



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO  
 FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN  
 LICENCIATURA: DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL**

**PROGRAMA DE LA ASIGNATURA DE:**

**TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN II**

**IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA**

<b>MODALIDAD:</b>	Curso				
<b>TIPO DE ASIGNATURA:</b>	Teórica				
<b>SEMESTRE EN QUE SE IMPARTE:</b>	Segundo				
<b>CARÁCTER DE LA ASIGNATURA:</b>	Obligatoria				
<b>NÚMERO DE CRÉDITOS:</b>	6				
<b>HORAS DE CLASE A LA SEMANA:</b>	3	<b>Teóricas:</b> 3	<b>Prácticas:</b> 0	<b>Semanas de clase:</b> 16	<b>TOTAL DE HORAS:</b> 48
<b>SERIACIÓN OBLIGATORIA ANTECEDENTE:</b>	Teoría de la Comunicación I				
<b>SERIACIÓN OBLIGATORIA SUBSECUENTE:</b>	Teoría de la Comunicación III				

**OBJETIVO GENERAL**

Introducir al alumno en el conocimiento de la teoría básica de la comunicación y sus fenómenos además de su aplicación en la creación de modelos funcionales utilizadas como soporte en las estrategias de comunicación

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Al finalizar en curso, el alumno:

- a) Comprenderá la importancia de los medios masivos.
- b) Conocerá las principales sistemas de significación
- c) Conocerá los efectos en la comunicación que ocasionan los medios masivos.
- d) Diferenciará las características de los diferentes medios masivos de comunicación.

**ÍNDICE TEMÁTICO**

<b>UNIDAD</b>	<b>TEMAS</b>	<b>Horas Teóricas</b>	<b>Horas Prácticas</b>
1	Comunicación y Medios Masivos	12	0
2	Sistemas de Significación	12	
3	El Impacto y lo Efectos de los Medios Masivos	12	0
4	Desarrollo de Nuevas Formas de Comunicación para el Conocimiento	12	0
	Total de Horas Teóricas	48	
	Total de Horas Prácticas		0
	Total de Horas		48

## **1. COMUNICACIÓN Y MEDIOS MASIVOS**

- 1.1. Surgimiento y características de la cultura de masas.
- 1.2. El sistema de comunicación de masas.
- 1.3. La sociedad industrial.
- 1.4. Industria cultural. Persuasión, seducción, violencia.

## **2. Sistemas de significación**

- 2.1.1. Lengua y habla
- 2.1.2. Concepto de retórica y discurso
- 2.1.3. Gorgias, Platón, Aristóteles, Cicerón, San Agustín,
- 2.1.4. La retórica de la imagen
- 2.1.5. Principales figuras retóricas
- 2.1.6. Figuras retóricas de adjunción
- 2.1.7. Figuras retóricas de alteración
- 2.1.8. Figuras retóricas de sustitución
- 2.1.9. Figuras retóricas de supresión
- 2.2. Culturas urbanas y rurales: medios masivos y alternativos.

## **3. EL IMPACTO Y LOS EFECTOS DE LOS MEDIOS MASIVOS**

- 3.1. Teoría Hipodérmica. Sociedad de masas.
- 3.2. Estructura de los medios masivos.
- 3.3. La sociedad de la información.
- 3.4. Los subsistemas de comunicación.
- 3.5. Procesos de conformación de públicos y su influencia en medios masivos.
- 3.6. Organizaciones y redes de difusión masiva.

## **4. DESARROLLO DE NUEVAS FORMAS DE COMUNICACIÓN PARA EL CONOCIMIENTO**

- 4.1. Surgimiento de nuevas redes de información.
- 4.2. Surgimiento de nuevas redes de la comunicación.
- 4.3. La globalización en la comunicación de masas.
- 4.4. Nuevos Modos de comunicarse: Redes interactivas y Comunidades virtuales.
- 4.5. Cultura virtual.

## **BIBLIOGRAFÍA**

---

- Bourdieu, Pierre, *Sobre la televisión*, Barcelona, Editorial Anagrama, 1996.
- Baudrillard, Jean, *De la seducción*, Madrid, Editorial Cátedra, 2005.
- De Fleur, M. L., Ball-Rokeach, S. J., *Teorías de la comunicación de masas* Barcelona, Editorial Paidós, 2000.
- Castells, M., *La era de la información. Economía, sociedad y cultura (Volúmenes I, II y III)*, Madrid, Editorial Alianza, 2003.
- Giner, S., *Sociedad masa: crítica del pensamiento conservador*, Editorial Península, 1979
- Enzensberger, H. M., *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona, Editorial Anagrama, 1999
- Mattelart, A., *Historia de la teoría de la comunicación*, Barcelona, Editorial Paidós, 2000.
- McLuhan, M., *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*, Barcelona, Editorial Paidós, 1996.
- McLuhan, M., *La Galaxia Gutenberg: Génesis del Homo Typographicus*, Editorial Círculo de Lectores, 1998.
- McQuail, D., *Sociología de los medios masivos de comunicación*, Buenos Aires, Editorial Paidós, 1969.
- McQuail, D., *Sociología de la comunicación de masas*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1994.
- Sartori G., *Homo videns: La sociedad teledirigida*. Madrid, Editorial Taurus, 2002.
- Uña, O. y Hernández, A., *Diccionario de Sociología*, Madrid, Editorial ESIC, 2004.
- Wolton D., *Sobre la comunicación: Una reflexión sobre sus luces y sus sombras*, Madrid, Editorial Acento, 1999.
- Wolf, M., *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Madrid, Editorial Paidós, 2000.

## **BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA**

- García Canclini, Nestor, *Consumidores y Ciudadanos Comunicación de masas. Una perspectiva sociológica*, México, Editorial Grijalbo, 1989.
- García Canclini, Nestor, *La globalización imaginada*, México, Editorial Paidós, 2001.
- Martín Barbero, Jesús, *De los medios de las mediaciones*, México, Editorial Gustavo Gili, 1987.
- Wright, Charles Robert, *La comunicación de masas. Una perspectiva sociológica*, México, Editorial Paidós, 2000.

## **CIBERGRAFÍA**

- <http://www.elprisma.com/apuntes/psicologia/comunicacionpsicologia/>
- <http://www.mitecnologico.com/Main/ProcesoDeLaComunicacion>
- [http://www.portalcomunicacion.com/esp/pdf/aab\\_lec/20.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/esp/pdf/aab_lec/20.pdf)

# SUGERENCIAS DIDÁCTICAS RECOMENDADAS PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA

SUGERENCIAS DIDÁCTICAS	UTILIZACIÓN EN EL CURSO
Exposición oral	✓
Exposición audiovisual	✓
Ejercicios dentro de clase	
Ejercicios fuera del aula	✓
Lecturas obligatorias	✓
Trabajo de investigación	✓
Prácticas de taller	
Prácticas de campo	
Otras	

## MECANISMOS DE EVALUACIÓN

ELEMENTOS UTILIZADOS PARA EVALUAR EL PROCESO ENSEÑANZA-APRENDIZAJE	UTILIZACIÓN EN EL CURSO
Exámenes parciales	✓
Examen final	✓
Trabajos y tareas fuera del aula	✓
Participación en clase	
Asistencia	
Exposición de seminarios por los alumnos	

## PERFIL PROFESIOGRÁFICO REQUERIDO PARA IMPARTIR LA ASIGNATURA

LICENCIATURA	POSGRADO	ÁREA INDISPENSABLE	ÁREA DESEABLE
Comunicación ó, Ciencias de la Comunicación	Maestría en Comunicación	Teoría de la Comunicación	Medios de Comunicación