

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	Teorías de la Comunicación I. Genealogías				
CENTRO ACADÉMICO:	Ciencias Sociales y Humanidades				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	Comunicación				
PROGRAMA EDUCATIVO:	Lic. en Comunicación Corporativa Estratégica				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2019	SEMESTRE:	Segundo	CLAVE DE LA MATERIA:	27868
ÁREA ACADÉMICA:	Semiótica, teorías y metodologías de la comunicación.		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	Enero - Junio	
HORAS SEMANA T/P:	4HT		CRÉDITOS:	8	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	Presencial ¹		NATURALEZA DE LA MATERIA:	Obligatoria/Teórica	
ELABORADO POR: REVISADO POR:	Dra. en Cine. Karla Karina Delgado Velázquez				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	Semiótica, teorías y metodologías de la comunicación.		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Enero 2025	

DESCRIPCIÓN GENERAL

Consiste en un curso teórico, en el que se revisarán analíticamente las principales perspectivas que constituyen las genealogías de pensamiento que han conformado a la comunicación como un campo y objeto de estudio. Permitirá 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. Este curso es precedido por la materia de Teoría social y problemas contemporáneos y el conocimiento sobre las teorías 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. Además, aporta a la materia de Investigación Aplicada en Comunicación. A través de los contenidos y experiencias de aprendizaje de esta materia, se contribuye a los objetivos del Programa Institucional de Formación Humanista y su acreditación parcial.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al finalizar el curso, las y los estudiantes entenderán las principales genealogías, teorías y paradigmas clásicos en comunicación con el fin de contar con marcos interpretativos sólidos para entender las complejas problemáticas actuales de los distintos escenarios, modalidades y prácticas de la comunicación con responsabilidad social.

¹ Con tareas y ejercicios en el Aula Virtual y en línea

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 	1,2,3,

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 han estudiado las condiciones y prácticas en la producción de mensajes de la comunicación de masas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. La opinión pública. 2. La teoría del Gatekeeping. 3. La producción de mensajes. 4. La producción social de la comunicación. 5. La Agenda Setting. 	3,4,5,6

UNIDAD TEMÁTICA III: Después del giro semiótico o el estudio de las innovaciones tecnológicas (20 horas aprox.)

OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Al concluir la unidad, el alumnado tendrá noción de las perspectivas que han abordado el estudio de las innovaciones tecnológicas desde un enfoque comunicacional.	<ol style="list-style-type: none"> 1. La cibernética de Norbert Wiener. 2. Oralidad y escritura. Eric A. Havelock. 3. El giro comunicativo. Harold Innis. 4. Reflexiones sobre el cambio tecnológico. Marshall McLuhan. 5. Narrar y redes 	6,7,8,9,10



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.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Para el desarrollo del curso se emplearán los siguientes recursos: aula virtual como repositorio de material expuesto, tareas y otros recursos didácticos; Pantalla; conexión a internet; 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

²Se contabilizarán los reportes de lecturas y ejercicios de análisis realizados durante el curso, Asimismo, se llevarán a cabo dos evaluaciones 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 porcentajes³ 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%

⁴TOTAL 100%

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.

² Hay que recordar que, como apoyo a la modalidad presencial, se colocará material para su consulta en el Aula Virtual

³ Los criterios de cada entrega se especificarán conforme se vayan pidiendo, y con el tiempo suficiente para resolver dudas

⁴ 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.



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.