



**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

MODALIDAD:	Curso				
TIPO DE ASIGNATURA:	Teórica				
SEMESTRE EN QUE SE IMPARTE:	Segundo				
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 I				
SERIACIÓN OBLIGATORIA SUBSECUENTE:	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

UNIDAD	TEMAS	Horas Teóricas	Horas Prácticas
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

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