



Datos de la asignatura

- Fecha de entrega de examen: **18 enero 2025**
- Clave: **2077/1741**
- Nombre de la asignatura: **COMUNICACIÓN E IDENTIDAD SOCIOCULTURAL**
- Nombre del profesor: **Diana Pérez Terrazas**
- Carrera: **Ciencias de la Comunicación**
- Semestre: **Sexto**
- Correo electrónico del profesor: **dianaterrazas@politicas.unam.mx**

Características del examen

- Temario
 - 1. Marco conceptual**
 - 1.1 Conceptualización de la cultura
 - 1.1.1 Principales enfoques teóricos
 - 1.2 Concepto y características de comunidad, comunidad rural y comunidad urbana
 - 1.3 Conceptos de hábito, costumbre, tradición y vida cotidiana
 - 1.4 Conceptos de sociedad y tipos de sociedad
 - 2. Factores de integración social**
 - 2.1 Concepto de individuo y grupo
 - 2.2 Concepto de identidad y pertenencia
 - 2.3 Concepto de territorio, región, país, nación y soberanía
 - 2.4 Conformación de la estructura social y los grupos sociales
 - 3. La importancia de la identidad en el desarrollo de las sociedades**
 - 3.1 Conceptualización de identidad
 - 3.2 Multiculturalidad y diversidad cultural
 - 3.3 Principales tipos y formas de organización sociocultural
 - 3.4 Origen y características de los movimientos sociales
 - 3.5 Movimientos sociales representativos de México
 - 4. Vinculación entre comunicación y cultura**
 - 4.1 Formas básicas de comunicación: lengua, idioma
 - 4.2 Lenguaje y códigos (lenguaje coloquial, rural y urbano)
 - 4.3 Procesos y manifestaciones socio culturales
 - 4.4 Los rituales, las festividades sociales, cívicas y religiosas
 - 4.5 Influencia de la cultura en los procesos y medios de comunicación
 - 4.6 El contexto sociocultural y el uso de las nuevas tecnologías
 - 5. Perspectiva sociocultural de México**
 - 5.1 Procesos de desarrollo rural y urbano en el mundo moderno
 - 5.2 Características culturales, sociales, económicas y políticas de México
 - 5.3 Importancia sociocultural de México en el mundo

- Contenidos a evaluar

El alumno demostrará que posee los conocimientos teóricos mínimos planteados en el programa oficial de la asignatura, y que puede llevar tales conocimientos a la práctica, mediante un trabajo escrito que reúne análisis de contenido y síntesis.



FUENTES BÁSICAS

Tema 1

- Warren, Jean Pierre. La mundialización de la cultura, Ed. Gedisa, Barcelona, 2002.
- Coelho, Texena. Diccionario crítico de política cultural e imaginario, Ed. Gedisa, Barcelona, 2002.

Tema 2

- García, Brigida y de Oliveira Orlanda. Las familias en el México metropolitano. Visiones femeninas y masculinas, Ed. Colegio de México, 2006.
- Pere-Orioll, et all. Tribus urbanas el ansia de la identidad juvenil, Ed. Paidós, Barcelona 1996.
- Bonfil Batalla, Guillermo. Nuevas identidades culturales en México. México, Grijalbo CONACULTA 1993.

Tema 3

- Alvarado López, Maricruz y Martín Maubel; coordinadores. La publicidad como homologador cultural, Ed. Comunicación Social, Sevilla, España 2006.
- Aguilar Sánchez, Martín. Movimientos Sociales y democracia en México (1982-1998) una perspectiva regional. Ed. Porrúa-Universidad Veracruzana, México 2009.
- El Colegio de México: Centro de Estudios Históricos. Historia General de México. México el Colegio de México 2000.

Tema 4

- Gidens, Anthony. Modernidad e identidad del yo. El yo en la sociedad contemporánea, Ed. Península, Barcelona 1996.
- Giménez, Gilberto. Estudios sobre la cultura y las identidades sociales, Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM. México 1996.

Tema 5

- Altamirano, Carlos. Términos críticos de la sociología de la cultura, Ed. Paidós 2002.
- Todd Gittlin. Enfermos de información, Ed. Paidós, Barcelona 2005.

Fuentes complementarias

- Castell, Manuel. La era de la información. Economía sociedad y cultura, Volúmen 2, Ed. Siglo XXI, 2002.
- García Canclini, Néstor. Culturas Híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad. México, Grijalbo.
- Lipovetsky Giles. La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo, Ed. Anagrama, Barcelona, 1986.
- Giménez, G (2003). La cultura como identidad y la identidad como cultura. Instituto de Investigaciones Sociales, México. UNAM.
- Thompson, John. B. Ideología y cultura moderna. México. UAM Xochimilco. 2002. Págs. 491.
- Thompson, J. (1998). Los medios y la modernidad: una teoría de los medios de comunicación, Paidós.

- Instrucciones para el alumno (qué debe realizar, cómo)

El alumno entregará un trabajo con los siguientes aspectos:



- 1) Un estudio de caso sobre el retrato de alguna comunidad urbana o rural de México que se haya llevado a cabo en un producto cultural (películas, series, productos sonoros, entre otros). Recuerda que debes abordar los procesos de comunicación mediante los cuales se retratan la identidad, apego al territorio y la pertenencia de la comunidad de la que se habla.
- 2) Se debe señalar a detalle los siguientes puntos: a) el contexto histórico b) aspectos económicos, c) aspectos políticos, d) cuestiones sociales y e) aspectos culturales por los que se identifica la comunidad, conforme al discurso del producto cultural que se aborda.
- 3) Es necesario consultar la bibliografía básica.
- 4) Explicar los motivos por los que se escogió tanto a la comunidad como al producto cultural.

- Características de presentación del trabajo (extensión, tipo de letra, espaciado, formato)

El trabajo debe tener una **extensión mínima de 15 cuartillas**, letra Calibri 12, a 1,5 líneas. El contenido del mismo debe estar conformado por:

- 1) Carátula: en donde vengan los datos generales del alumno, así como el título de su trabajo.
- 2) En el cuerpo de trabajo se debe señalar los subtemas que se abordarán conforme a al estudio de caso, recuerda incluir introducción y conclusiones.
- 3) Bibliografía.

- Fecha de entrega del examen: **18 enero 2025**

Criterios de acreditación

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

El alumno debe cubrir los requisitos mínimos (aspectos señalados en los recursos de evaluación) que se le exigen para el desarrollo del trabajo. Asimismo, debe demostrar conocimiento de los conceptos. Buena ortografía, redacción.