



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

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA DE:

TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN IV

IDENTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

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

OBJETIVO GENERAL

Introducir al alumno en las concepciones básicas de la teoría de la comunicación.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Al finalizar el curso el alumno:

A) Tendrá las bases para iniciarse en el proceso de investigación del hombre social y la comunicación. Y conocerá los procesos de integración comunicativa a diferentes grupos sociales. B) Al término del semestre el alumno conocerá y sabrá integrarse en las diferentes formas de comportamiento del hombre ante los procesos informativos y los medios de comunicación.

ÍNDICE TEMÁTICO

UNIDAD	TEMAS	Horas Teóricas	Horas Prácticas
1	Ingeniería Social	6	0
2	Aspectos Sociológicos en la Comunicación	6	0
3	Posturas Ideológicas ante el Fenómeno Comunicativo	6	0
4	Estímulos Estéticos de la Comunicación	6	0
5	El Sistema Político	6	0
6	México en el Proceso Productivo	6	0
7	Política Exterior	6	0
8	La Guerra del Signo	6	0
	Total de Horas Teóricas	48	
	Total de Horas Prácticas		0
	Total de Horas		48

1. INGENIERÍA SOCIAL

- 1.1. Racismo económico, político y social.
- 1.2. El desarme informativo.
- 1.3. Impacto de la comunicación en la sociedad.
- 1.4. El fracaso social y las reformas.

2. ASPECTOS SOCIOLOGICOS EN LA COMUNICACIÓN

- 2.1. Presión social en la comunicación.
- 2.2. Comunicación y grupos sociales.
- 2.3. Función social del discurso visual.
- 2.4. La interpretación sociológica del lenguaje.
- 2.5. El sistema del signo objeto.

3. POSTURAS IDEOLÓGICAS ANTE EL FENÓMENO COMUNICATIVO

- 3.1. Concepto industrial cultural.
- 3.2. Consumo masivo de cultura.
- 3.3. La comunicación, un producto de la industria cultural.

4. ESTÍMULOS ESTÉTICOS DE LA COMUNICACIÓN

- 4.1. Estética formal e imagen comunicativa.
- 4.2. Estética formal y el discurso del diseño.
- 4.3. Estímulo estético del texto.
- 4.4. Estímulo estético de la imagen.

5. EL SISTEMA POLÍTICO

- 5.1. Partidos políticos.
- 5.2. El gobierno.
- 5.3. Iniciativa privada.
- 5.4. La banca.

6. MÉXICO EN EL PROCESO PRODUCTIVO

- 6.1. Insumos básicos.
- 6.2. Producción cultural o la cultura como producción.
- 6.3. Producción nacional del diseño y la comunicación visual.
- 6.4. Producción del exterior del diseño y de la comunicación visual.

7. POLÍTICA EXTERIOR

- 7.1. Deuda económica y cultura.
- 7.2. Intromisión del exterior a las relaciones internas de México y su cultura.
- 7.3. Condicionamiento económico de México y su cultura.

8. LA GUERRA DEL SIGNO

- 8.1. La moda del político.
- 8.2. La moda del industrial.

- 8.3. La moda social.
- 8.4. La moda del campo.
- 8.5. La moda de la ciudad.
- 8.6. La realidad del mexicano a través de la información visual de la sociedad.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Block de Behar, Lisa, *Una retórica del silencio*, México, Editorial Siglo XXI, 1992.
- Bruner, J. S., *Investigaciones sobre el desarrollo cognitivo*, Madrid, Editorial Pablo del Río, 1980.
- Dance F. Coor., *Teoría de la comunicación humana*, Bs. As., Editorial Troquel, 1973.
- Ducrot, Oswald, *El decir y lo dicho*, Barcelona, Editorial Paidos, 1986.
- Forgas, R. H., *Percepción. Estudio del desarrollo congnotivo*, México, Editorial Trillas, 1989.
- Jean Cazenueve, *La Sociedad de la Ubicuidad*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 2000.
- Moragas Miguel de, *Sociología de la comunicación de masas*, México, Editorial Gustavo Gili, 1993.
- McQuail, *Introducción a la teoría de La comunicación de masas*, 2ª Ed. Barcelona, Editorial Paidos, 1991.
- Thibault-Laulan, Anne Marie, *El lenguaje de la imagen*, Madrid, Editorial Gráficas Halar, 1973.
- Van Dijk, Teun, *Estructuras y funciones del discurso*, México, Editorial Siglo XXI, 1973.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Arnheim, Rudolf, *El pensamiento visual*, Buenos Aires, Argentina, Editorial Paidos, 1986.
- Barthes, Roland, *El placer del texto*, México, Editorial Siglo XXI, 1992.
- Bozal, V., Mimesis, *Las imágenes y las cosas*, Madrid, Editorial Visor, 1987.
- Greimas, Algirdas, Julien, *La semiótica del texto: Ejercicios prácticos*, Barcelona, Editorial Paidos, 1983.
- Gombrich, E. H., *Arte e ilusión*, Barcelona, Editorial Gustov Gili, 1979.
- Kepes Gyorgy, *El lenguaje de la visión*, Editorial Finito, 1969.
- Segre, Cesare, *Principios de análisis del texto literario*, Barcelona, Editorial Crítica, 1985.
- Forgas, R. H., *Percepción. Proceso básico en el desarrollo congnotivo*, México, Editorial Trillas, 1983

CIBERGRAFÍA

- <http://vecam.org/article683.html>
- http://www.iidh.ed.cr/comunidades/redelectoral/docs/red_diccionario/sistemas%20politicos.htm
- <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ve/egp-ccybanca.htm>

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
Periodismo ó Comunicación social ó, Economía	En Artes Visuales	Teoría de la Comunicación.	Comunicación Visual y Colectiva