Datos generales
○ Periodo de Examen Extraordinario: 21 al 28 de junio del 2025 ○ Fechas de aplicación: ○ Nombre del profesor(a): Jennifer Cházaro Rocha ○ Correo electrónico del profesor (a): jenniferchazaro@politicas.unam.mx ○ Clave de la materia: 2204 ○ Nombre de la materia: Teorías de la Comunicación I ○ Licenciatura: Ciencias de la Comunicación ○ Semestre al que pertenece: 2° ○ Carácter de la materia (obligatoria u optativa): Obligatoria ○ Número de créditos: 08
Características del examen
▪ **Temario** Unidad 1. Ciencias de la Comunicación Unidad 2. Tradiciones de pensamiento para el estudio de la comunicación Unidad 3. Comunicación e interacción social. Unidad 4. Mass communication research. ▪ **Contenidos a evaluar** Unidad 1. Ciencias de la Comunicación 1.1. Objeto o campo de estudio. 1.2. Las ciencias de lo humano y el estudio de la comunicación. 1.3. Estrategias para el estudio de la comunicación. (interdisciplinariedad, transdisciplinariedad, pluridisciplinariedad). Unidad 2. Tradiciones de pensamiento para el estudio de la comunicación. 2.1 Positivismo. 2.2 Marxismo. 2.3 Estructuralismo. 2.4 Funcionalismo. 2.5 Hermenéutica. 2.6 Interaccionismo. Unidad 3. Comunicación e interacción social. 3.1. Formas de interacción social. 3.2. Niveles de comunicación humana: personal, grupal, colectiva, societaria, global. 3.3. Comunicación e información. 3.4. Ámbitos de aplicación de la comunicación.

3.5. Componentes, funciones y procesos de los sistemas representados en modelos.

Unidad 4. Mass communication research.
4.1 Conductismo.
4.2 Las aportaciones de Lasswell.
4.3 Corriente empírico experimental.
4.4 Estudios empíricos sobre el terreno (efectos limitados).
4.5 Funcionalismo.
- 4.5.1 Charles Wright.
- 4.5.2 Lazarsfeld y Merton.
- 4.5.3 Usos y gratificaciones.

- **Bibliografía básica**

UNIDAD 1

- Duch, Lluís, Religión y comunicación, Barcelona: Fragmenta, 2012
- Mattelart, Armand y Michèle Mattelart, Historia de las Teorías de la Comunicación, Editorial Paidos, Buenos Aires, Argentina, 1995.
- Martín Serrano, M. Et al., Teoría de la comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia. México. ENEP Acatlán UNAM. 1993.
- Moragas, Miquel. Teorías de la Comunicación. Gustavo Gili. Primera Edición, España, 1981.
- Sfez, Lucien. Qué es la comunicación, Ediciones Cruz, México, 1994.

UNIDAD 2

- Comte, A. Discurso sobre el espíritu positivo. España. Alianza editorial. 1995.
- Freire, Paulo, ¿Extensión o Comunicación? La concientización en el medio rural, México: Ed. Siglo XXI y Tierra Nueva, 1973
- Luhmann, Niklas: Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general. Alianza Editorial, México, 1991.
- Luhmann, Niklas: La realidad de los medios de comunicación. Iberoamericana. México, 1990.
- Mattelart, Armand y Michèle Mattelart, Historia de las Teorías de la Comunicación, Editorial Paidos, Buenos Aires, Argentina, 1995.
- Schaff, Adam. Introducción a la semántica. "El aspecto filosófico del proceso de comunicación". México. Fondo de Cultura Económica. 1983.

UNIDAD 3

- Duch, Lluís y Albert Chillón, “Preámbulo” en Un ser de mediaciones. Antropología de la comunicación, Barcelona: Herder, 2012.
- Gallardo, Alejandro, Curso de Teorías de la Comunicación, México: UNAM, 1990.
- Mcquail, Dennis. Sociología de los medios masivos de comunicación. Paidós, 1972.
- Martín Serrano, M. Et al., Teoría de la comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia. México. ENEP Acatlán UNAM. 1993.
- Schaff, Adam. Introducción a la semántica. "El aspecto filosófico del proceso de comunicación". México. Fondo de Cultura Económica. 1983.

- Schaff, Adam. Lenguaje y conocimiento. México. Grijalbo. 1984.

UNIDAD 4

- Laswell, Harold, "Estructura y función de la comunicación en la sociedad" http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lasswell.pdf
- Mcquail, Dennis. Sociología de los medios masivos de comunicación. Paidós, 1972.
- Mattelart, Armand y Michèle Mattelart, Historia de las Teorías de la Comunicación, Editorial Paidos, Buenos Aires, Argentina, 1995.
- Martín Serrano, M. Et al., Teoría de la comunicación. I. Epistemología y análisis de la referencia. México. ENEP Acatlán UNAM. 1993.
- Moragas, Miquel. Teorías de la Comunicación. Gustavo Gili. Primera Edición, España, 1981.
- Moragas, Miquel. Sociología de la comunicación de masas. Gustavo Gili. Segunda edición, España, Tomo 2, 1982.
- Schramm, Wilbur, La comunicación humana, México: Grijalbo, 1998.
- Wolf, Mauro. La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas. España. Gustavo Gili. 1995.

- **<u>Recurso de evaluación</u>**

A. Análisis de caso comunicativo

El alumno deberá realizar un análisis detallado de un caso comunicativo actual (campañas publicitarias, comunicación política, cobertura mediática, productos de streaming, formatos de comunicación tradicionales, etc)l, aplicando obligatoriamente un mínimo de dos teorías o tradiciones de pensamiento estudiadas en el curso .El trabajo debe estructurarse de la siguiente manera:

1. **Marco teórico**:
    - Explicación de al menos una tradición de pensamiento de la Unidad 2 (positivismo, marxismo, estructuralismo, funcionalismo, hermenéutica o interaccionismo)
    - Explicación de al menos una teoría de la Mass Communication Research de la Unidad 4 (conductismo, aportaciones de Lasswell, corriente empírico experimental, estudios de efectos limitados o alguna teoría funcionalista)
    - Para cada teoría, explicar: origen, principales postulados, autores relevantes, y aplicaciones en el campo de la comunicación

2. **Descripción del caso**: Detalle del fenómeno comunicativo elegido, explicando claramente sus características, contexto y elementos principales. Presentación del caso seleccionado y su relevancia comunicativa.

3. **Análisis del caso**:
    - Aplicación sistemática de las teorías seleccionadas al caso elegido
    - Identificación de los elementos comunicativos presentes en el caso
    - Explicación de cómo las teorías ayudan a comprender o interpretar el fenómeno
    - Comparación de perspectivas entre las diferentes teorías aplicadas
4. **Conclusiones**:
    - Síntesis de los hallazgos principales
    - Reflexión sobre la utilidad y limitaciones de las teorías para explicar el caso
    - Aportaciones personales del análisis realizado
5. **Bibliografía**: Incluir fuentes académicas con su respectiva cita textual directa, incluyendo las referencias obligatorias del curso.

Extensión: 5-10 cuartillas (sin incluir portada ni bibliografía)

- Formato: archivo PDF
- Tipo de letra:Arial, 12 puntos
- Interlineado: 1.5
- Margenes: 2.5 cm en todos los lados
- Incluir minimo 6 Citas y referencias en formato APA (7^{a} edicion)
- Portada con los datos del alumno, materia y profesor

B. Mapa conceptual comparativo

El alumno deberá elaborar un mapa conceptual en formato de tabla comparativa que sintetice las tradiciones de pensamiento para el estudio de la comunicación (Unidad 2) y las teorías de la Mass Communication Research (Unidad 4).

El mapa conceptual debe seguir la estructura de tabla que se muestra a continuación, completando cada celda con información precisa y concisa, colocando fuentes al final:

Teoría/Tradición	Contexto ¿por qué surgió?	¿Qué problema buscaba resolver?	¿Cuál es su objetivo?	Postulados/ideas principales	Autores destacados
Hermenéutica					
Positivismo					
Funcionalismo					
Estructuralismo					
Marxismo					
Interaccionismo simbólico					
Conductismo					
Corriente empírico experimental					
Estudios empíricos sobre el terreno (efectos limitados).					
Usos y gratificaciones					

Adicionalmente, el alumno deberá incluir una sección donde explique:

- Cómo las teorías se pueden aplicar a diferentes niveles de comunicación (personal, grupal, colectiva, societaria, global)
- Breve reflexión sobre la interdisciplinariedad, transdisciplinariedad y pluridisciplinariedad en el estudio de la comunicación

Extensión: El mapa conceptual puede presentarse en una o más páginas según sea necesario para su claridad visual. La explicación adicional debe tener una extensión máxima de 2 cuartillas.

- Los trabajos deberán enviarse al correo electrónico institucional jenniferchazaro@politicas.unam.mx
- El asunto del correo debe ser: "Examen Extraordinario_Teorías de la Comunicación I_[Nombre completo del alumno]"
- Los archivos deben nombrarse: "Apellido_Nombre_Caso" y "Apellido_Nombre_Mapa"

Examen

Elaborado a criterio del Profesor.

Criterios de acreditación

- Obtener una calificación mínima de 6 en escala de 0 a 10.
- Haber confirmado su participación en la fecha indicada
- Entregar ambos trabajos solicitados antes de la fecha límite
- Cumplir con los requisitos formales y de contenido especificados para cada actividad.

La calificación se distribuirá de la siguiente manera:

- Análisis de caso comunicativo: 60%
- Mapa conceptual comparativo: 40%

Criterios de evaluación para el análisis de caso:

- Precisión en la explicación de las teorías seleccionadas
- Aplicación adecuada de las teorías al caso seleccionado
- Profundidad y originalidad del análisis
- Estructura lógica, coherencia y claridad expositiva
- Uso adecuado de fuentes bibliográficas y citación correcta

Criterios de evaluación para el mapa conceptual:

- Inclusión de todos los elementos solicitados en la tabla comparativa
- Precisión conceptual y síntesis adecuada de información
- Claridad en la exposición de las relaciones entre teorías
- Presentación visual ordenada y comprensible

NOTAS IMPORTANTES:

- ESTÁ ESTRICTAMENTE PROHIBIDO EL USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL (ChatGPT, Claude, Gemini, u otros sistemas similares) para la elaboración de cualquier parte de este examen extraordinario. Los trabajos deben ser producto del análisis y reflexión personal del alumno. Se aplicarán herramientas de detección de contenido generado por IA, y en caso de detectarse su uso, resultará en la reprobación automática del examen.

- Cualquier caso de plagio resultará en la reprobación automática del examen extraordinario.