



# TEORIA DE LA COMUNICACIÓN

II

IF166



**PROGRAMA DE ESTUDIOS POR COMPETENCIAS**

**IDENTIFICACIÓN DEL CURSO**

**Centro Universitario**

Centro Universitario de la Costa

**Departamento**

Psicología

**Academia:**

Psicología Transdisciplinar

**Unidad de Aprendizaje**

Teoría de la Comunicación II

Clave de la materia:	Horas de teoría:	Horas de práctica:	Total de horas:	Valor en créditos:
IF166	70	10	80	11

Tipo de curso:	Nivel en que se ubica:	Programa educativo	Prerrequisitos:
<u>C</u> = Curso CL= Curso Laboratorio L = Laboratorio P = Práctica T = Taller CT = Curso - Taller N = Clínica M = Módulo S = Seminario	Técnico Medio Técnico Superior Universitario <u>Licenciatura</u> Especialidad Maestría Doctorado	Comunicación Multi-media	IF165 Teoría de la comunicación I

**Área de formación:**

Básico particular obligatoria

**Elaborado y actualizado por:**

Fecha de elaboración: julio de 2014	Fecha de última evaluación y actualización aprobada por la Academia: julio de 2016
Nombres de los profesores participantes: Departamento de Psicología	<b>Nombres de los profesores participantes en la actualización:</b> Mtra. Guadalupe María Gómez Basulto <b>Nombres de los profesores participantes en la evaluación:</b> Dr. Enrique Fernando Sinencio Herrera, Mtro. Noé Joel Arellano Camacho, Mtro. Lino Francisco Jacobo Gómez Chávez, Lic. Marisela Marín López, Mtra. Emilia Jazmín Vázquez Alejandro, Lic. Adrián Ricardo Pelayo Zavalza, Lic. David Gradilla Lizardo, Mtro. Juan Carlos García Mata, Mtra. Quiané González Díaz



### Aporte al perfil del egreso - COMPETENCIA (S) DEL PERFIL DE EGRESO

El alumno desarrollará la capacidad de investigar e identificar las tendencias de varias teorías, ubicándolas en un paradigma positivista o crítico. Además, las destrezas concretas que se buscan proporcionarle se orientan a la realización de descripciones y análisis iconográfico en los diversos medios que emplean los códigos visuales como forma de expresión. Al tener esta capacidad analítica se podrá participar con mayor conciencia en la realización de mensajes para dichos medios empleados en el diseño gráfico y la comunicación multimedia, como son la fotografía, publicidad, video, radio, periodismo, propaganda, formatos electrónicos, entre otros.

### 2. PRESENTACIÓN.

- El estudio de la Teoría de la Comunicación, comprende el surgimiento de los medios masivos de comunicación como principales factores de dominio del mercado y las masas. El surgimiento de esta teoría se da con el desarrollo de la industria y la identificación de una cultura de masas principalmente en el siglo XX.
- El alumno conocerá, comprenderá y aplicará algunas de las teorías de la comunicación, para que estas sirvan como herramientas y claves interpretativas básicas para la tarea de clarificación y urbanización conceptual de la cultura masiva, gráfica y audiovisual, así como para el análisis y la investigación crítica de sus manifestaciones más diversas.
- El alumno aplicará las teorías de la comunicación en su entorno y será capaz de hacer contribuciones para solucionar problemas reales.

### 3. UNIDAD DE COMPETENCIA

Que el alumno conozca las herramientas y claves interpretativas básicas de la comunicación para clarificar y urbanizar conceptos en relación a la cultura masiva, gráfica y audiovisual con la intención de llegar al análisis y la investigación crítica de sus diversas manifestaciones.

### 4. ATRIBUTOS Y SABERES

<b>Saberes Prácticos (Saber hacer)</b>	El alumno desarrollará la capacidad de investigar y documentar las tendencias de las distintas teorías de la comunicación, ubicándolas en un paradigma contemporáneo. Analizará y describirá iconográficamente los diversos medios que emplean códigos visuales y audio visuales como formas de expresión.
<b>Saberes Teóricos (Saber pensar)</b>	Teorías de la comunicación y paradigmas contemporáneos Los procesos audiovisuales y del diseño que provocan la adhesión de las masas, las tendencias y su relación con el consumo. Tipografías contemporáneas usadas para el diseño e identidad corporativa y su interacción con los medios audiovisuales.
<b>Saberes Formativos (Saber ser)</b>	Para el trabajo colaborativo con iguales, subordinados y autoridades, capacidad para escuchar e intervenir en un marco de respeto. Responsabilidad manifestada en la entrega en tiempo y forma de las actividades a realizar durante el curso.  El alumno será responsable y crítico de su accionar comunicativo, actuará con perspectiva analítica, consiente y autocrítica en la realización de sus mensaje para los medios.

### 5. CONTENIDO TEÓRICO PRÁCTICO (temas y subtemas)

- Introducción y antecedentes
  - Necesidad de un enfoque interdisciplinario
  - primeras teorías de la comunicación
    - Teoría de la sociedad de masas
    - Teoría de la aguja hipodérmica



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISION DE CIENCIAS BIOLÓGICAS Y DE LA SALUD  
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA

## 2 Corriente positivista y teorizaciones

### 2.1 Los medios de comunicación como organizaciones

#### 2.1.1 Sociología de los medios como organizaciones

### 2.2 El contenido de los mensajes

#### 2.2.1 Análisis de contenido (método de investigación con unidades, categorías y codificaciones)

### 2.3 Los procesos de recepción

#### 2.3.1 La influencia personal

#### 2.3.2 Usos y gratificaciones

#### 2.3.3 Agenda setting

## 3 Enfoques Críticos

### 3.1 Teoría del espejo

#### 3.1.2 Teoría del Gatekeeper.

#### 3.1.3 Teoría Newsmaking

#### 3.1.4 Teoría Organizacional

#### 3.1.5 Teoría Gnóstica

#### 3.1.6 Teoría Instrumentalista

#### 3.1.7 Teoría Etnográfica

#### 3.1.8 Economía política crítica

### 3.2 Áreas de análisis prioritarias

#### 3.2.1 Subsidios publicitarios

#### 3.2.2 El Imperialismo Cultural

### 3.3 Escuela de Frankfurt

### 3.4 Estudios Culturales

#### 3.4.1 Polisemia de los mensajes

#### 3.4.2 Perspectiva latinoamericana (Consumo cultural, Frentes Culturales, Recepción activa y Modelo de las multimediasiones).

### 3.5. Estudios Interculturales.

## 4 Tendencias y alternativas.

### 4.1 Periodismo de resistencia

### 4.2 Periodismo digital

### 4.3 Periodismo y prensa Universitaria

### 4.4 Periodismo de Investigación

## 5. Pragmática de la Comunicación.

### 5.1 Aplicación de contenidos teóricos en los textos requeridos a los alumnos de la materia con los temas elaborados y con fundamentos en las teorías de la comunicación.

## 6. MODALIDADES DEL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Modalidad	Actividad
6.1 Clases teóricas	Análisis bibliográfico, exposiciones verbales del profesor, proyección y análisis de documentales.
6.2 Seminarios	No aplica
6.3 Talleres	No aplica
6.4 Clases prácticas	Revisión bibliográfica, trabajo de campo y revisión en medios masivos de comunicación y la WEB.



**UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA**

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
 DIVISIÓN DE CIENCIAS BIOLÓGICAS Y DE LA SALUD  
 DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA

<b>6.5 Tutorías</b>	Se llevarán a cabo sesiones por equipo e individuales en caso de ser requerido.
<b>6.6 Prácticas externas al Centro Universitario</b>	Prácticas de Campo.
<b>6.7 Actividades no presenciales: Conferencias</b>	Las que se oferten en el CUCosta y resulten pertinentes para la clase.
<b>6.8 Actividades no presenciales: Estudio y trabajo en grupo</b>	Se elaborarán presentaciones y material audiovisual en grupo.
<b>6.9 Actividades no presenciales: Estudio y trabajo auto-dirigido del alumno</b>	Búsqueda y sistematización de la información, técnicas de aplicación para resolución de problemas presentados durante el curso.

<b>7 EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE</b>	<b>8 CRITERIOS DE DESEMPEÑO</b>	<b>9 CAMPO DE APLICACIÓN</b>
<p>Portafolio de evidencias: estará integrado por: Reportes de lectura, ensayos, mapas conceptuales, herramientas para ejercicios en clase; éstos podrán ser requeridos de manera impresa o digital.</p> <p>Exposiciones: Los alumnos presentarán exposiciones con apoyo visual o audiovisual de un tema específico asignado previamente por el docente.</p> <p>Visitas y trabajo de campo: Los alumnos realizarán visitas a instalaciones de medios de comunicación de la región y las áreas de imagen institucional de corporativos; para estas visitas los alumnos elaborarán bitácoras de campo.</p> <p>Trabajos finales: El alumno deberá hacer entrega de un trabajo audiovisual de creación propia, en el cual esté presente la aplicación de las teorías de la comunicación.</p>	<p>Podrán ser impresas o digitales, si se detecta plagio el trabajo será invalidado y restará 10 puntos de su calificación final. Serán entregados en los formatos oficiales de la clase en tiempo y forma.</p> <p>Se calificará, presentación, contenido, dominio del tema y expositor.</p> <p>Se deberán entregar las evidencias de las visitas, fotografías y/o del el lugar, y con el personal y deberán entregar las bitácoras de campo en el formato oficial de la clase</p> <p>Que el trabajo muestre el dominio y aplicación de las teorías y paradigmas planteados en clase, en producto inédito de elaboración propia.</p>	<p>En el área de la producción audiovisual, particularmente en el ámbito de la comunicación.</p>

**10. EVALUACIÓN (CON ENFOQUE EN COMPETENCIAS)**

Continúa a través de la conformación en tiempo y forma del portafolio de evidencias, al final del curso el alumno entregará un trabajo integrador que muestre los saberes adquiridos durante el curso.

**11. ACREDITACIÓN**

Criterios académico administrativos establecidos por la institución para determinar si los estudiantes aprueban o no la Unidad de Aprendizaje: 80% de asistencia y obtener 60 de calificación para periodo ordinario y 65% de asistencia y obtener 60 de calificación para periodo extraordinario.



# UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

CENTRO UNIVERSITARIO DE LA COSTA  
DIVISIÓN DE CIENCIAS BIOLÓGICAS Y DE LA SALUD  
DEPARTAMENTO DE PSICOLOGÍA

## 12. CALIFICACIÓN

Portafolio de evidencias	30%
Exposiciones	20%
Visitas y trabajo de campo	20%
Trabajos integrador final	20%
Evaluación cualitativa	10%

## 13. BIBLIOGRAFÍA

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Ball-Rokeach, S.J. y De Fleur, M.L., (1993). Teorías de la Comunicación de Masas. Editorial Paidós, España.

Curry, J., Morley, D. y Walkerdine, V., (1998). Estudios culturales y comunicación. Editorial Paidós, España.

DeFleur, Margaret H., Kearney, Patricia; Plax, Timothy G.; DeFleur, Melvin L. (2005). Fundamentos de la comunicación humana. 3a. ed. México: McGraw Hill. 302.2 FUN.

Felipe Pena de Oliveira (2009) TEORÍA DEL PERIODISMO Comunicación social, ediciones y publicaciones, 2009 pp. 235.

Habermas, Jürgen (2002). Teoría de la acción comunicativa, II. Crítica de la razón funcionalista. México: Taurus. 149.2 HAB.

Lozano Rendón José Carlos. (2000). Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas. Editorial Alambra Mexicana. México.

McEntee, Eileen. (2003). Comunicación oral. 2ª ed. México: McGraw-Hill. 302.2242 MCE.

McQuail, Denis. (2000). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. 3ª ed. España: Paidós. 302.23 MCQ.

Trejo Delarbre, Raúl. (1995). De la crítica a la ética. Medios y sociedad. El nuevo contrato público. México: Universidad de Guadalajara. 302.23 TRE.

Vassallo de Lopes, María Immacolata y Fuentes Navarro, Raúl. (2005). Comunicación. Campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas. México: Universidad de Guadalajara. 302.2072 COM.

Wolf Mauro, (2002). La Investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas. Paidós, México. pp. 155-286.

### BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Stabley J. Baran, Hidalgo Toledo Jorge Alberto (2005). Comunicación masiva en Hispanoamérica, cultura y literatura mediática. México MacGraw-Hill, C.

Giménez Gilberto (2005) Artículo La Cultura como identidad y la identidad como cultura Año de publicación. Consulta 20/enero/2011 [http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=centrodoc&table\\_id=70](http://sic.conaculta.gob.mx/ficha.php?table=centrodoc&table_id=70)

## 14. LABORATORIOS Y ÁREAS DE PRÁCTICA

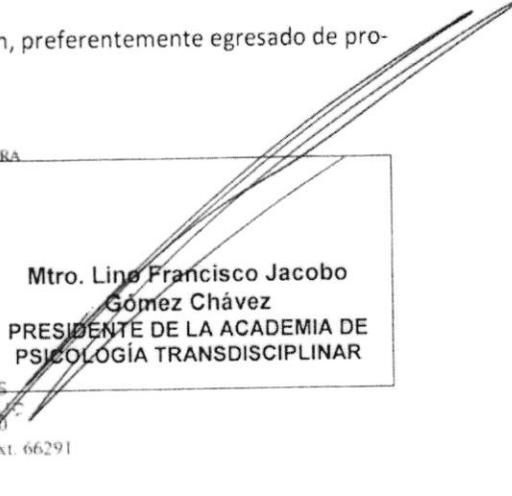
COMPULAB, Radio Universidad de Guadalajara en Puerto Vallarta

## 15. MATERIAL DIDÁCTICO Y EQUIPO UTILIZADO

Pintarrón, proyector, lap top, i pad, cámara fotográfica o cámara de video.

## 16. PERFIL DEL DOCENTE

El profesor que imparta la UDA deberá ser experto en el área de la comunicación, preferentemente egresado de programas educativos relacionados con la comunicación.

 UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA Centro Universitario de la Costa <b>Dr. Jesús Cabral Araiza</b> <b>JEFE DEL DEPARTAMENTO</b>	 UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA Centro Universitario de la Costa <b>Dr. Remberto Castro Castañeda</b> <b>DIRECTOR DE LA DIVISIÓN</b>	 UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA Centro Universitario de la Costa <b>Mtro. Lino Francisco Jacobo Gómez Chávez</b> <b>PRESIDENTE DE LA ACADEMIA DE PSICOLOGÍA TRANSDISCIPLINAR</b>
DIVISIÓN DE CIENCIAS BIOLÓGICAS DE LA SALUD Avenida Universidad 203 Delegación Ixtapa C.P. 48200 Puerto Vallarta, Jalisco México. Tels. [52] (322) 22 6 22 91 Ext. 66291 <a href="http://www.cuc.udg.mx">www.cuc.udg.mx</a>		