



Datos generales

- Periodo de Examen Extraordinario: **Del 01 al 22 de junio de 2024**
- Fechas de aplicación: **8 de junio de 2024, 11 horas.**
- Nombre del profesor(a): Verónica Liliana Acosta Serratos
- Correo electrónico del profesor (a): veronica.acosta@politicas.unam.mx
- Clave de la materia: 2305 /1421
- Nombre de la materia: Teorías de la Comunicación II
- Licenciatura: Ciencias de la comunicación
- Semestre al que pertenece: Tercer
- Carácter de la materia (obligatoria u optativa): Obligatoria
- Número de créditos: 8

Características del examen

- Temario. El estudiante identificará las teorías, enfoques y conceptos correspondiente a la materia. Para ello, entregará tres documentos dos de contenido teórico y el otro con un contenido práctico en donde exponga alguno de los temas (o unidades) contemplados en el plan de estudios del semestre.

- Unidad 1.

El estudiante conocerá las principales corrientes psicosociológicas en el estudio de la comunicación, sus aportes y representantes más destacados: 1) Escuela de Chicago; 2) Dinámica de grupos/redes sociales de Kurt Lewin; 3) Escuela de Palo Alto (socio-cibernetistas) y 4) Determinismo tecnológico.

- Unidad 2.

El estudiante identificará y comprenderá las explicaciones desarrolladas por las corrientes críticas y su importancia para la comprensión de fenómenos actuales de la comunicación. Dentro de los Enfoques Críticos se ubica:

2.1 Enfoque marxista

2.1.1 Política, estado y economía: Karl Marx y Louis Althusser

2.1.2. El papel del periódico y de la información en la revolución: Lenin

2.1.2 Ideología y hegemonía: Antonio Gramsci

2.1.3 Conciencia posible: Lucien Goldmann

2.2 Escuela de Frankfurt

2.2.1 Primera generación: Theodor Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin,

2.2.2 Segunda generación: Herbert Marcuse, Erich Fromm, Jürgen Habermas

2.3 Visiones críticas contemporáneas.

2.3. 1 Hans Magnus Enzensberger

2.3.2 Herbert Schiller

2.3.3 Noam Chomsky



2.3.4 Immanuel Wallerstein

2.3.5 Niklas Luhmann

- Unidad 3.

El alumno comprenderá los postulados formulados dentro del pensamiento latinoamericano sobre la comunicación, el imperialismo y el colonialismo culturales.

Comunicación de masas, colonialismo e imperialismo: perspectivas latinoamericanas

3.1 Imperialismo cultural (ideología y medios de comunicación)

3.2 Dependencia cultural

3.3 Economía política de la comunicación

- Unidad 4.

El alumno reconocerá las aportaciones de los estudios culturales, las mediaciones y los aspectos antropológico-fenomenológicos de la comunicación.

Estudios Culturales

4.1 Escuela de Birmingham

4.2 Escuela latinoamericana

4.3 Teorías de las mediaciones

4.4 Consumo cultural

4.5 Antropología, fenomenología y comunicación

- Contenidos a evaluar

El **documento teórico** será elaborar un *cuadro sinóptico* acompañado de un *ensayo* dónde desarrolle alguna de las propuestas teóricas de su interés, con el objetivo de que profundice en los conceptos, los explique (mapa conceptual). Para el caso del ensayo será vincular la propuesta teórica elegida a autores más contemporáneos.

Para el **apartado práctico**, el estudiante deberá desarrollar el *planteamiento de un problema* (o fenómeno comunicativo actual) lo vincule a la propuesta teórica seleccionada para su documento teórico.

- Bibliografía básica

Tema 1

- García, Valeriano, *La escuela de Chicago*, Buenos Aires: ESEADE, 2002.
- Mattelart, Armand y Michèle Mattelart, *Historia de las Teorías de la Comunicación*, Editorial Paidós, Buenos Aires, Argentina, 1995.
- McLuhan, Marshall, *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones de lo humano*, Buenos Aires, Paidós, 1996.
- Rizo García, Marta, *Pensamiento sistémico y comunicación*
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/oaiart?codigo=3686612>
- Wolfe, T. *La banda de la casa de la bomba y otras crónicas de la era pop*. Cap. "Y si tiene razón". Barcelona. Anagrama. 1983.



Tema 2

- Adorno, T. W. *Crítica cultural y sociedad*. España. Altamira. S. f.
- Althusser, L. *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. México. Quinto sol. S.f.
- Benjamin, W. “La obra de arte en la época de su reproducción técnica”, en Goded, J. *Los medios de comunicación colectiva*. México. UNAM. 1976.
- Cassigoli, Armando y Villagrán, Carlos. *La ideología en los textos*. Tres tomos. México. Marcha editores. 1982
- Fromm, E. *¿Tener o ser?*. México. Fondo de Cultura Económica. 1982.
- Gramsci, A. *Notas sobre Maquiavelo, sobre política y sobre el estado moderno*. Obras 1. México. Juan Pablos. 1992.
- Habermas, Jürgen, *Teoría de la Acción Comunicativa*, Taurus, México, 2005.
- Lenin, V. I. *La información de clase*. México. Siglo XXI 1978.
- Marcuse, H. *El hombre unidimensional*. México. Ariel. 1973.

Tema 3

- Cassigoli, Armando y Villagrán, Carlos. *La ideología en los textos*. Tres tomos. México. Marcha editores. 1982.
- Freire, Paulo. *¿Extensión o Comunicación? La concientización en el medio rural*. Buenos Aires: Editorial Siglo XXI, 1973.
- Mattelard, Armand y Ariel Dorfmand, *Para leer al pato Donald*, México, Siglo XXI, 1971.
- Martín-Barbero, Jesús, *Comunicación masiva: discurso y poder*, Ecuador: Época, 1978.
- Prieto Castillo, Daniel. *Retórica y manipulación masiva*. México. Premiá. 1984
- Silva, Ludovico. *Teoría y práctica de la ideología*. México. Editorial Nuestro Tiempo, Colección La Cultura Al Pueblo. Quinta Edición (1977), 1979.

Tema 4

- Blumer, Herbert. *Interaccionismo simbólico*, Hora, Barcelona, 1982.
- Cornelio Chaparro, Jaime Enrique, “Democratizar la comunicación: condición necesario para la construcción de una cultura de paz”, en *Espacios públicos*, V.13 N.29, 2010, p. 82-98.
- Duch, Lluís y Albert Chillon, *Un ser de mediaciones. Antropología de la comunicación*, Herder, Barcelona, 2012.
- Eco, Umberto, *Apocalípticos e integrados*, Tusquets, México, 2009
- Fritz Haug, Wolfgang. *Publicidad y consumo: crítica de la estética de mercancías*. México, Fondo de Cultura Económica 1989.
- Morin, Edgar, *El espíritu del tiempo*, Taurus, Madrid, 1966
- Wolton, Dominique, *Elogio del gran público*, Gedisa, España, 1992.
- Wright, Ch. R. *Comunicación de masas*. Paidós, México, 1995.
- Yurén, Adriana, *Conocimiento y comunicación*, Alhambra Mexicana, México, 1994.
- **Recurso de evaluación**
 - Instrucciones para el alumno (qué debe realizar, cómo).



Elaborar un **cuadro sinóptico** acompañado de un **ensayo** dónde desarrolle alguna de las propuestas teóricas de su interés, con el objetivo de que profundice en los conceptos, los explique (mapa conceptual). Para el caso del ensayo será vincular la propuesta teórica elegida a autores más contemporáneos.

Para el **cuadro sinóptico** (elemento gráfico que organiza información, conceptos o ideas, donde se parte de una idea o tema central y se llega a ideas secundarias o ejemplos), para ello se usará alguna herramienta web que ayude a una mejor presentación, por ejemplo: lucidchart, miro, xmind, creately.

Para el **ensayo** (constará de 3 a 4 cuartillas en word más las referencias o fuentes empleadas), para profundizar en cómo elaborar un ensayo consultar la siguiente liga: <https://celee.uao.edu.co/el-ensayo-academico/>

Para el **apartado práctico**, el estudiante deberá desarrollar el *planteamiento de un problema* (o fenómeno comunicativo actual) vinculado a la propuesta teórica seleccionada para su documento teórico, el cual se expondrá en un documento word en 2 a 3 cuartillas, más las referencias usadas.

- Características de presentación del trabajo (extensión, tipo de letra, espaciado, formato).
Ensayo: 3 a 4 cuartillas en word más referencias, fuentes o bibliografía.
Apartado práctico: 2 a 3 cuartillas en word más referencias, fuentes o bibliografía.
Tipografía: Arial a 12 puntos. Interlineado: 1.5 líneas. Márgenes de 2.5 cm en los cuatro lados. Enviar los archivos en Word.

1. Actividades:

Elaborado a criterio del Profesor.

Criterios de acreditación

- Dar a conocer los criterios de acreditación del examen al alumno.

Nota: Los elementos establecidos en el formato son los mínimos necesarios para la elaboración de los lineamientos de los exámenes extraordinarios para el sistema abierto. Si usted considera adecuado agregar algún elemento que no se mencione en el presente formato, será integrado.

- Recomendaciones para la *redacción* de las preguntas. Se debe procurar que cada enunciado:
 - Sea claro y preciso
 - Describa una pregunta directa
 - No proporcione pistas o ayudas para la respuesta
 - Contenga toda la información necesaria para responder
 - Se exprese en forma positiva y no negativa