

## CARTA DESCRIPTIVA

<b>I. Identificadores de la asignatura</b>	
Clave: CIS169900	Créditos: 8
Materia: Sociología de la Comunicación	
Departamento: Ciencias Sociales	
Instituto: ICESA	Modalidad: Presencial
Carrera: Licenciatura en Sociología	
Nivel: Intermedio	Carácter: Optativa
horas: 64 Totales	Tipo: Curso
<b>II. Ubicación</b>	
<b>Antecedente:</b>	<b>Clave:</b>
Introducción a la Sociología	CIS100195
<b>Consecuente:</b> Ninguna	
<b>III. Antecedentes</b>	
<b>Conocimientos:</b> Teoría social clásica y contemporánea, conocimiento básico de las Tecnologías de Información y Comunicación.	
<b>Habilidades:</b> Lectura analítica, comunicación oral y escrita, manejo básico de procesadores de texto.	
<b>Actitudes y valores:</b> Responsabilidad, iniciativa, apertura para la discusión de ideas, reflexividad y pensamiento crítico.	
<b>IV. Propósitos generales</b>	
Los propósitos fundamentales del curso son:  Que los y las estudiantes comprendan las circunstancias comunicacionales actuales y su relación con los aspectos socioculturales, políticos y económicos; a partir del conocimiento de los abordajes que la comunicación ha tenido como objeto de estudio desde la teoría social, los estudios de la comunicación y de los medios.	
<b>V. Compromisos formativos</b>	
<b>Intelectual:</b> Conocimiento teórico y sociohistórico sobre cuestiones relativas a la comunicación humana y pública; individual, colectiva e interindividual y de masas; los vínculos entre sistemas y modelos de comunicación con las prácticas sociales.	
<b>Humano:</b> Reflexión de la trascendencia de la comunicación como base de la interacción social.	
<b>Social:</b> Capacidad para poner en práctica la visión crítica acerca de la comunicación, los medios de comunicación, el acceso y los usos de la información.	
<b>Profesional:</b> Aplicación transversal del conocimiento de la comunicación en su disciplina de formación profesional.	
<b>VI. Condiciones de operación</b>	
<b>Espacio:</b> Aula típica	

Laboratorio: No

Mobiliario: Mesas, sillas y pizarrón

Población: 30 alumnos

Material de uso frecuente:

A) Cañón y computadora

Condiciones especiales: Ninguna.

## VII. Contenidos y tiempos estimados

Módulos	Contenidos	Actividades
<b>Modulo I</b> La Comunicación como objeto de estudio 5 sesiones (10 horas)	Encuadre contextualizado de la importancia de la materia para las diferentes disciplinas que componen las ciencias sociales. Historia de los estudios de la comunicación Modalidades de la comunicación	Encuadre: Presentación del curso, revisión y comentarios acerca del contenido, la evaluación y las políticas de la clase. Expectativas y conocimientos previos Lluvia de ideas sobre conceptos básicos Exposición docente Asignación de lecturas Reporte de lectura Preguntas y retroalimentación Tipos y modalidades de la Comunicación (presentaciones estudiantes) <b>Evaluación módulo 1:</b> ensayo de segundo nivel (análisis inferencial e interpretativo, en base a revisión documental)
<b>Modulo II</b> Teoría social y Comunicación 10 sesiones (20 horas)	La comunicación desde las teorías sociales La comunicación en los estudios culturales Estudios de medios y de audiencias	El horizonte sociohistórico de los estudios sociales y la comunicación, y su relación con principales escuelas de pensamiento social. Presentación docente Reportes de lecturas de estudiantes Discusión y retroalimentación Comunicación y vida cotidiana Exposiciones de tópicos de comunicación (género, política, violencia, comunicación para el

<p><b>Modulo III</b> Modelos, sistemas y medios de Comunicación. 8 sesiones (16 horas)</p>	<p>Comunicación pública. Medios, Opinión pública y Espacio público. Comunicología Tecnologías de Información y Comunicación en el siglo XXI Nuevos movimientos sociales y la comunicación móvil</p>	<p>desarrollo, etc.) <b>Examen parcial 1</b> Las teorías de la comunicación pública Exposición docente Las teorías de las mediaciones. La propuesta de la Comunicología Internet Nuevos medios Movimientos sociales Lecturas, reportes y discusión <b>Examen parcial 2</b></p>
<p><b>VIII. Metodología y estrategias didácticas</b></p>		
<p>Metodología institucional a) Elaboración de ensayos, monografías e investigaciones consultando fuentes bibliográficas, hemerográficas y en Internet. b) Elaboración de reportes de lectura c) Elaboración de presentaciones</p>		

<p><b>IX. Criterios de evaluación y acreditación</b></p>											
<p>a) <b>Institucionales de acreditación:</b> Acreditación mínima de 80% de clases programadas Entrega oportuna de trabajos Pago de derechos Calificación integrada final mínima de 7.0 Permite examen a título: si</p> <p>b) <b>Evaluación del curso</b> Evaluación continua de actividades y acreditación de cada módulo mediante los siguientes porcentajes:</p> <table data-bbox="282 1661 1084 1873"> <tr> <td>Evaluación continua:</td> <td>20% (acumulable a lo largo del curso)</td> </tr> <tr> <td>Modulo I</td> <td>20% (ensayo de segundo nivel)</td> </tr> <tr> <td>Modulo II</td> <td>30% (examen escrito)</td> </tr> <tr> <td>Modulo III</td> <td>30% (examen escrito)</td> </tr> <tr> <td>Total</td> <td>100 %</td> </tr> </table>		Evaluación continua:	20% (acumulable a lo largo del curso)	Modulo I	20% (ensayo de segundo nivel)	Modulo II	30% (examen escrito)	Modulo III	30% (examen escrito)	Total	100 %
Evaluación continua:	20% (acumulable a lo largo del curso)										
Modulo I	20% (ensayo de segundo nivel)										
Modulo II	30% (examen escrito)										
Modulo III	30% (examen escrito)										
Total	100 %										

## X. Bibliografía

### Obligatoria

Aguado, J. M. (2004) *Introducción a las teorías de la comunicación y la información* Universidad de Murcia. Recuperado de [http://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20\(20\)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf](http://www.um.es/tic/Txtguia/Introduccion%20a%20las%20Teorias%20de%20la%20Informa%20(20)/TIC%20texto%20guia%20completo.pdf)

Bruns, A. (2008). *The Active Audience: Transforming Journalism from Gatekeeping to Gatewatching*, en Paterson, Chris & Domingo, David (eds.) *Making Online News: The Ethnography of New Media Production*. New York: Peter Lang

Cardoso, G. (2014). *De la Comunicación de Masa a la Comunicación en Red: Modelos Comunicacionales y la Sociedad de Información*. Recuperado de [http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/51\\_esp.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/uploads/pdf/51_esp.pdf)

Castells (2008). *Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política*. Telos nº 74. Recuperado de <http://telos.fundaciontelefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articulo&idContenido=2009100116310137>

Castells (2013). *El impacto de internet en la sociedad: una perspectiva global* Recuperado de <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2014/03/BBVA-Comunicaci%C3%B3n-Cultura-Manuel-Castells-El-impacto-de-internet-en-la-sociedad-una-perspectiva-global.pdf>

Cook, B. (2010- September 2-5). "Arenas of Power and New Policy Theory: Toward a Synthesis" *Annual Meeting of the American Political Science Association*, Washington, DC. Recuperado de [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1643352](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1643352)

Crovi, D. (2004). *Sociedad de la Información y el Conocimiento. Algunos deslindes imprescindibles*. En Crovi (coord.) *Sociedad de la información y el conocimiento. Entre lo falaz y lo posible*. Buenos Aires, Argentina: UNAM y La Crujía Ediciones, pp. 17-56

Dahlberg, L., (2001). "Computer-Mediated Communication and the public sphere: a critical analysis", en: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2001.tb00137.x/full>

De León, S. (2010). De lo público a la comunicación pública. Revisión conceptual. *Renglones* 61, 15-26.

Flores, R. (2008). *La brecha digital. Una introducción al nuevo rostro de la desigualdad* Ciudad Juárez, México: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.

Galindo, J.(Coord) (2008) *Comunicología en construcción. Entre la comunicología a posteriori y la comunicología a priori. Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una comunicación posible*. Madrid, España: Mc Graw Hill.

Islas, O. et al (2016) *La comprensión de los medios en la era digital*. México: AlfaOmega

Maigret, E. (2005). (1ª ed. en español) *Sociología de la comunicación y de los medios*. Colombia: Fondo de Cultura Económica

McLuhan, M. y Powers, B. (1991) *La aldea global: transformaciones en la vida y los medios de comunicación mundiales en el siglo XXI* (tr. Claudia Ferrari) Barcelona: Gedisa

McLuhan, M. (1996) *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano* (tr. Patrick Ducher) Barcelona: Paidós

McQuail, D. (1998) *La acción de los medios: los medios de comunicación y el interés público* (tr. Libertad Borda). Buenos Aires : Amorrortu

Marley, D. (1996) *Televisión, audiencia y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu

Mc. Quail, D. (2001) *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. México: Paidós. –

Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Gustavo Gili

Martin-Serrano, M. (1977). *La mediación social*. Madrid: Akal

Martin-Serrano, M. (2004). *La producción social de comunicación* (3ª Ed.) Madrid: Alianza Editorial.

Mattelart, A. (2003). *La comunicación- mundo. Historia de las ideas y de las estrategias* (2a ed.). México: Siglo XXI

Moragas, M. (1985) *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili

Pérez, G. (2012). *Internet como medio de comunicación*. México, Plaza y Valdés/ Universidad Autónoma de Coahuila.

Portillo, M. y Portugal, I. (coords.) (2012). *¿Comunicación Posmasiva? Revisando los entramados comunicacionales y los paradigmas teóricos para comprenderlos*. Ciudad de México: Universidad Iberoamericana.

### **Complementaria**

Cardoso, G. (2010). *Los medios de comunicación en la sociedad en red. Filtros, escaparates y noticias* (2a ed.) Cataluña: UOC

Carpentier, N. (2011). "The concept of participation. If they have access and interact, do they really participate?" Radojkovic, M. (ed.) *Communication management quarterly* vol. 6, iss. 21, pp. 13-36. Serbia: Faculty of Political Science, University of Belgrade.

Frankenberg, L. (2015). Interactividad y democracia deliberativa en el periodismo digital en México, *Comunicación y Sociedad Nueva época*, núm. 23, 97-123

Fuentes-Berain, R. (2001). Prensa y poder político en México, *Razón y Palabra*, No. 23 octubre-noviembre 2001. Recuperado de [http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n23/23\\_rfuentes.html](http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n23/23_rfuentes.html)

Habermas, Jürgen. *Teoría de la acción comunicativa, II*. Taurus. España. 2001.

Ramonet, I. (2011). La explosión del periodismo. Internet pone en jaque a los medios tradicionales (Begoña Moreno-Luque, trad.) Buenos Aires: Capital Intelectual

**X. Perfil deseable del docente**

Licenciatura en Comunicación o Sociologías, posgrado en disciplina del área de Ciencias Sociales o Humanidades, preferentemente con líneas de investigación relativas a la comunicación y los medios

**XI. Institucionalización**

Responsable del Departamento: Dr. Héctor Antonio Padilla Delgado

Coordinador/a del Programa: Dra. Elsa Aranda Pastrana

Fecha de elaboración: junio 2010 Elaboraron: Mtra. Leticia Castillo y Dra. Martha Estela Pérez García

Fecha de rediseño: septiembre 2017. Dra. Leticia Castillo Quiñonez