad y media de Thompson 3. El posmodernismo 4. El consumo y los medios de 	<p>McQuail, D. (2004). Thompson, J. (1998).</p> <p>Morley, D. (1998).</p> <p>García Canclini, N. (2006)</p> <p>Gilroy, P. (1998).</p>



discute el papel de los medios de comunicación en la ideología, el consumo y las identidades de género.	comunicación 5. Discusiones sobre identidad y género	Van Zoonen (1994). Nixon, S. (2002). Gledhill, C. (2002). Chomsky, N. (2002) Klein, N (2001)
---	---	--

UNIDAD TEMÁTICA III. 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, se 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)

UNIDAD TEMÁTICA IV. 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, se habrán explorado los aportes al campo de la comunicación desde la perspectiva cultural en 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. 3. Retos de las universidades y carreras de comunicación en la actualidad 	Fuentes, R. (2007 y 2011) Portillo, M. (coord.) (2016) Vidales, C. y Fuentes, R. (2011)

UNIDAD TEMÁTICA V. La investigación contemporánea en el campo de la comunicación. (12 horas)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al término de la unidad, quienes participan en el curso podrán identificar los principales temas en la configuración del campo de los estudios de la comunicación en la actualidad, así como sus vínculos inter y trasdisciplinarios.	<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 	Fuentes, R (2010) Páginas web de congresos nacionales e internacionales Páginas web de asociaciones de comunicación Páginas web de journals internacionales



METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

El curso requiere de la participación activa de las personas inscritas, por lo tanto, la consecución de los objetivos del curso dependerá de la realización cabal de todas y cada una de las actividades de lectura, investigación, análisis y redacción de informes o ensayos.

Para el desarrollo del curso, las sesiones se realizarán a partir de una introducción y enmarcado de los temas por parte del profesor o de especialistas externos y el posterior desarrollo a partir de discusión de los temas planteados en las lecturas previas obligatorias.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Para el desarrollo del curso se emplearán las plataformas digitales y equipamiento provistos por la universidad, así como una antología de textos conformada por el profesor.

El curso está centrado en el diálogo como forma de discutir la apropiación de las ideas y discutir su pertinencia teórica y social.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

La evaluación se llevará a cabo de la siguiente manera:

Primera evaluación parcial: 20%

Segunda evaluación parcial: 20%

Participación y reportes de lectura: 20%

Evaluación final: 40%

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.
- Hamelink, C. J. (2023). Communication and Human Rights. Towards communicative justice. Polity Press.
- 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.
- 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. Una 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.
- Ortiz, 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, hipermediaciones 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



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.

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.

Jensen, K. (2015) *La comunicación y los medios: Metodologías de investigación cualitativa y cuantitativa*, México, Fondo de CulturaEconómica.

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>