



# **PROGRAMA DE POSGRADO EN CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES**

## **PROGRAMAS DE LAS ACTIVIDADES ACADEMICAS DE MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN**

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Recepción de Medios y Productos Culturales			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación y Cultura	<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	<b>Horas al Semestre</b> 64
<b>Modalidad:</b> Curso	<b>Duración del programa:</b> Semestral		

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Ninguna
<b>Objetivo general:</b> -Introducirse en el análisis de las reflexiones teóricas más relevantes sobre la relación medios masivos-receptores orientando y adecuando cada teoría a los procesos sociales y mediáticos más importantes de la actualidad y al mismo tiempo, analizar los componentes sociales que inducen al receptor a elegir y exponer determinados tipos de productos culturales (literatura, cine, radio, televisión, etc.) en función de la comunicación y el lenguaje.
<b>Objetivos específicos:</b> -Analizar los medios masivos de comunicación para detectar la información que se desea transmitir. -Realizar un estudio exhaustivo de los mecanismos sociales que emanan de la sociedad de la información. -Construir un campo de referencia respecto a los receptores de información mediática y sus productos culturales. -Explicar cuáles productos culturales salen directamente de la emisión de información mediática.

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Cultura y Comunicación	16	0
2	Producción y consumo cultural	16	0
3	El receptor ante el consumo de mensajes	16	0
4	Los estudios de la comunicación a finales del siglo XX y comienzos del siglo XXI	16	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

Unidad	Tema y Subtemas
1	Cultura y Comunicación 1.1 Cultura popular 1.2 Cultura de élites 1.3 Cultura y medios de comunicación social
2	Producción y consumo cultural 2.1 La cultura y su difusión en la historia 2.2 Medios de comunicación y formación de opinión pública 2.3 Emisión de mensajes 2.4 Información y entretenimiento 2.5 Asimilación de la cultura
3	El receptor ante el consumo de mensajes 3.1 La constitución del mensaje comunicativo 3.2 El proceso de la recepción de mensajes 3.3 La demanda de los públicos de satisfacciones sustitutivas 3.4 Los procesos psicológicos de:

	3.4.1 Codificación-emisión de mensajes 3.4.2 Recepción-decodificación de mensajes
4	Los estudios de la comunicación a finales del siglo XX y comienzos del siglo XXI 4.1 El retorno al sujeto (receptor) 4.2 La resignificación del mensaje por parte del receptor 4.4 Estudios sobre la globalización y sus efectos 4.5 Diferencia entre universalización y globalización 4.6 Perspectivas para el presente y el futuro

**Bibliografía Básica:**

- Aparici, Roberto, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, Ediciones De la Torre, España, 1996.
- Charles Creel, Mercedes, *Educación para la recepción: Hacia una lectura crítica de los medios*, Trillas, México, 1990.
- García Canclini, Néstor, *Consumidores y ciudadanos*, Grijalbo, México, 1995.
- García Canclini, Néstor, *El consumo cultural en México*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 1993.
- Mattelart, Armand, *Recepción, el retorno al sujeto*, Diálogos de la comunicación No. 30, México, 1991.
- Rincón, Omar, *Televisión pública, del consumidor al ciudadano*, Convenio Andrés Bello, Colombia, 2001.
- Sampedro Blanco, Víctor, *La pantalla de las identidades: medios de comunicación, políticas y mercados de identidad*, Icaria, España, 2006.
- Sunkel, Guillermo, *El consumo cultural en América Latina. Construcción teórica y líneas de investigación*, Convenio Andrés Bello, Colombia, 2006.
- Cafiero, Mercedes, *Atracción mediática: El fin de siglo en la educación y la cultura*, Biblos, México, 1997.
- Fuentes, Raúl et al., *Producción, circulación y reproducción académicas en el campo de la comunicación en México*, ITESO, México, 2004.

**Bibliografía Complementaria:**

- Martín Barbero, Jesús, *Procesos de comunicación y matrices de cultura*, Gustavo Gili, España, 2007.
- Dayan, Daniel y García Negroni, María Marta, *En busca del público. Recepción, televisión y medios*, Gedisa, España, 1997.
- Forster Stevenson, Leslie et al., *Siete teorías de la naturaleza humana*, Cátedra, España, 1999.

<p><b>Sugerencias didácticas:</b></p> <p>Exposición oral (X)</p> <p>Exposición audiovisual (X)</p> <p>Ejercicios dentro de clase (X)</p> <p>Ejercicios fuera del aula ( )</p> <p>Seminarios ( )</p> <p>Lecturas obligatorias (X)</p> <p>Trabajo de Investigación (X)</p> <p>Prácticas de taller o laboratorio (X)</p> <p>Prácticas de campo ( )</p> <p>Otros:</p>	<p><b>Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:</b></p> <p>Exámenes Parciales ( )</p> <p>Examen final escrito ( )</p> <p>Trabajos y tareas fuera del aula ( )</p> <p>Exposición de seminarios por los alumnos (X)</p> <p>Participación en clase (X)</p> <p>Asistencia (X)</p> <p>Seminario ( )</p> <p>Otras:</p>
<p><b>Línea de investigación:</b></p> <p>Las que emanan del campo de conocimiento Comunicación y cultura, y principalmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Estudios de Audiencia, Recepción e Interpretación.</li> <li>-Estudios sobre Periodismo.</li> </ul>	
<p><b>Perfil profesiográfico:</b></p> <p>Maestría o Doctorado en Comunicación.</p>	

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Teorías Contemporáneas sobre Comunicación I			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación e Innovaciones Tecnológicas, Comunicación Política y Opinión Pública y Comunicación y Cultura	<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Obligatoria		<b>Horas</b>	<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórica		<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0
<b>Modalidad:</b> Curso		<b>Duración del programa:</b> Semestral	

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( ) Obligatoria ( ) Indicativa ( X )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Teorías Contemporáneas sobre Comunicación II
<b>Objetivo general:</b> -Desarrollar capacidades de análisis y conocer las vías actuales de abordaje conceptual a la comunicación, asimismo comprender el amplio espectro de perspectivas desde las cuales se la puede estudiar.
<b>Objetivos específicos:</b> -Ubicar las Ciencias de la Comunicación dentro de las Ciencias Sociales y Humanas. -Analizar la relevancia de la comunicación en la fase actual de la modernidad. -Destacar el papel que desempeña la comunicación, como fundamento de la acción, en diversos abordajes conceptuales de las últimas décadas. -Poner de relieve cómo se interpreta, en las conceptualizaciones actuales, la construcción de la realidad y la relevancia de los medios. -Estudiar cómo se han generado nuevas perspectivas de comprensión de la vida en sociedad, su evolución y el papel de la comunicación.

<b>Índice Temático</b>			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Teorías de la comunicación. Enfoques críticos	12	0
2	La comunicación en la alta modernidad	12	0
3	Comunicación; fundamento de la acción en la sociedad	18	0
4	Comunicación, medios y construcción de la realidad	12	0
5	Nuevos paradigmas y comunicación	10	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

Unidad	Tema y Subtemas
1	Teorías de la comunicación. Enfoques críticos 1.1 Ciencias de la comunicación. Su núcleo epistémico 1.2 Comunicación como forma simbólica 1.3 El papel de la tecnología en el estudio de la comunicación 1.4 Evolución histórica del estudio de la comunicación en América Latina
2	La comunicación en la alta modernidad 2.1 Modernismo y modernidad 2.2 Alta modernidad: inicio, rasgos, problemas, propuestas 2.3 Nuevas formas de legitimación 2.4 Comunicación, su papel en la sociedad actual 2.5 Interrelación conocimiento-poder 2.6 Relación entre investigación científica e ideología 2.7 La pragmática de la investigación y el papel de las ciencias naturales 2.8 La educación superior en la actualidad 2.9 Conocimiento y cambio

3	Comunicación; fundamento de la acción en la sociedad 3.1 El lenguaje y la acción comunicativa 3.2 Desarrollo de la noción de acción comunicativa 3.3 La acción social 3.4 El concepto de acción comunicativa, pretensiones de validez y funciones del entendimiento lingüístico 3.5 Clasificación de actos de habla 3.6 Pragmática formal y racionalidad 3.7 Saber contextual y de fondo 3.8 El sistema social en Luhmann 3.9 El papel de la comunicación
4	Comunicación, medios y construcción de la realidad 4.1 Realidad y medios de comunicación 4.2 Funciones de los medios de comunicación 4.3 El papel del público-receptor 4.4 Internalización de la información y el conocimiento
5	Nuevos paradigmas y comunicación 5.1 La ciencia y la incertidumbre 5.2 El sujeto y la complejidad 5.3 Nuevos modelos y metáforas comunicacionales 5.4 Narración y la construcción de la identidad

#### Bibliografía Básica:

- Arfuch, Leonor (comp.), *Pensar este tiempo. Espacios, afectos, pertenencias*, Paidós, Buenos Aires, 2005.
- Sfez, Julien, *Crítica de la comunicación*, Amorrortu, Buenos Aires, 1995.
- Vizer, Eduardo, *La trama invisible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*, La Crujía, Buenos Aires, 2003.
- Zygmunt, Bauman, *The individualized society*, Polity Press Cambridge, Gran Bretaña, 2001.
- Watzlawick, Paul, *Teoría de la comunicación humana: interacciones, patologías y paradojas.*, Herder, Barcelona, 1971.
- Lyotard, Jean Francois, *La condición posmoderna*, REI, México, 1990.
- Habermas, Jurgen, *Teoría de la acción comunicativa. Tomos I y II*, Taurus, Barcelona, 1988.
- Habermas, Jurgen, *Teoría de la acción comunicativa: complementos y estudios previos*, Cátedra, Madrid, 1989.
- Luhmann, Niklas, *La sociedad de la sociedad*, Herder, México, 2008.
- Bateson, Gregory, *La nueva comunicación*, Kairos, Barcelona, 2005.
- Capra, Fritjof, *La trama de la vida. Una nueva perspectiva de los sistemas vivos*, Anagrama, Barcelona, 2000.
- Capra, Fritjof, *Las conexiones ocultas, implicaciones sociales, medioambientales, económicas y biológicas de una nueva visión del mundo*, Anagrama, Barcelona, 2003.
- Baudrillard, Jean, *Caminos del pensamiento. Hacia nuevos lenguajes*, UNESCO, Madrid, 2000.
- Castells, Manuel, *La era de la información. La sociedad red, Vol. I, Siglo XXI, México, 2000.*

#### Bibliografía Complementaria:

- Bateson, Gregory, *La nueva comunicación*, Kairos, Barcelona, 1992.
- Blindé, Jerome, *Claves para el siglo XXI*, UNESCO, Barcelona, 2002.
- Serrano, Martín, *Teoría de la comunicación*, UNAM, México, 1993.
- Ricci Bitti, Pio et al., *La comunicación como proceso social*, CONACULTA/Grijalbo, México, 1993.
- Galindo Cáceres, Jesús, *Técnicas de investigación, en sociedad, cultura y comunicación*, Addison, Wesley Longman-CONACULTA, México, 1998.

#### Sugerencias didácticas:

Exposición oral	(X)
Exposición audiovisual	( )
Ejercicios dentro de clase	(X)
Ejercicios fuera del aula	( )
Seminarios	(X)
Lecturas obligatorias	(X)
Trabajo de Investigación	( )
Prácticas de taller o laboratorio	( )
Prácticas de campo	( )
Otros:	

#### Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:

Exámenes Parciales	( )
Examen final escrito	( )
Trabajos y tareas fuera del aula	( )
Exposición de seminarios por los alumnos	(X)
Participación en clase	(X)
Asistencia	(X)
Seminario	(X)
Otras:	

#### Línea de investigación:

Todas las que emanan del programa de la Maestría en Comunicación.

#### Perfil profesiográfico:

Maestría o Doctorado en Comunicación.

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Tecnologías de Información, Comunidades Culturales y Educación			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación e Innovaciones Tecnológicas.	<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	<b>Horas al Semestre</b> 64
<b>Modalidad:</b> Curso	<b>Duración del programa:</b> Semestral		

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Ninguna
<b>Objetivo general:</b> -Ubicar a las Tecnologías de Información y Comunicación como un elemento destacado en la conformación de las actuales comunidades culturales y la educación, tomando en cuenta las tendencias constructivistas y de gestión del conocimiento, a partir de la conceptualización y reflexión en torno al discurso ideológico que las reviste.
<b>Objetivos específicos:</b> -Analizar desde una perspectiva crítica la importancia de la incorporación de las Tecnologías de Información y Comunicación en una sociedad, partiendo de la Teoría del Determinismo Tecnológico en comparación con los actuales discursos tecnológicos globalizadores. -Analizar la forma en que los sujetos y las comunidades se apropian de las Tecnologías de Información y Comunicación, identificando la creación de las distintas brechas en los países periféricos. -Analizar las principales tendencias teórico-pedagógicas de los modelos educativos que incorporan las Tecnologías de Información y Comunicación, identificando las características de sus principales elementos. -Diferenciar el papel de internet en el sistema educativo, con respecto a los sistemas presenciales y a distancia. -Analizar los diferentes sistemas de apropiación tecnológica en los sistemas educativos y en la vida cotidiana. -Identificar y valorar la importancia de las Tecnologías de Información y Comunicación en las comunidades culturales, educativas y virtuales.

<b>Índice Temático</b>			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Conceptualización y contexto tecnológico	10	0
2	Educación y Tecnologías de la Información y Comunicación	10	0
3	Modelos educativos y Tecnologías de Información y Comunicación	12	0
4	La globalización, los valores y las distintas culturas	12	0
5	Comunidades culturales y educación	20	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

Unidad	Tema y Subtemas
1	Conceptualización y contexto tecnológico 1.1 Las Tecnologías de Información y Comunicación 1.2 Innovación e invención de la tecnología 1.3 Teorías del determinismo tecnológico 1.4 Discursos globalizadores de la tecnología 1.5 Triada ciencia, tecnología y sociedad 1.6 Las distintas lógicas de apropiación
2	Educación y Tecnologías de la Información y Comunicación 2.1 Teorías sociológicas de la educación 2.2 Educación y Tecnologías de Información y Comunicación, uso e impacto

	2.3 Los retos de la educación (a nivel mundial y nacional) 2.4 Tendencias actuales de la educación y comparativos
3	Modelos educativos y Tecnologías de Información y Comunicación 3.1 Educación formal y no formal 3.2 Modelos educativos (antecedentes) 3.3 Modelos cognitivos y constructivos 3.4 Facilidades y dificultades de implementación de las Tecnologías de Información y Comunicación en las actuales tendencias educativas 3.5 Impacto de la tecnología en la concepción moderna de la educación y de la socialización del saber
4	La globalización, los valores y las distintas culturas 4.1 Manejo de la información científica en los nuevos tiempos 4.2 Comunicación y ciencia 4.3 Medios masivos a la luz de los descubrimientos científicos del nuevo siglo 4.4 Ética de la información científica
5	Comunidades culturales y educación

**Bibliografía Básica:**

- Cebrían, Mariano, *La radio en la convergencia multimedia*, Gedisa, Barcelona, 2001.
- Castells, Manuel, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, Siglo XXI, México, 1996.
- Castrejón, Jaime, *La educación superior en México*, Edicol, México, 1979.
- CUAED, *Diplomado en educación abierta y a distancia*, UNAM-CUAED, México, 1999.
- De Kerchove, Derrick, *Inteligencias en conexión. Hacia una sociedad de la web*, Gedisa, Barcelona, 1999.
- Díaz Barriga, Frida, *Estrategias docentes para un aprendizaje significativo*, Mc Graw Hill, México, 2003.
- Duggleby, Julia, *El tutor online. La enseñanza a través de internet*, DEUSTO, Barcelona, 2001.
- García Duarte, Nohemy, *Educación mediática. El potencial pedagógico de las nuevas tecnologías de la comunicación*, Miguel Ángel Porrúa-UPN, México, 2000.
- Maldonado, Patricia, *La universidad virtual en México*, ANUIES, México, 2002.
- Olivier, Bruno, *Comunicar para enseñar*, Edicial, Buenos Aires, 1997.
- Rheingold, Howard, *La comunidad virtual. Una comunicación sin fronteras*, Gedisa, Barcelona, 1996.
- Aboites, Jaime y Dutrénit, Gabriel, *Innovación, aprendizaje y creación de capacidades tecnológicas*, UAM Xochimilco, México, 2003.

**Bibliografía Complementaria:**

- Bustamante, Enrique, *Comunicación y Cultura en la era Digital. Industrias, mercados y diversidad en España*, 2ª. Edición, Gedisa, España, 2004.
- Castells, Manuel, *The Rise of the Network Society*, Blackwell publishers, Oxford, 1996.
- Crovi Druetta, Delia, *Sociedad de la Información y el Conocimiento: entre lo falaz y lo posible*, La cruzja, Buenos Aires, 2004.
- Duart, Joseph, *Aprender de la virtualidad*, Gedisa, España, 2000.
- Mattelart, Armand, *The invention of communication*, University of Minnesota Press, Minneapolis, 1996.

**Sugerencias didácticas:**

Exposición oral	(X)
Exposición audiovisual	(X)
Ejercicios dentro de clase	(X)
Ejercicios fuera del aula	( )
Seminarios	(X)
Lecturas obligatorias	(X)
Trabajo de Investigación	(X)
Prácticas de taller o laboratorio	( )
Prácticas de campo	( )
Otros:	

**Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:**

Exámenes Parciales	( )
Examen final escrito	( )
Trabajos y tareas fuera del aula	(X)
Exposición de seminarios por los alumnos	(X)
Participación en clase	(X)
Asistencia	(X)
Seminario	(X)
Otras:	

**Línea de investigación:**

- Las que emanan del campo de conocimiento Comunicación e Innovaciones Tecnológicas, y principalmente:
- Innovaciones tecnológicas y Educación.
  - Innovaciones tecnológicas y Sociedad.

**Perfil profesiográfico:**

Maestría o Doctorado en Comunicación.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**PROGRAMA DE POSGRADO**  
**POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**  
**Maestría en Comunicación**  
**Programa de actividad académica**



<b>Denominación:</b> La Perspectiva de Género en los Estudios sobre Comunicación			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación y Cultura	<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	<b>Horas al Semestre</b> 64
<b>Modalidad:</b> Curso		<b>Duración del programa:</b> Semestral	

**Seriación:** Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )

**Actividad académica antecedente:** Ninguna

**Actividad académica subsecuente:** Ninguna

**Objetivo general:**  
-Comprender la importancia de los estudios de género y sus aportaciones, retos y perspectivas en la disciplina de las ciencias de la comunicación.

**Objetivos específicos:**  
-Conocer los antecedentes de la academia de género en México.  
-Señalar las causas que permiten la aplicación de la categoría género en la academia.  
-Estudiar a los teóricos internacionales más representativos de la categoría género.  
-Conocer a los investigadores mexicanos que han debatido sobre la categoría género.  
-Analizar los estudios en comunicación que han aplicado la categoría género.

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Teoría del género	12	0
2	La categoría de género	12	0
3	Visiones sobre el género	12	0
4	El género en la academia mexicana	14	0
5	Género y estudios de comunicación	14	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

**Contenido Temático**

Unidad	Tema y Subtemas
1	Teoría del género 1.1 Teóricos 1.2 Principios 1.3 Estudios 1.4 Aplicaciones
2	La categoría de género 2.1 El manejo de género en los medios de comunicación 2.2 Principales aportaciones sobre la equidad 2.3 La categoría de género en la sociedad 2.4 Los estudios de género en la academia
3	Visiones sobre el género 3.1 Trascendencia 3.2 Prospectivas 3.3 Influencias y modificaciones en los distintos ámbitos de la sociedad
4	El género en la academia mexicana 4.1 La presencia de los estudios sobre género en México 4.2 Teóricos más representativos

	4.3 Impacto en los medios de comunicación y la sociedad 4.4 Reflexiones sobre el abismo generacional
5	Género y estudios de comunicación 5.1 Estudios más representativos 5.2 Temas y tópicos más importantes 5.3 Periodismo de género 5.4 El género en las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales 5.5 El futuro

**Bibliografía Básica:**

- Buttler, Judith, *El género en disputa*, Paidós, PUEG, UNAM, México, 2001.
- Fernández Díaz, Natalia, *La violencia sexual y su representación en la prensa*, ANTHROPOS, España, 2003.
- Gallego, Juana, *La prensa por dentro*, ANTHROPOS, España, 2003.
- Lamas, Martha, *El género, La construcción cultural de la diferencia sexual*, UNAM PUEG, México, 2000.
- Millán, Margarita, *Deriva del cine nacional*, UNAM, México, 2004.
- Trueba, Carmen, *Voces disidentes*, CIESAS, México, 2006.
- Bach Arús, Marta et al., *El sexo de la noticia*, ICARIA, Barcelona, 2000.

**Bibliografía Complementaria:**

- Scott, Joan, *Historia y género*, El Magnamin, Valencia, 1990.
- Stimpson, Catherina, *¿Qué son los estudios de mujeres?*, FCE, México, 1998.
- Hernández Téllez, Josefina, *Adelina Zendejas, precursora de la escritura y el periodismo femeninos*, Tesis de maestría UNAM, México, 2001.

**Sugerencias didácticas:**

Exposición oral	(X)
Exposición audiovisual	( )
Ejercicios dentro de clase	(X)
Ejercicios fuera del aula	( )
Seminarios	(X)
Lecturas obligatorias	( )
Trabajo de Investigación	(X)
Prácticas de taller o laboratorio	( )
Prácticas de campo	( )
Otros:	

**Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:**

Exámenes Parciales	( )
Examen final escrito	( )
Trabajos y tareas fuera del aula	(X)
Exposición de seminarios por los alumnos	( )
Participación en clase	(X)
Asistencia	(X)
Seminario	(X)
Otras:	

**Línea de investigación:**

Las que emanan del campo de conocimiento Comunicación y Cultura, y principalmente:  
-Estudios de Género y Comunicación.

**Perfil profesiográfico:**

Maestría o Doctorado en Comunicación.

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Nuevos Medios de Comunicación, Culturas y Procesos Globales				
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación e Innovaciones Tecnológicas		<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>	<b>Horas al Semestre</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	4	64
<b>Modalidad:</b> Curso		<b>Duración del programa:</b> Semestral		

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Ninguna
<b>Objetivo general:</b> -Ofrecer un panorama de discusión académica y profesional acerca de los medios digitales y su imbricación con la globalización cultural e informativa en el contexto de la sociedad de la información, en áreas como el periodismo, la cultura, la política y la educación.
<b>Objetivos específicos:</b> -Conocer las principales características que definen a la sociedad de la información. -Identificar los diversos discursos y planteamientos conceptuales que han planteado a la sociedad de la información, desde una perspectiva tanto teórica como aplicada. -Entender la noción de cibercultura y los diversos entornos en los que se presenta. -Analizar la forma en que se han desarrollado aplicaciones educativas a distancia, por medio de redes de cómputo. -Conocer los principales elementos que describen la política en los entornos digitales. -Analizar la práctica del periodismo mediado por computadora, haciendo énfasis en las principales diferencias que presenta en su desempeño profesional, con respecto al periodismo en medios impresos. -Profundizar en el concepto de espacio público, y observar la manera en que los espacios digitales le han dado lugar.

<b>Índice Temático</b>			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Rasgos de la sociedad de la información	12	0
2	Cibercultura y educación	12	0
3	Política en el entorno digital	12	0
4	Ciberperiodismo	12	0
5	Las redes y el espacio público	16	0
<b>Total de horas:</b>		64	0
<b>Suma total de horas:</b>		64	

#### Contenido Temático

Unidad	Tema y Subtemas
<b>1</b>	Rasgos de la sociedad de la información 1.1 Caracterización de la sociedad de la información 1.2 Discursos en torno a la sociedad de la información 1.3 Evolución conceptual de la sociedad de la información
<b>2</b>	Cibercultura y educación 2.1 Caracterización de la cibercultura 2.2 Procesos de comunicación ciberculturales 2.3 Procesos de educación a distancia 2.4 Estrategias de uso de medios digitales en procesos educativos
<b>3</b>	Política en el entorno digital 3.1 Política del ciberespacio 3.2 Campañas políticas en Internet 3.3 El uso de la red por movimientos sociales

<b>4</b>	<p>Ciberperiodismo</p> <p>4.1 El ejercicio del periodismo en los entornos digitales</p> <p>4.2 Capacidades tecnológicas del ciberperiodista</p> <p>4.3 Retos de la industria noticiosa impresa ante Internet</p> <p>4.4 Nuevos espacios de expresión periodística en línea</p>
<b>5</b>	<p>Las redes y el espacio público</p> <p>5.1 El concepto del espacio público</p> <p>5.2 La esfera pública y los medios digitales de comunicación</p> <p>5.3 Interactividad y participación pública en Internet</p>

**Bibliografía Básica:**

- Levy, Pierre, *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*, Anthropos/UAM Iztapalapa, Barcelona, 2007.
- Trejo Delarbre, Raúl, *Viviendo en El Aleph. La Sociedad de la Información y sus laberintos*, Gedisa, Barcelona, 2006.
- Crovi Druetta, Delia, *Sociedad de la información y el conocimiento. Entre lo falaz y lo posible*, La crujía, Buenos Aires, 2004.
- Lara Otaola, Miguel Ángel, Nuevas tecnologías de comunicación: ¿Oportunidad o riesgo para la esfera pública y la democracia? *Razón y Palabra. Revista electrónica del ITESM*, México, 54, 2006, Revisión electrónica.
- Martín Bernal, Obdulio et al., Periodismo en la Red. La transición pendiente *Revista Telos*, Madrid, 2004.
- Winocur, Rosalía, Internet en la vida cotidiana de los jóvenes *Revista Mexicana de Sociología*, México, 3, 2006, 111-132.
- Peschard, Jacqueline (coord.), *2 de Julio. Reflexiones y alternativas*, México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-UNAM/SITESA, 2007.

**Bibliografía Complementaria:**

- Bustamante, Enrique, *Comunicación y cultura en la era digital*, Gedisa, Barcelona, 2002.
- Castells, Manuel, *La era de la información (tomos I, II y III)*, Siglo XXI, México, 1996.
- Ford, Anibal, *La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*, Grupo Editorial Norma, Buenos Aires, 2002.
- Negroponte, Nicolás, *Ser digital*, Océano, México, 1995.
- Piscitelli, Alejandro, *Internet: la imprenta del siglo XXI*, Gedisa, Barcelona, 2005.

**Sugerencias didácticas:**

Exposición oral	(X)
Exposición audiovisual	(X)
Ejercicios dentro de clase	()
Ejercicios fuera del aula	()
Seminarios	(X)
Lecturas obligatorias	(X)
Trabajo de Investigación	()
Prácticas de taller o laboratorio	()
Prácticas de campo	()
Otros:	

**Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:**

Exámenes Parciales	()
Examen final escrito	()
Trabajos y tareas fuera del aula	()
Exposición de seminarios por los alumnos	()
Participación en clase	(X)
Asistencia	(X)
Seminario	(X)
Otras:	

**Línea de investigación:**

Las que emanan del campo de conocimiento Comunicación e Innovaciones Tecnológicas, y principalmente:  
-Innovaciones tecnológicas y Sociedad.

**Perfil profesiográfico:**

Maestría o Doctorado en Comunicación.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**PROGRAMA DE POSGRADO**  
**POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**  
**Maestría en Comunicación**  
**Programa de actividad académica**



<b>Denominación:</b> Periodismo en el Siglo XXI			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación y Cultura	<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	<b>Horas al Semestre</b> 64
<b>Modalidad:</b> Curso		<b>Duración del programa:</b> Semestral	

**Seriación:** Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )

**Actividad académica antecedente:** Ninguna

**Actividad académica subsecuente:** Ninguna

**Objetivo general:**  
 -Ofrecer un panorama, actual y especializado, acerca de los rumbos que está adquiriendo, merced a las nuevas tecnologías, el ejercicio del periodismo y la propagación de informaciones en el espacio público contemporáneo.

**Objetivos específicos:**  
 -Discutir los conceptos sociedad de la información y espacio público.  
 -Conocer y entender el desarrollo de los medios de comunicación en soportes digitales y especialmente en Internet.  
 -Familiarizarse con el empleo de blogs, diarios en línea y otros recursos de información periodística en la Red.

<b>Índice Temático</b>			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Manejo de la información a partir del nuevo siglo	14	0
2	Los nuevos periodistas	12	0
3	Medios emergentes o extensión de los medios tradicionales	12	0
4	Mundialización y sociedad de la información. La brecha digital	12	0
5	Ciberperiodismo en América Latina	14	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

**Contenido Temático**

Unidad	Tema y Subtemas
1	Manejo de la información a partir del nuevo siglo 1.1 Televisión y cultura informacional 1.2 Radio e información periodística 1.3 Prensa en el nuevo siglo 1.4 La labor de los medios masivos 1.5 Otros medios masivos de información a la luz de las técnicas novedosas
2	Los nuevos periodistas 2.1 El quehacer profesional de los periodistas 2.2 El periodista como gestor de información 2.3 Destrezas técnicas y alfabetización digital 2.4 Normas éticas en y fuera de línea
3	Medios emergentes o extensión de los medios tradicionales 3.1 Convergencia tecnológica 3.2 Cultura, sociedad y política en la Red 3.3 Internet como medio de medios de comunicación 3.4 Transformaciones de los medios masivos convencionales
4	Mundialización y sociedad de la información. La brecha digital 4.1 Distintas concepciones de la sociedad de la información

	4.2 Desigualdades sociales volcadas en el ciberespacio 4.3 Usos y usuarios de Internet
5	Ciberperiodismo en América Latina 5.1 Prensa en papel y en línea 5.2 Tendencias y resistencias en el periodismo digital 5.3 Ciberperiodismo como reflejo de la prensa tradicional 5.4 Nuevas expresiones en línea 5.5 Interactividad y otros recursos. Promesas y espejismos de la prensa en línea

**Bibliografía Básica:**

- Ballester, Fernando, *La brecha digital. El riesgo de exclusión en la Sociedad de la Información*, Fundación Retevisión, Madrid, 2002.
- De Pablos, José Manuel, *La Red es nuestra*, Paidós, Barcelona, 2001.
- Millán, José Antonio, *Internet y el español*, Fundación Retevisión, Madrid, 2001.
- Siri, Laura, *Internet: búsquedas y buscadores*, Norma, Bogotá, 2000.
- Navarro Zamora, Lizy, *Los periódicos online*, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, San Luis Potosí, 2002.
- Rodotà, Stefano, *Tecnopolítica. La democracia y las nuevas tecnologías de la comunicación*, Losada, Buenos Aires, 1999.
- Zaragoza Orozco, Claudia, *El impacto de las nuevas tecnologías de información y comunicación en el trabajo de los reporteros de prensa del Distrito Federal. Tesis de la Maestría en Comunicación del Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM*, UNAM, México, 2002.
- Canga Larequi, Jesús et al., *Diarios digitales. Apuntes sobre un nuevo medio*, Universidad del País Vasco, Bilbao, 1999.
- Islas, Octavio et al., *Explorando el ciberperiodismo iberoamericano*, CECSA y Tecnológico de Monterrey, México, 2002.
- Maldonado Reynoso Norma Patricia (coord.), *Horizontes comunicativos en México*, México, AMIC, 2002.
- Trejo Delarbre, Raúl, *Lengua y periodismo en el kiosco electrónico*, Sala de Prensa Vol. 1, <http://www.saladeprensa.org/art09.htm>, 1998.
- Trejo Delarbre, Raúl, *Internet es el futuro*, Telos No. 51, <http://www.campusred.net/telos>, 2002.

**Bibliografía Complementaria:**

- Hart, Anne, *Cyberscribes. 1 The new journalists*, Ellypsis Publications, San Diego, 1997.
- Jones, Steve, *Doing Internet Research. Critical Issues and Methods for Examining the Net*, Sage Publications, California, 1999.
- O'Donnell, James, *Avatares de la palabra. Del papiro al ciberespacio*, Paidós, Barcelona, 2000.
- Swiss, Thomas, *UNSPUN. Key Concepts for Understanding the World Wide Web*, New York University Press, Nueva York, 2000.
- Crovi Druetta, Delia et al., *Periodismo digital en México*, UNAM, México, 2007.
- Bakardjieva, María, *The Internet in everyday life Revista New Media & Society*, Londres, 1 Vol. 3, 2001, 67 - 83.
- Maldonado Reynoso, Norma, *Investigación de la comunicación. México en los albores del siglo XXI*, México, AMIC, 2003.

**Sugerencias didácticas:**

Exposición oral	(X)
Exposición audiovisual	(X)
Ejercicios dentro de clase	( )
Ejercicios fuera del aula	( )
Seminarios	(X)
Lecturas obligatorias	(X)
Trabajo de Investigación	( )
Prácticas de taller o laboratorio	( )
Prácticas de campo	( )
Otros:	

**Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:**

Exámenes Parciales	( )
Examen final escrito	( )
Trabajos y tareas fuera del aula	( )
Exposición de seminarios por los alumnos	( )
Participación en clase	(X)
Asistencia	(X)
Seminario	(X)
Otras:	

**Línea de investigación:**

Las que emanan del campo de conocimiento Comunicación y Cultura, y principalmente:  
-Estudios sobre Periodismo.  
-Estudios de Audiencia, Recepción e Interpretación.

**Perfil profesional:**

Maestría o Doctorado en Comunicación.

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Semiótica de la Comunicación y la Cultura			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación y Cultura	<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	4
<b>Modalidad:</b> Curso	<b>Duración del programa:</b> Semestral		

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Ninguna
<b>Objetivo general:</b> -Comprender los diferentes enfoques teóricos para interpretar la comunicación y la cultura desde la perspectiva de la enunciación de los discursos para poder utilizar estas orientaciones teóricas en el análisis de los procesos vivos de la comunicación y la enunciación de discursos, particularmente en sus investigaciones de tesis.
<b>Objetivos específicos:</b> -Llevar a cabo una reconstrucción histórica, crítica de las vertientes interpretativas del discurso. -Comprender los fundamentos de los enfoques hermenéuticos contemporáneos y utilizarlos en el análisis del discurso. -Comprender los problemas teóricos y prácticos que suscita el estudio vivo de la comunicación, a partir de comprender los distintos enfoques teóricos de la antropología lingüística y la etnografía de la comunicación. -Confrontar las orientaciones teóricas de la hermenéutica y la semiótica.

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		Teóricas	Prácticas
1	Reconstrucción histórica, crítica de las vertientes interpretativas del discurso	16	0
2	Los fundamentos de los enfoques hermenéuticos contemporáneos	16	0
3	Enfoques teóricos de la antropología lingüística y la etnografía de la comunicación	16	0
4	Hermenéutica y semiótica	16	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

<b>Unidad</b>	<b>Tema y Subtemas</b>
<b>1</b>	Reconstrucción histórica, crítica de las vertientes interpretativas del discurso 1.1 Clásicos de la Antigüedad y la Edad Media 1.2 Reforma, humanismo e ilustración 1.3 Romanticismo 1.4 Positivismo 1.5 Historicismo 1.6 Nietzsche 1.7 Enfoques contemporáneos: fenomenológico, ontológico y epistemológico
<b>2</b>	Los fundamentos de los enfoques hermenéuticos contemporáneos 2.1 Gadamer 2.2 Ricoeur
<b>3</b>	Enfoques teóricos de la antropología lingüística y la etnografía de la comunicación 3.1 Cardona 3.2 Hymes 3.3 Folley 3.4 Durante

4	Hermenéutica y semiótica 4.1 Confrontación entre enfoques estructuralistas, historicistas y epistemologías de la acción
---	--

**Bibliografía Básica:**

- Gimete Welsh, Adrián, *Del signo al discurso*, UAM-Miguel Ángel Porrúa, México, 2005.
- Duranti, Alessandro, *Linguistic Anthropology*, Universidad de Cambridge, Cambridge, 2001.
- Geertz, Clifford, *La interpretación de las culturas*, Gedisa, España, 1991.
- Escobar Villegas, Juan Camilo, *Lo imaginario, entre las ciencias sociales y la historia*, Universidad Eafit, España, 2000.
- Gadamer, Hans George, *Verdad y método*, Ediciones Sígueme, España, 2000.
- Durand, Gilbert, *Lo imaginario*, Ediciones del Bronce, España, 2000.
- Cardona, Giorgio Raimondo, *Los lenguajes del saber*, Gedisa, España, 1994.
- Thompson, John B., *Ideología y la cultura moderna*, UAM, México, 1998.
- Ferraris, Maurizio, *Historia de la hermenéutica*, Siglo XXI, México, 2002.
- Ricoeur, Paul, *Teoría de la interpretación*, Siglo XXI/UIA, México, 2003.
- Ricoeur, Paul, *Historia y narratividad*, Paidós, Barcelona, 1999.
- Ricoeur, Paul, *Tiempo y narración I*, Siglo XXI, México, 1995.
- Foley, William, *Anthropological Linguistics: An Introduction*, Blackwell Publishing, Oxford, 1997.
- Levi Strauss, Claude, *Antropología estructural*, Siglo XXI, México, 2001.

**Bibliografía Complementaria:**

- Eagleton, Terry, *La idea de cultura*, Paidós, España, 2001.
- Benjamin, Walter, *Discursos interrumpidos I*, Taurus, Buenos Aires, 1973.
- Adorno, Theodor, *Dialéctica del iluminismo*, Sudamericana, Buenos Aires, 1987.
- Erwin, Panofsky, *El significado en las artes visuales*, Alianza, México, 2007.
- Kubler, George, *The Shape of Time*, Yale University Press, Massachussets, 1986.

**Sugerencias didácticas:**

Exposición oral	(X)
Exposición audiovisual	()
Ejercicios dentro de clase	()
Ejercicios fuera del aula	()
Seminarios	(X)
Lecturas obligatorias	()
Trabajo de Investigación	()
Prácticas de taller o laboratorio	()
Prácticas de campo	()
Otros:	

**Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:**

Exámenes Parciales	()
Examen final escrito	(X)
Trabajos y tareas fuera del aula	()
Exposición de seminarios por los alumnos	(X)
Participación en clase	(X)
Asistencia	(X)
Seminario	(X)
Otras:	

**Línea de investigación:**

Todas las que emanan del campo de conocimiento Comunicación y Cultura.

**Perfil profesional:**

Maestría o Doctorado en Comunicación.

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Desarrollo Científico-Tecnológico y su Impacto Social (Siglos XIX y XX)			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación e Innovaciones Tecnológicas	<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	4
<b>Modalidad:</b> Curso	<b>Duración del programa:</b> Semestral		

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Ninguna
<b>Objetivo general:</b> -Discutir los conocimientos teóricos y metodológicos acumulados desde los trabajos de Ciencia, Tecnología y Sociedad (CTS), así como desde la teoría y práctica del desarrollo tecnológico.
<b>Objetivos específicos:</b> -Hacer una revisión de la literatura de tres de los esquemas explicativos de mayor relevancia: -Entender la forma en que las nuevas tecnologías están permeando en espacios específicos, desde la perspectiva de los estudios de Ciencia, Tecnología y Sociedad. -Plantear al constructivismo como una propuesta de análisis que explica el surgimiento y evolución de los nuevos sistemas tecnológicos. -Analizar experiencias sociales de uso y apropiación de las Tecnologías de Información y Comunicación, desde la teoría y práctica de distintas ciencias sociales como la antropología, la sociología y la comunicación.

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Estudios de Ciencia, Tecnología y Sociedad	20	0
2	Constructivismo tecnológico	20	0
3	Experiencias sociales en el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC)	24	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

Unidad	Tema y Subtemas
1	Estudios de Ciencia, Tecnología y Sociedad 1.1 Introducción a los estudios de Ciencia, Tecnología y Sociedad 1.2 Los procesos sociales de generación tecnológica 1.3 El impacto social de la ciencia y la tecnología 1.4 El desarrollo de estudios de Ciencia, Tecnología y Sociedad en América Latina
2	Constructivismo tecnológico 2.1 Introducción al constructivismo tecnológico 2.2 Las redes socio-técnicas 2.3 Teoría del Actor-Red 2.4 Interacciones sociedad – desarrollo tecnológico
3	Experiencias sociales en el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) 3.1 Introducción de las Tecnologías de la Información y Comunicación en las bibliotecas públicas y en los cibercafés en México: un análisis comparativo 3.2 El uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación por los jóvenes 3.3 El uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación en los entornos rurales

<b>Bibliografía Básica:</b>
-----------------------------

- Santos, María Josefa (coord.), *Perspectivas y desafíos de la educación, ciencia y tecnología*, IIS-UNAM, México, 2003.
- Cutcliffe, Stephen, *Ideas, máquinas y valores; los estudios de ciencia, tecnología y sociedad*, Anthropos-UAM, México, 2003.
- Santos, María Josefa (coord.), *Innovación tecnológica y procesos culturales. Nuevas perspectivas teóricas*, FCE-UNAM, México, 1997.
- Díaz, Rodrigo y Lee, Martha, *Prospectiva social y revolución científico-tecnológica*, Campos y Varela Editores-UNAM-UAM, México, 1992.
- Mackay, Hughie y Reynolds, Paul, *Investigating the information society*, Routledge Open University, Reino Unido, 2001.

**Bibliografía Complementaria:**

- Reygadas, Luis, *Política y cultura*, UAM Xochimilco, México, 2004.
- Bonilla, Marcelo, *Impactos Sociales de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en Latinoamérica y el Caribe*, FLACSO-ICDR, Ecuador, 2001.
- Márquez, María Teresa, *Ingenieros rancheros: Elección cultural y estilo tecnológico*, UAM Iztapalapa-UIA-Plaza y Valdés, México, 2007.

**Sugerencias didácticas:**

Exposición oral	(X)
Exposición audiovisual	(X)
Ejercicios dentro de clase	(X)
Ejercicios fuera del aula	(X)
Seminarios	( )
Lecturas obligatorias	(X)
Trabajo de Investigación	(X)
Prácticas de taller o laboratorio	(X)
Prácticas de campo	( )
Otros:	

**Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:**

Exámenes Parciales	( )
Examen final escrito	( )
Trabajos y tareas fuera del aula	(X)
Exposición de seminarios por los alumnos	(X)
Participación en clase	(X)
Asistencia	( )
Seminario	( )
Otras:	

**Línea de investigación:**

Las que emanan del campo de conocimiento Comunicación e Innovaciones Tecnológicas.

**Perfil profesiográfico:**

Maestría o Doctorado en Comunicación.

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Pensamiento, Lenguaje y Sociedad			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación y Cultura	<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	4
<b>Modalidad:</b> Curso	<b>Duración del programa:</b> Semestral		

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Ninguna
<b>Objetivo general:</b> -Conocer los pensamientos e ideas que han moldeado a la sociedad respecto al uso del lenguaje, arte y procesos sociales.
<b>Objetivos específicos:</b> -Reflexionar sobre las teorías de la mente que abordan el tema del aprendizaje y el uso del lenguaje como una interacción socioverbal donde los procesos lingüísticos toman forma como lengua y se renuevan dando origen a nuevas maneras del habla. También se pensará en cómo el lenguaje es una herramienta para conocer y también un obstáculo para comunicarse. -La reflexión y la observación de los obstáculos y sobre el cómo el lenguaje es una herramienta cognitiva es una fuente de líneas de investigación que son útiles para la educación, la publicidad y la propaganda.

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	El lenguaje como convención social	21	0
2	La mente como el proceso creativo del lenguaje	22	0
3	Pensamiento y lenguaje	21	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

Unidad	Tema y Subtemas
1	El lenguaje como convención social 1.1 La perspectiva de Ferdinand de Saussure 1.2 La perspectiva de Émile Benveniste 1.3 Pierre Bordieu y el mercado lingüístico 1.4 La escuela dialógica de Mijail Bajtín 1.5 Los actos del lenguaje según Oswald Ducrot
2	La mente como el proceso creativo del lenguaje 2.1 La escuela cognitivista francesa: Jean Piaget 2.2 La escuela cognitivista anglosajona: Noam Chomsky 2.3 La escuela cibernética de Gregory Bateson 2.4 El conexionismo o el habla como proceso emergente de redes neuronales 2.5 El constructivismo radical de Heinz Von Foerster: el lenguaje como condicionante cognitivo 2.6 Corporeizar el habla: la enacción de Francisco Varela
3	Pensamiento y lenguaje. 3.1 Las raíces genéticas del pensamiento y el habla según Vogotsky 3.2 Los sustratos anatómicos de las culturas y las lenguas según F. Rastier 3.3 Realidad mental y mundos posibles: correspondencias entre Jerome Bruner y Nelson Goodman 3.4 Emoción y lenguaje. una nueva ola en las ciencias cognitivas 3.5 La estética del lenguaje cotidiano según Katia Mandoki

**Bibliografía Básica:**

- Benveniste, Émile, *Problemas de lingüística general I y II*, Siglo XXI, México, 1979.
- Bojac Acosta, Jorge, *Sociedad global, ciencia social y lenguaje*, Logos, Colombia, 2006.
- Calsamiglia Blancafort, Helena, *Las cosas del decir. Manual del análisis del discurso*, 2ª. Edición, Ariel, Barcelona, 2007.
- Chomsky, Noam, *Los problemas del lenguaje y el conocimiento*, Visor, Madrid, 1984.
- Fernández Christlieb, Pablo, *La sociedad mental*, Anthropos, México, 2004.
- Goodman, Nelson, *Maneras de hacer mundos*, Visor, Madrid, 1989.
- Mandoki, Katia, *Prosaica. Una introducción a la estética de lo cotidiano*, Grijalbo, México, 1994.
- Piaget, Jean, *Seis estudios de psicología*, Planeta, México, 1996.
- Rastier, Francois, *Semantique et recherches cognitives*, PUF, París, 1991.
- Saussure, Ferdinand de, *Curso de lingüística general*, Nuevomar, México, 1996.
- Vigotsky, Lev, *Pensamiento y lenguaje*, Paidós, Barcelona, 1995.
- Bajtin, Mijail, *Estética de la creación verbal*, Siglo XXI, México, 1997.
- Bordieu, Pierre, *Sociología y cultura*, CNCA, México, 1990.
- Schnitman, Fried, *Nuevos paradigmas. Cultura y subjetividad*, Paidós, México, 1995.
- Carett, Edward, *Handbook of perception and cognition*, Stanford Academic Press, EUA, 1999.
- Varela, Francisco et al., *De cuerpo presente. Las ciencias cognitivas y la experiencia humana*, Gedisa, Barcelona, 1992.

**Bibliografía Complementaria:**

- Calabrese, Omar, *La era neobarroca*, Cátedra, Madrid, 1989.
- Ducrot, Oswald, *El decir y lo dicho*, Paidós, Barcelona, 1986.
- Cabrera, Miguel Ángel, *Historia, lenguaje y teoría de la sociedad*, Universidad de Valencia, España, 2001.
- Varela, Francisco, *Conocer*, Gedisa, Barcelona, 1995.
- Bruner, Jerome, *Realidad mental y mundos posibles*, Gedisa, Barcelona, 1992.

**Sugerencias didácticas:**

Exposición oral	(X)
Exposición audiovisual	( )
Ejercicios dentro de clase	(X)
Ejercicios fuera del aula	( )
Seminarios	( )
Lecturas obligatorias	(X)
Trabajo de Investigación	(X)
Prácticas de taller o laboratorio	( )
Prácticas de campo	( )
Otros:	

**Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:**

Exámenes Parciales	( )
Examen final escrito	(X)
Trabajos y tareas fuera del aula	( )
Exposición de seminarios por los alumnos	( )
Participación en clase	(X)
Asistencia	( )
Seminario	( )
Otras:	

**Línea de investigación:**

Las que emanan del campo de conocimiento Comunicación y Cultura y más específicamente:  
 -Comunicación y Sociedad.  
 -Arte y comunicación.

**Perfil profesiográfico:**

Maestría o Doctorado en Comunicación.

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Política Simbólica y Mercadotecnia Política				
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación Política y Opinión Pública		<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>	<b>Horas al Semestre</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	4	64
<b>Modalidad:</b> Curso		<b>Duración del programa:</b> Semestral		

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Ninguna
<b>Objetivo general:</b> -Comprender el concepto y la aplicación de la mercadotecnia política como herramienta de comunicación persuasiva así como los elementos centrales para una optima valoración, utilización y/o crítica de la misma.
<b>Objetivos específicos:</b> -Conocer las características de la mercadotecnia política como concepto y su aplicación practica. -Comprender su lugar dentro de la campana político electoral y su relación con la propaganda. -Analizar las herramientas persuasivas que emplea, su metodología así como sus alcances y limitaciones en el electorado. -Comprender el contexto sociopolítico en que surge en México y su utilización a partir de ello.

<b>Índice Temático</b>			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Dimensión simbólica de la política	12	0
2	Mercadotecnia política	12	0
3	Mercado y segmentación	12	0
4	La importancia de la imagen	14	0
5	La mercadotecnia político-electoral como consulta pública	14	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

Unidad	Tema y Subtemas
1	Dimensión simbólica de la política 1.1 Mediatización del espacio público 1.2 La visibilidad y el espacio público 1.3 Escenarios de la comunicación política
2	Mercadotecnia política 2.1 Concepto y metodología 2.2 Lugar en la campaña político electoral
3	Mercado y segmentación 3.1 Segmentación de mercados 3.2 Investigación de mercados 3.3 Comportamiento del consumidor-ciudadano
4	La importancia de la imagen 4.1 Los conceptos de la imagen 4.2 La percepción 4.3 La opinión
5	La mercadotecnia político-electoral como consulta pública 5.1 Las encuestas

	5.2 La medición de la opinión pública 5.3 Limitaciones de la mercadotecnia política
--	--

**Bibliografía Básica:**

- García Calderón, Carola, *Medios de comunicación y campañas electorales (1988-2000)*, Plaza y Valdés, México, 2006.
- Gómez Castellanos, Rodolfo Martín, *Mercadotecnia política. Uso y abuso en los procesos electorales*, Universidad Autónoma de Baja California, Baja California, 2006.
- González Molina, Gabriel, *Cómo ganar las elecciones. Estrategias de comunicación para candidatos y partidos*, Cal y Arena, México, 2000.
- Herrán, Eric, *Filosofía política contemporánea*, UNAM, México, 2004.
- Montero Lozano, Francisco, *Los mercenarios de la imagen. Mercadotecnia vs. Democracia*, Siglo XXI, México, 2006.
- Thompson, John B., *Ideología y Cultura Moderna*, UAM Xochimilco, México, 1998.
- Vergara Figueroa, Abilio, *El resplandor de la sombra: Imaginación política, producción simbólica, humor y vidas macropoliticas*, Ediciones Navarra, España, 2006.
- Falkowski, Andrzej, *Handbook of political marketing*, SAGE, California, 1999.
- Muñoz Alonso, Alejandro y Rospir, Juan Ignacio, *Democracia mediática y campañas electorales*, Ariel, Barcelona, 1999.
- Escudero, Lucrecia y García Rubio, Claudia, *Democracias de opinión: Medios y comunicación política en las elecciones mexicanas 2006*, La crujía, México, 2007.

**Bibliografía Complementaria:**

- Moreno, Alejandro, *El votante mexicano, Democracia, actitudes políticas y conducta electoral*, Fondo de Cultura Económica, México, 2003.
- Valdez Zepeda, Andrés, *El ABC de la mercadotecnia política*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 2002.
- Aceves González, Francisco, *Comunicación y sociedad*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1993.
- Trejo Delarbre, Raúl, *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión y elecciones*, Cal y Arena, México, 2001.

**Sugerencias didácticas:**

Exposición oral	(X)
Exposición audiovisual	(X)
Ejercicios dentro de clase	(X)
Ejercicios fuera del aula	()
Seminarios	()
Lecturas obligatorias	(X)
Trabajo de Investigación	(X)
Prácticas de taller o laboratorio	()
Prácticas de campo	()
Otros:	

**Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:**

Exámenes Parciales	()
Examen final escrito	()
Trabajos y tareas fuera del aula	(X)
Exposición de seminarios por los alumnos	(X)
Participación en clase	(X)
Asistencia	(X)
Seminario	()
Otras:	

**Línea de investigación:**

- Las que emanan del campo de conocimiento Comunicación Política y Opinión Pública, y principalmente:
- Comunicación, Opinión Pública y Cultura Política.
  - Comunicación Política y Propaganda.

**Perfil profesiográfico:**

Maestría o Doctorado en Comunicación.

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Comunicación Política				
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación Política y Opinión Pública		<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>	<b>Horas al Semestre</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	4	64
<b>Modalidad:</b> Curso		<b>Duración del programa:</b> Semestral		

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Ninguna
<b>Objetivo general:</b> -Analizar los procesos recientes de la política en México y sus relaciones con otros países en cuanto a la conformación comunicativa de los actores sociales. De igual manera, revisar las principales teorías comunicativas que explican el quehacer político en el diario acontecer.
<b>Objetivos específicos:</b> -Identificar las estrategias de comunicación política en México y el mundo. -Observar los procedimientos recientes en la implementación de estrategias de comunicación política. -Analizar aspectos de las campañas políticas recientes en México y Estados Unidos. -Revisar la participación de los medios de comunicación en la política y examinar sus principales denominadores.

<b>Índice Temático</b>			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Comunicación y sistema político	12	0
2	Los procesos	12	0
3	Las campañas	14	0
4	Medios de comunicación, partidos políticos y marketing	14	0
5	Construcción de imágenes de la política	12	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

Unidad	Tema y Subtemas
1	Comunicación y sistema político 1.1 El poder político y la comunicación política: aspectos conceptuales, teóricos y metodológicos 1.2 El sistema político como un sistema diferenciado dentro de la sociedad. Sistema político, código y programas. La construcción del mensaje político 1.3 La comunicación política y la comunicación acerca de la política: discursos, comunicados, reclamaciones, propaganda, noticias, boletines, etc. 1.4 Diferenciación entre ambos tipos de comunicación a partir de la comparación de materiales documentales de uno y otro tipo 1.5 El sistema político no sólo implica poder. Análisis de sus debilidades y los factores que las causan 1.6 La confusión de códigos y programas políticos con otros códigos y programas 1.7 La tergiversación de la política
2	Los procesos 2.1 La relación de dependencia con los medios de comunicación: los presidentes de México desde José López Portillo a la fecha 2.2 La videopolítica, el escándalo y la ridiculización en el gobierno de Vicente Fox 2.3 Las presidencias de George W. Bush, entre la ridiculización política y la guerra contra el terrorismo 2.4 La percepción de la política y los políticos desde otros sistemas de la sociedad. Percepción ciudadana. Ciudadanos, votantes, públicos y audiencias: ¿son o no son lo mismo?
3	Las campañas

	<p>3.1 Las campañas temporales y las campañas permanentes. El uso político de Internet</p> <p>3.2 Los manejos de la comunicación política en las campañas</p> <p>3.3 Irritaciones y creación de estructuras: oficinas de prensa. ¿Por qué se hacen boletines de prensa y por qué se conceden entrevistas? ¿Por qué se busca controlar la información?</p> <p>3.4 Las campañas políticas a corto, largo y mediano plazo, y su presentación en los medios masivos. Los usos de la ley</p>
4	<p>Medios de comunicación, partidos políticos y marketing</p> <p>4.1 Medios de comunicación masiva y comunicación política: las diferentes visiones y responsabilidades del periodista y del político</p> <p>4.2 La competencia discursiva entre el gobierno y los partidos de oposición, y la forma en que los proyectan en los medios e Internet</p> <p>4.3 Movimientos sociales de protesta: la habilidad negociadora de los gobiernos puesta a prueba. Tipos de negociación</p> <p>4.4 El manejo político de las estadísticas y el uso de las encuestas: ¿información o manipulación?</p> <p>4.5 La dependencia de la comunicación política de las técnicas del marketing</p>
5	<p>Construcción de imágenes de la política</p> <p>5.1 La gran arena: el enfrentamiento con los otros sistemas de la sociedad. La confusión de intereses personales, de grupo, las presiones del sistema económico, de la iglesia católica, etc., ante la política y sus consecuencias (para la política en general y para la democracia en particular)</p> <p>5.2 La construcción de la imagen del mundo en el sistema político y su dependencia de otros centros de poder (países del Primer Mundo, empresas transnacionales, políticas internacionales y tendencias emergentes)</p> <p>5.3 La proyección de imágenes de la política a través de los medios de comunicación y su elaboración posterior por parte de públicos y audiencias. Líderes de opinión. Consecuencias políticas</p> <p>5.4 La construcción de imagen de los funcionarios de gobierno y de los líderes partidarios. Marketing político, propaganda y comunicación: alcances y limitaciones</p> <p>5.5 Sondeos, encuestas, grupos de enfoque y otras técnicas que permiten conocer el impacto social de la comunicación política y que ofrecen a la política la posibilidad de orientar su discurso y aumentar sus posibilidades de impacto social</p>

#### Bibliografía Básica:

- Maarek, Philippe, *Marketing político y comunicación*, Paidós, Barcelona, 1997.
- Molina y Vedia, Silvia, *La comunicación política desde el horizonte de la identidad y la tolerancia*, UNAM, México, 2002.
- Pérez García, David, *Técnicas de comunicación política*, Tecnos, Madrid, 2003.
- Thompson, John, B, *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*, Paidós, Barcelona, 2001.
- Aguilar García, Elías y Sánchez Galicia, Javier, *La comunicación política en el México contemporáneo*, LunArena, México, 2003.
- Estrella, Marisol y Bacchetta, Víctor, *Aprender del cambio: temas y experiencias en seguimiento y evaluación participativa*, Plaza y Valdés, México, 2003.
- Trent, Judith y Friedenber, Robert, *Political Communication Campaigns. Principles and Practices*, Praeger Series in Political Communication, Connecticut, 2000.
- Deusdad, Blanca, El concepto de liderazgo político carismático: populismo e identidades *Revista Opción*, México, 41, 2003, 9 - 35.
- Fara, Carlos, Comunicación política en América Latina: tendencias, factores y problemas prácticos *Revista Diálogo Político*, México, 1, 2004, 79 - 99.
- Sunkel, Guillermo, Campos de investigación y políticas de comunicación: abandonos y complacencias *Revista Diálogos de la Comunicación*, México, 68, 2003, 67 - 76.

#### Bibliografía Complementaria:

- Lee Kaid, Lynda, *Handbook of Political Communication Research*, Lawrence Erlbaum, Nueva Jersey, 2004.
- North Roberts, Robert y Hammond, Scott, *Encyclopedia of Presidential Campaigns, Slogans, Issues, and Platforms*, Greenwood Press, Connecticut, 2004.

<b>Sugerencias didácticas:</b>		<b>Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:</b>	
Exposición oral	(X)	Exámenes Parciales	( )
Exposición audiovisual	(X)	Examen final escrito	( )
Ejercicios dentro de clase	(X)	Trabajos y tareas fuera del aula	(X)
Ejercicios fuera del aula	(X)	Exposición de seminarios por los alumnos	(X)
Seminarios	( )	Participación en clase	(X)
Lecturas obligatorias	(X)	Asistencia	(X)
Trabajo de Investigación	(X)	Seminario	(X)
Prácticas de taller o laboratorio	(X)	Otras:	
Prácticas de campo	( )		
Otros:			

<b>Línea de investigación:</b> Todas las que emanan del campo de conocimiento Comunicación Política y Opinión Pública.	
<b>Perfil profesiográfico:</b> Maestría o Doctorado en Comunicación.	

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Comunicación y Cultura Política				
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación Política y Opinión Pública		<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>	<b>Horas al Semestre</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	4	64
<b>Modalidad:</b> Curso		<b>Duración del programa:</b> Semestral		

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Ninguna
<b>Objetivo general:</b> -Conocer las características fundamentales de la comunicación política y su incidencia en la cultura política, en el caso particular de México; por tanto en este seminario se revisarán algunos de los principales fundamentos de la comunicación política y los enfoques actuales que permitirán el análisis de la cultura política en el entorno del sistema político mexicano.
<b>Objetivos específicos:</b> -Conocer los enfoques actuales de la comunicación política. -Conocer las características de la comunicación en el contexto nacional y ante los fenómenos globales. -Conocer la relación entre la comunicación, la cultura política y la vida cotidiana.

<b>Índice Temático</b>			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	La comunicación política	14	0
2	Medios de comunicación, cultura y vida cotidiana	12	0
3	El papel de los medios de comunicación en la vida política	12	0
4	Medios de comunicación y comportamiento político	14	0
5	Comunicación y cultura política en el plano nacional	12	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

Unidad	Tema y Subtemas
1	La comunicación política 1.1 El concepto de comunicación política 1.2 El campo de estudio de la comunicación política 1.3 Los territorios y las arenas de la comunicación política
2	Medios de comunicación, cultura y vida cotidiana 2.1 La vida cotidiana en la sociedad contemporánea 2.2 El entretenimiento a domicilio 2.3 Televisión y vida cotidiana
3	El papel de los medios de comunicación en la vida política 3.1 Las características de los medios y la comunicación política 3.2 Los medios electrónicos y los nuevos medios 3.3 De qué manera contribuyen los medios a la democracia
4	Medios de comunicación y comportamiento político 4.1 Democracia y participación política 4.2 Mediocracia, videocracia o teleocracia
5	Comunicación y cultura política en el plano nacional

	5.1 Prácticas políticas y comportamiento mediático 5.2 Actores políticos, estrategias y sociedad
--	---

<b>Bibliografía Básica:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Colombo, Furio, <i>Últimas noticias sobre el periodismo</i>, Anagrama, Barcelona, 1997.</li> <li>- Mellucci, Alberto, <i>Acción colectiva, vida cotidiana y democracia</i>, El Colegio de México, México, 1999.</li> <li>- Mouchon, Jean, <i>Política y medios. Los poderes bajo influencia</i>, Gedisa, Barcelona, 1999.</li> <li>- Thompson, John B., <i>Los media y la modernidad</i>, Paidós, México, 1998.</li> <li>- Wolton, Dominique, <i>Salvemos la comunicación. Aldea global y cultura. Una defensa de los valores democráticos y la cohabitación mundial</i>, Gedisa, Madrid, 2006.</li> <li>- Canel, María José, <i>Comunicación política y estrategias para la sociedad de la información</i>, Tecnos, Madrid, 1999.</li> <li>- Monzón, Cándido, <i>Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público</i>, Tecnos, Madrid, 2000.</li> <li>- Berrocal, Salomé (coord.), <i>Comunicación política en televisión y nuevos medios</i>, Ariel Comunicación, Barcelona, 2003.</li> <li>- Gauthier, Gilles et al., <i>Comunicación y política</i>, Gedisa, Barcelona, 1998.</li> </ul>
<b>Bibliografía Complementaria:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contreras, José Miguel, <i>Vida política y televisión</i>, Espasa Calpe, Madrid, 1990.</li> <li>- Debord, Guy, <i>La sociedad del espectáculo</i>, Pre-textos, Barcelona, 2002.</li> <li>- Lipovetsky, Gilles, <i>La era del vacío</i>, Anagrama, Barcelona, 1994.</li> <li>- Silverstone, Roger, <i>¿Por qué estudiar los medios?</i>, Amorrortu, Buenos Aires, 2004.</li> </ul>

<b>Sugerencias didácticas:</b> Exposición oral (X) Exposición audiovisual ( ) Ejercicios dentro de clase ( ) Ejercicios fuera del aula ( ) Seminarios (X) Lecturas obligatorias (X) Trabajo de Investigación (X) Prácticas de taller o laboratorio ( ) Prácticas de campo ( ) Otros:	<b>Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:</b> Exámenes Parciales ( ) Examen final escrito ( ) Trabajos y tareas fuera del aula ( ) Exposición de seminarios por los alumnos (X) Participación en clase (X) Asistencia (X) Seminario (X) Otras:
<b>Línea de investigación:</b>	
Las que emanan del campo de conocimiento Comunicación Política y Opinión Pública, y principalmente: -Comunicación, Opinión Pública y Cultura Política.	
<b>Perfil profesiográfico:</b>	
Maestría o Doctorado en Comunicación.	

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Comunicación, Espacio Público y Propaganda				
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación Política y Opinión Pública		<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>	<b>Horas al Semestre</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	4	64
<b>Modalidad:</b> Curso		<b>Duración del programa:</b> Semestral		

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Ninguna
<b>Objetivo general:</b> -Conocer las claves conceptuales de los conceptos de espacio público y propaganda como centrales en el proceso de comunicación mediatizada, prestando atención a las aplicaciones de la propaganda política en el espacio público.
<b>Objetivos específicos:</b> -Comprender los rasgos esenciales de los conceptos de espacio público y propaganda a fin de analizar su aplicación en la actualidad. -Conocer la relación que guardan los conceptos de espacio público y propaganda en la comunicación persuasiva. -Analizar la forma en que se diseñan las campañas político-electorales en México.

<b>Índice Temático</b>			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Espacio público y propaganda	12	0
2	La comunicación política	12	0
3	La publicidad política y el marketing	12	0
4	Comunicación, espacio público y propaganda	14	0
5	La propaganda político-electoral y su marco jurídico en México	14	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

Unidad	Tema y Subtemas
1	Espacio público y propaganda 1.1 El concepto de espacio público 1.2 El concepto de propaganda 1.3 El concepto de propaganda religiosa 1.4 El concepto de propaganda política. Modelos y formas de propaganda
2	La comunicación política 2.1 Enfoques, perspectivas y modelos de comunicación política 2.2 La comunicación política en México
3	La publicidad política y el marketing 3.1 Concepto de marketing político 3.2 Surgimiento del marketing político en México 3.3 Diferencia y similitud entre propaganda y publicidad política
4	Comunicación, espacio público y propaganda 4.1 Concepto de marketing político 4.2 Surgimiento de marketing político en México 4.3 Diferencia y similitud entre propaganda y publicidad política
5	La propaganda político-electoral y su marco jurídico en México

	5.1 El COFIPE (Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales) en materia de Comunicación 5.2 Análisis de la Reforma Electoral de 2007 y los medios 5.3 Implicaciones de la Reforma Electoral en la transición a la democracia en México
--	--

<b>Bibliografía Básica:</b>  - Domenach, Jean Marie, <i>La propaganda política</i> , Eudeba, Buenos Aires, 2005. - Habermas, Jurgen, <i>Historia y Crítica de la Opinión Pública, la transformación estructural de la vida pública</i> , Ediciones Gustavo Gili, España, 1994. - Maquiavelo, Nicolás, <i>El príncipe</i> , Alianza Editorial, Madrid, 1988. - Moreno, Alejandro, <i>El votante mexicano, Democracia, actitudes políticas y conducta electoral</i> , Fondo de Cultura Económica, México, 2003. - Orwell, George, <i>1984</i> , Época, México, 2005. - Price, Vincent, <i>La Opinión Pública</i> , Paidós, Barcelona, 1992. - Thompson, John B., <i>Ideología y Cultura Moderna</i> , Editado por la UAM Xochimilco, México, 1998. - Varios autores, <i>Democracia y medios de comunicación</i> , Instituto Electoral del Distrito Federal, México, 2004. - Ferry, Jean Marc et al., <i>El nuevo espacio público</i> , Gedisa, Barcelona, 1991. - Gauthier, Gilles et al., <i>Comunicación y política</i> , Gedisa, Barcelona, 1995. - Lazarsfeld, Paul et al., <i>The People's Choice, How the Voter makes up in his mind in a presidential campaign</i> , Columbia University Press, Nueva York, 1944. - Muñoz Alonso, Alejandro y Rospir, Juan Ignacio, <i>Comunicación política</i> , Universitas, México, 1995.
<b>Bibliografía Complementaria:</b>  - Thompson, John B., <i>Los media y la modernidad</i> , Paidós, Barcelona, 1998. - Thompson, John B., <i>El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación</i> , Paidós, México, 2001. - Yankelovich, Daniel, <i>Para alcanzar un criterio público</i> , Publigraphics, México, 1995. - Zaller, John R., <i>Nature and Origins of Public Opinion</i> , Cambridge University Press, Cambridge, 1992. - Adler, Ilya, La lectura del poder, la crítica de la prensa en la clase política <i>Revista Mexicana de Comunicación</i> , México, 31, 1993, 23 - 29.

<b>Sugerencias didácticas:</b> Exposición oral (X) Exposición audiovisual (X) Ejercicios dentro de clase (X) Ejercicios fuera del aula ( ) Seminarios (X) Lecturas obligatorias (X) Trabajo de Investigación ( ) Prácticas de taller o laboratorio ( ) Prácticas de campo ( ) Otros:	<b>Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:</b> Exámenes Parciales ( ) Examen final escrito (X) Trabajos y tareas fuera del aula (X) Exposición de seminarios por los alumnos (X) Participación en clase (X) Asistencia (X) Seminario (X) Otras:
<b>Línea de investigación:</b> Las que emanan del campo de conocimiento Comunicación Política y Opinión Pública, y principalmente: -Comunicación Política y Propaganda.	
<b>Perfil profesiográfico:</b> Maestría o Doctorado en Comunicación.	



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**PROGRAMA DE POSGRADO**  
**POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**  
**Maestría en Comunicación**  
**Programa de actividad académica**



<b>Denominación:</b> Economía Política de la Comunicación				
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación Política y Opinión Pública		<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>	<b>Horas al Semestre</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	4	64
<b>Modalidad:</b> Curso		<b>Duración del programa:</b> Semestral		

**Seriación:** Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )

**Actividad académica antecedente:** Ninguna

**Actividad académica subsecuente:** Ninguna

**Objetivo general:**  
-Analizar las transformaciones de las industrias culturales a nivel mundial, tanto desde su estructura política como económica.

**Objetivos específicos:**  
-Analizar los presupuestos teóricos de la economía política de la comunicación.  
-Problematizar el desarrollo histórico de los paradigmas de las políticas de comunicación.  
-Establecer el papel de las grandes transnacionales de la comunicación y los debates sobre los productos culturales en los organismos internacionales como la UNESCO y la Organización Mundial de Comercio (OMC), así como al interior de los tratados regionales (Unión Europea, MERCOSUR y TLCAN).

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		Teóricas	Prácticas
1	Planteamientos teóricos y desarrollo de la economía política de las comunicaciones	16	0
2	Estudio de los paradigmas de las políticas de comunicación	16	0
3	Profundización en los conceptos: industrias culturales, industrias creativas, industrias audiovisuales, productos culturales, políticas de comunicación y cultura	16	0
4	Economía de los medios de comunicación	16	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

**Contenido Temático**

<b>Unidad</b>	<b>Tema y Subtemas</b>
1	Planteamientos teóricos y desarrollo de la economía política de las comunicaciones 1.1 Teoría y metodología de la Economía Política de la Comunicación 1.2 La escuela británica 1.3 La escuela norteamericana 1.4 La escuela europea continental 1.5 La escuela latinoamericana
2	Estudio de los paradigmas de las políticas de comunicación 2.1 Estudio y análisis de las políticas de comunicación y cultura 2.2 Estudios comparados de políticas públicas de comunicación y cultura en el ámbito internacional 2.3 TLCAN, Unión Europea, MERCOSUR, OMC y UNESCO
3	Profundización en los conceptos: industrias culturales, industrias creativas, industrias audiovisuales, productos culturales, políticas de comunicación y cultura 3.1 Desarrollo de categorías y conceptos analíticos de la Economía Política de la Comunicación 3.2 Industrias culturales, industrias creativas, productos culturales, estructuración, mercantilización y especialización
4	Economía de los medios de comunicación

	4.1 Concentración 4.2 Oligopolios 4.3 Competencia 4.4 Planeación estratégica de la cadena de valor
--	---

**Bibliografía Básica:**

- Bustamante, Enrique, *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*, Gedisa, Barcelona, 2000.  
 - Mosco, Vincent, *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*, SAGE, Londres, 1996.  
 - Ferguson, Marjorie y Golding, Peter, *Economía política y estudios culturales*, José María Bosch, Barcelona, 1998.  
 - Miller, Toby y Yudice, George, *Política Cultural*, Gedisa, Barcelona, 2004.  
 - Guilenburg, Jan Van y McQuail, Dennis, Media Policy Paradigm Shifts. Towards a New Communication Policy Paradigm *European Journal of Communication*, Londres, 18, 2003, 181 - 207.  
 - Frau Meigs, Divina, ¿Excepción cultural?, políticas nacionales y mundialización: factores de democratización y de promoción de lo contemporáneo *Quaderns del CAC*, Barcelona, 14, 2002.  
 - Freedman, David, Cultural policy-making in the free trade era: an evaluation of the impact of current world trade organization negotiations on audio-visual industries *International Journal of Cultural Policy*, Routledge, 9, 2003, 285 - 298.  
 - Galperin, Herman, Cultural industries policy in regional trade agreements: the case of NAFTA, the European Union and MERCOSUR *UNESCO*, E. U. A., 21, 1999, 627 - 648.  
 - García Canclini, Néstor, Políticas culturales en tiempos de globalización *Revista de Estudios Sociales, Fundación Social*, Bogotá, 5, 2000, 50 - 62.

**Bibliografía Complementaria:**

- Garnham, Nicholas, *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*, SAGE, Londres, 1990.  
 - Barbero, Juan Manuel, *¿A qué se puede llamar hoy televisión pública?*, Telos, Madrid, 2002.  
 - Mastrini, Guillermo, *Globalización y monopolios en la comunicación en América Latina*, Biblos, Buenos Aires, 1999.  
 - Sánchez Ruiz, Enrique, Globalización y convergencia: retos para las industrias culturales latinoamericanas *Dossier Medio siglo de la televisión en México*, *Revista Universidad de Guadalajara*, Guadalajara, 20, 2000, 38 - 53.

<b>Sugerencias didácticas:</b>		<b>Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:</b>	
Exposición oral	(X)	Exámenes Parciales	( )
Exposición audiovisual	(X)	Examen final escrito	( )
Ejercicios dentro de clase	( )	Trabajos y tareas fuera del aula	(X)
Ejercicios fuera del aula	( )	Exposición de seminarios por los alumnos	(X)
Seminarios	(X)	Participación en clase	(X)
Lecturas obligatorias	(X)	Asistencia	(X)
Trabajo de Investigación	(X)	Seminario	( )
Prácticas de taller o laboratorio	( )	Otras:	
Prácticas de campo	( )		
Otros:			

**Línea de investigación:**  
 Las que emanan del campo de conocimiento Comunicación Política y Opinión Pública, y principalmente:  
 -Economía Política de la Industria de la Comunicación.

**Perfil profesional:**  
 Maestría o Doctorado en Comunicación.

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Enfoques sobre las Tecnologías de Información y Comunicación				
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación e Innovaciones Tecnológicas		<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>	<b>Horas al Semestre</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	4	64
<b>Modalidad:</b> Curso		<b>Duración del programa:</b> Semestral		

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Ninguna
<b>Objetivo general:</b> -Identificar y analizar la emergencia de las Tecnologías de Información y Comunicación en la sociedad del siglo XX, a fin de reconocer sus raíces tecnológicas, político-económicas y sociales y su proyección en las prácticas culturales de presente siglo.
<b>Objetivos específicos:</b> -Identificar y describir las condiciones de la digitalización a fin de reconocer las bases tecnológicas del desarrollo, acceso, uso y apropiación de las Tecnologías de Información y Comunicación. -Identificar y describir el cambio hacia el modelo político-económico neoliberal, a fin de reconocer las repercusiones que su implantación tuvo en el acceso, uso y apropiación de las Tecnologías de Información y Comunicación. -Identificar y analizar las principales transformaciones que los ciudadanos experimentaron en sus prácticas cotidianas a partir del uso de las Tecnologías de Información y Comunicación, con el propósito de valorar sus consecuencias. -Identificar y valorar la existencia de una brecha digital entre naciones, regiones y ciudadanos, a fin de reconocer las condiciones que la determinan y reflexionar sobre las posibles acciones que pueden contribuir a disminuirla. -Analizar un caso específico de introducción a las Tecnologías de Información y Comunicación, a fin de reportarlo y contar con material empírico que permita analizar y valorar una intervención real con este tipo de innovaciones sobre una situación social dada.

<b>Índice Temático</b>			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	El proceso de digitalización: inicio, desarrollo y consecuencias sociales	16	0
2	El neoliberalismo como nuevo modelo político económico: antecedentes, orígenes y características. Su vinculación con el desarrollo y aplicación de las tecnologías digitales de comunicación	16	0
3	Uso social de las Tecnologías de Información y Comunicación. Hacia una sociedad de la información y el conocimiento	16	0
4	La brecha digital. Dimensiones tecnológica, política, económica, cognitiva y social	16	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

Unidad	Tema y Subtemas
1	El proceso de digitalización: inicio, desarrollo y consecuencias sociales 1.1 El proceso de digitalización: sus orígenes y desarrollo 1.2 El impacto social de la digitalización: hacia nuevas prácticas sociales
2	El neoliberalismo como nuevo modelo político económico: antecedentes, orígenes y características. Su vinculación con el desarrollo y aplicación de las tecnologías digitales de comunicación 2.1 Orígenes y rasgos fundamentales del modelo político-económico neoliberal 2.2 El neoliberalismo en los sistemas de comunicación, relaciones y consecuencias 2.3 Políticas neoliberales, desarrollo y repercusiones en el acceso, uso y apropiación de las tecnologías de

	información y comunicación
3	<p>Uso social de las Tecnologías de Información y Comunicación. Hacia una sociedad de la información y el conocimiento</p> <p>3.1 El paradigma de la sociedad de la información y el conocimiento: del consenso de Washington a las políticas y programas de acceso universal</p> <p>3.2 Impacto de las Tecnologías de Información y Comunicación en diferentes ámbitos sociales (educación, trabajo, relaciones interpersonales, entretenimiento, entre otros)</p>
4	<p>La brecha digital. Dimensiones tecnológica, política, económica, cognitiva y social</p> <p>4.1 Brecha digital: sus principales características y dimensiones</p> <p>4.2 Hacia una definición de la brecha digital</p> <p>4.3 Consecuencias sociales y culturales de la brecha digital</p>

#### Bibliografía Básica:

- Bustamante, Enrique , *Comunicación y cultura en la era digital*, Gedisa, Barcelona, 2002.
- Mattelart, Armand, *Historia de la sociedad de la información*, Paidós, Barcelona, 2001.
- Piscitelli, Alejandro, *Ciberculturales 2.0. En la era de las máquinas inteligentes*, Paidós, Argentina, 2002.
- Piscitelli, Alejandro, *Internet: la imprenta del siglo XXI*, Gedisa, Barcelona, 2005.
- Trejo Delarbre, Raúl, *Viviendo en el Aleph. La sociedad de la Información y sus laberintos*, Gedisa, Barcelona, 2006.
- Covi Druetta, Delia, *Sociedad de la información y el conocimiento. Entre lo falaz y lo posible*, La crujía, Buenos Aires, 2004.
- Pérez Salazar, Gabriel, *Análisis crítico del Sistema Nacional e-México: la estrategia web del gobierno federal para la reducción de la brecha digital*, Tesis de maestría, UNAM, México, 2004.
- Bolter, Jay David y Grusin, Richard, *Remediation: understanding new media*, The MIT Press, Londres, 1999.
- Covi Druetta, Delia, *Del MacBride a la incertidumbre informativa. Políticas de comunicación en América Latina* y De los Ríos, Norma y Sánchez Ramos, Irene, *América Latina: Historia, Realidades y Desafíos*, México, UNAM- Posgrado Estudios Latinoamericanos, 2006, 565 - 578.
- Becerra, Martín, *La sociedad de la información, Lección básica*, Portal de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona, UAB, [http://www.portalcomunicacion.com/esp/n\\_aab\\_lec\\_3.asp?id\\_llico=11](http://www.portalcomunicacion.com/esp/n_aab_lec_3.asp?id_llico=11), 2009.
- Cecchini, Simone, *Oportunidad, equidad y pobreza en América Latina: ¿Qué podemos aprender de la evidencia empírica?*, CEPAL, Serie Estudios Prospectivos y Estadísticos, No. 40, <http://www.eclac.org/publicaciones/xml/7/24287/lcl2459e.pdf>, 2009.
- Villatoro, Pablo y Allison, Silvia, *Estrategias, programas y experiencias de superación de la brecha digital y universalización de las tecnologías de información y comunicación (TIC). Un panorama regional*, CEPAL. Serie Políticas Sociales 101, [http://www.eclac.org/publicaciones/xml/6/20846/sps101\\_lcl2238.pdf](http://www.eclac.org/publicaciones/xml/6/20846/sps101_lcl2238.pdf), 2005.

#### Bibliografía Complementaria:

- Castells, Manuel, *La galaxia Internet*, Plaza y Janés, Barcelona, 2001.
- Castells, Manuel, *La era de la información (tomos I, II y III)*, Siglo XXI, México, 1996.
- Drucker, Peter, *La sociedad postcapitalista*, Apóstrofe, Barcelona, 1993.
- Flichy, Patrice, *Lo imaginario de Internet*, Tecnos, Madrid, 2001.
- Ford, Anibal, *La marca de la bestia. Identificación, desigualdades e infoentretenimiento en la sociedad contemporánea*, Grupo Editorial Norma, Buenos Aires, 2002.
- Masuda, Yoneji, *Sociedad informatizada como sociedad post-industrial*, FUNDESCO/Tecnos, Madrid, 1984.
- Negroponte, Nicolás, *Ser digital*, Océano, México, 1995.
- Nora, Simon y Minc, Alaina, *La informatización de la sociedad*, Fondo de Cultura Económica, México, 1982.
- Schiller, Herbert, *Information Inequality*, Routledge, Nueva York, 1996.
- Servon, Lisa, *Bridging the Digital Divide*, Blackwell Publishing, Inglaterra, 2002.
- Warschauer, Mark, *Technology and Social Inclusion. Rethinking the Digital Divide*, The MIT Press, Cambridge, 2003.
- Wolton, Dominicque, *Internet, ¿y después?*, Gedisa, Barcelona, 1999.

#### Sugerencias didácticas:

Exposición oral	(X)
Exposición audiovisual	(X)
Ejercicios dentro de clase	(X)
Ejercicios fuera del aula	(X)
Seminarios	( )
Lecturas obligatorias	(X)
Trabajo de Investigación	( )
Prácticas de taller o laboratorio	( )
Prácticas de campo	( )
Otros:	

#### Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:

Exámenes Parciales	( )
Examen final escrito	( )
Trabajos y tareas fuera del aula	(X)
Exposición de seminarios por los alumnos	(X)
Participación en clase	(X)
Asistencia	( )
Seminario	( )
Otras:	

#### Línea de investigación:

Las que emanan del campo de conocimiento Comunicación e Innovaciones Tecnológicas, y principalmente:

-Cultura Digital.  
-Innovaciones Tecnológicas y Sociedad.

**Perfil profesiográfico:**  
Maestría o Doctorado en Comunicación.

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Estructura Económica y Legal de las Innovaciones Tecnológicas			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación e Innovaciones Tecnológicas	<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	<b>Horas al Semestre</b> 64
<b>Modalidad:</b> Curso	<b>Duración del programa:</b> Semestral		

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Ninguna
<b>Objetivo general:</b> -Proporcionar al alumno las herramientas de análisis que proporciona la economía política para conocer, evaluar e interpretar las formas en que se articulan las Tecnologías de la Información y Comunicación con el modo capitalista en su etapa contemporánea, y comprender con ello las características y particularidades económicas y jurídicas que adopta esa articulación en México y el impacto que generan en la sociedad mexicana.
<b>Objetivos específicos:</b> - Divulgar los principios teórico-metodológicos propios de la economía política y su aplicación en el área productiva y de servicios de las Tecnologías de Información y Comunicación. - Conocer y evaluar en forma crítica las estructuras económicas de mercado que caracterizan y articulan la implantación de las Tecnologías de Información y Comunicación en México. - Apreciar y cuestionar las particularidades de las estructuras jurídicas y las modificaciones que amparan el desarrollo del mercado nacional de las Tecnologías de Información y Comunicación. - Detectar aquellos vectores estratégicos que coadyuven a la propuesta de una política pública que busque el desarrollo alternativo al propio del mercado de las Tecnologías de Información y Comunicación en México.

<b>Índice Temático</b>			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Elementos teórico-metodológicos de la economía política y aplicación en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's)	16	0
2	Caracterización general de la estructura económica del mercado nacional de las Tecnologías de Información y Comunicación	16	0
3	Elementos definitorios de la estructura jurídica aplicable al mercado nacional de las Tecnologías de Información y Comunicación	16	0
4	Elementos de política pública aplicable al desarrollo alternativo de las Tecnologías de Información y Comunicación	16	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

Unidad	Tema y Subtemas
1	Elementos teórico-metodológicos de la economía política y aplicación en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's)
2	Caracterización general de la estructura económica del mercado nacional de las Tecnologías de Información y Comunicación 2.1 Estructura económica 2.2 Industrialización de los servicios de las Tecnologías de Información y Comunicación en México 2.3 Agentes económicos nacionales y participación de mercado 2.4 Concentración y diversificación de las ofertas de los agentes monopólicos nacionales (Televisa y Telmex) 2.5 La convergencia tecnológica y su impacto en la oferta de bienes y servicios

<b>3</b>	<p>Elementos definitorios de la estructura jurídica aplicable al mercado nacional de las Tecnologías de Información y Comunicación</p> <p>3.1 Estructura jurídica</p> <p>3.2 Evolución del marco jurídico-institucional aplicable a las Tecnologías de Información y Comunicación en México</p> <p>3.3 Modificaciones político-regulatorias para la convergencia tecnológica de los servicios. Reforma a las Leyes Federales de Radio y Televisión y Telecomunicaciones (Ley Televisa) y Acuerdo para la convergencia tecnológica</p> <p>3.4 Disposiciones reglamentarias de segundo orden</p>
<b>4</b>	<p>Elementos de política pública aplicable al desarrollo alternativo de las Tecnologías de Información y Comunicación</p> <p>4.1 Política pública alternativa</p> <p>4.2 El uso social y colectivo como base de una política pública alternativa</p> <p>4.3 Definición de los elementos y vectores de una política integral de desarrollo de Tecnologías de Información y Comunicación en México</p>

**Bibliografía Básica:**

- Blondeau, Olivier, *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*, Traficantes de Sueños, Madrid, 2004.
- Gorz, André, *L'immatériel. Connaissance, valeur et capital*, Ediciones Galilée, París, 2003.
- Marx, Karl, *Elementos fundamentales para la crítica de la economía política (Grundrisse) 1857-1858, Vol II*, Siglo XXI, México, 1980.
- Igarza, Roberto, *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*, La Crujía, Buenos Aires, 2008.
- Crandall, Richard, *Changing the rules: communications*, The Brookings Institution, Washington, 1989.
- Bolaño, César et al., *Economía política, comunicación y conocimiento*, Ediciones La Crujía, Buenos Aires, 2005.
- Lazzarato, Maurizio et al., *Trabajo inmaterial. Formas de vida y producción de subjetividad*, DP&A Editora, Rio de Janeiro, 2001.
- Berruero, Adriana, *El estatuto jurídico de la radiodifusión (1923-1953)*, Biblioteca Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM, [www.bibliojuridica.org/libros/4/1855/11](http://www.bibliojuridica.org/libros/4/1855/11), 2006.
- Gaudin, Thierry, *Les enjeux de la société cognitive*, @ Brest No. 26, [www.a-brest.net/article497879.html](http://www.a-brest.net/article497879.html), 2004.

**Bibliografía Complementaria:**

- Burton Jones, Alan, *Knowledge capitalism: business, work and learning in the new economy*, Oxford University Press, Oxford, 1999.
- Bustamante, Enrique, *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*, Gedisa, Barcelona, 1999.
- Ceceña, Ana Esther (Coord.), *La tecnología como instrumento de poder*, UNAM-Instituto de Investigaciones Económicas/El Caballito, México, 1998.
- Cortés Montalvo, Jorge, *Economía global, política y medios de comunicación*, Universidad Autónoma de Chihuahua, Chihuahua, 2000.
- Finkelievitch, Susana, *Desarrollo local en la sociedad de la información. Municipios e Internet*, La Crujía, Buenos Aires, 2005.
- Katz, Jorge, *Los caminos de la sociedad de la información en América Latina*, CEPAL, Santiago de Chile, 2003.
- Rivera Ríos, Miguel Ángel, *México en la economía global. Tecnología, espacio e instituciones*, UNAM/Editorial Jus, México, 2000.
- Ruelas, Ana Luz, *La reconversión regulatoria de las telecomunicaciones*, Universidad Autónoma de Sinaloa/Casa Juan Pablos, Culiacán, 2005.
- Kauffman, Esther (Coord.), *Políticas públicas y tecnologías. Líneas de acción para América Latina*, Buenos Aires, La Crujía, 2007.
- Comisión Económica para América Latina (CEPAL), *Políticas públicas para el desarrollo de sociedades de la información en América Latina*, Santiago de Chile, 2005
- Secretaría de Comunicaciones y Transportes, *Acuerdo por el que se adopta el estándar tecnológico de televisión digital terrestre y se establece la política para la transición a la televisión digital terrestre en México*, Diario Oficial de la Federación, Julio 2004
- Universidad Nacional Autónoma de México-Instituto de Investigaciones Jurídicas, *Marco jurídico de las telecomunicaciones en México*, Instituto de Investigaciones Jurídicas, <http://info.juridicas.unam.mx/inst/evacad/eventos/2004/0902/mesa1/24s>, 2005.

**Sugerencias didácticas:**

Exposición oral	(X)
Exposición audiovisual	(X)
Ejercicios dentro de clase	( )
Ejercicios fuera del aula	( )
Seminarios	(X)
Lecturas obligatorias	(X)
Trabajo de Investigación	( )

**Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:**

Exámenes Parciales	( )
Examen final escrito	( )
Trabajos y tareas fuera del aula	(X)
Exposición de seminarios por los alumnos	( )
Participación en clase	(X)
Asistencia	(X)

Prácticas de taller o laboratorio	( )	Seminario	( )
Prácticas de campo	( )	Otras:	
Otros:			
<b>Línea de investigación:</b>			
Todas las que emanan del campo de conocimiento Comunicación e Innovaciones Tecnológicas.			
<b>Perfil profesiográfico:</b>			
Maestría o Doctorado en Comunicación.			

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> La Comunicación Aplicada a la Divulgación de la Ciencia			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación y Cultura	<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	4
<b>Modalidad:</b> Curso	<b>Duración del programa:</b> Semestral		

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Ninguna
<b>Objetivo general:</b> -Comprender la caracterización específica del periodismo y del profesional que lo ejerce, haciendo énfasis en el uso de los géneros periodísticos y la creatividad, a partir de la revisión de las técnicas y los géneros periodísticos (reportaje, nota informativa, crónica y entrevista, etc.), así como la metodología (investigación y ordenamiento de datos), la redacción y la presentación de los materiales, según el género periodístico que se trate; con un énfasis particular en la ética y responsabilidad social en el ejercicio de esta profesión.
<b>Objetivos específicos:</b> -Identificar la construcción del periodismo como actividad de divulgación científica. -Revisar los géneros periodísticos actualmente en uso. -Comprender la importancia que tienen la objetividad, la responsabilidad y la creatividad en el ejercicio profesional del periodismo. -Practicar la clasificación de materiales científicos. -Aplicar un esquema metodológico en la investigación periodística.

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	El periodismo científico	18	0
2	Clasificación de materiales científicos	18	0
3	Metodología	14	0
4	El comunicador y la ciencia	14	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

Unidad	Tema y Subtemas
1	El periodismo científico 1.1 La comunicación de la ciencia 1.2 Investigación, objetividad, interpretación, creatividad 1.3 Fuentes de información científica 1.3.1 Fuentes convencionales 1.3.2 Fuentes novedosas 1.3.3 Vertientes del periodismo científico
2	Clasificación de materiales científicos 2.1 Por su temática 2.2 Por su estructura 2.3 De acuerdo al medio
3	Metodología 3.1 Marco teórico de referencia 3.2 Investigación documental 3.3 Teoría y práctica de la investigación de campo

	3.4 Selección del material y clasificación 3.5 Diferentes tipos de relato 3.5.1 Expositivo 3.5.2 Narrativo 3.5.3 Literario 3.5.4 Relatos mixtos 3.5.5 Metáforas y analogías
4	El comunicador y la ciencia 4.1 Manejo de la información científica en los nuevos tiempos 4.2 Comunicación y ciencia 4.3 Medios masivos a la luz de los descubrimientos científicos del nuevo siglo 4.4 Ética de la información científica

**Bibliografía Básica:**

- Lozano, Mónica, *Programas y experiencias en popularización de la ciencia y la tecnología*, Convenio Andrés Bello, Colombia, 2005.
- Chamizo, José Antonio, *La ciencia*, UNAM, México, 2000.
- Gardner, Martin, *Los grandes ensayos de la ciencia*, Patria, México, 1998.
- Hall, Kevin y Merino, Ruth, *Periodismo y creatividad*, Trillas, México, 1995.
- Martínez Albertos, José Luis, *Redacción periodística*, ATE, Barcelona, 1991.
- Negrete Yankelevich, Aquiles, *La divulgación de la ciencia a través de formas narrativas*, UNAM, México, 2008.
- Valek Valdés, Gloria, *Una voz en un planeta único*, Semarnap/Somedyct, México, 1998.
- Tonda Mazón, Juan, *Antología de la divulgación de la ciencia en México*, UNAM, México, 2002.
- Sánchez Mora, Ana María, *La divulgación de la ciencia como literatura*, UNAM, México, 1998.
- Calvo, Manuel, *Periodismo científico y divulgación de la ciencia*, ACTA, Barcelona, 2005.
- Elías Pérez, Carlos José, *La ciencia a través del periodismo: Selección de los artículos publicados en el mundo*, Nivola, Madrid, 2003.
- Moreno Catrol, Carolina et al., *Periodismo de complejidad: Ciencia, tecnología y sociedad*, Facultad de Filología, Universidad de Barcelona, España, 2004.
- Congreso Iberoamericano de Ciencia Tecnología Sociedad e Innovación, *La divulgación de la ciencia en México en el contexto de América Latina*, Dirección General de Divulgación de la Ciencia, UNAM, <http://www.oei.es/memoriasctsi/simposio/simposio04.pdf>, 2009.

**Bibliografía Complementaria:**

- Calvo Hernando, Manuel, *Divulgación y periodismo científico: Entre la claridad y la exactitud*, UNAM, México, 2002.
- Andoni, Alfonso et al., *La tecnociencia y su divulgación. Un enfoque transdisciplinar*, Anthropos, España, 2004.

**Sugerencias didácticas:**

Exposición oral	(X)
Exposición audiovisual	( )
Ejercicios dentro de clase	(X)
Ejercicios fuera del aula	(X)
Seminarios	(X)
Lecturas obligatorias	( )
Trabajo de Investigación	( )
Prácticas de taller o laboratorio	( )
Prácticas de campo	( )
Otros:	

**Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:**

Exámenes Parciales	( )
Examen final escrito	( )
Trabajos y tareas fuera del aula	(X)
Exposición de seminarios por los alumnos	(X)
Participación en clase	(X)
Asistencia	(X)
Seminario	( )
Otras:	

**Línea de investigación:**

Las que emanan del campo de conocimiento Comunicación y Cultura, y principalmente:  
 -Comunicación y Divulgación de la Ciencia y la Técnica.

**Perfil profesiográfico:**

Maestría o Doctorado en Comunicación.

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> La Comunicación Virtual y sus Códigos			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación e Innovaciones Tecnológicas	<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	4
<b>Modalidad:</b> Curso	<b>Duración del programa:</b> Semestral		
<b>Horas al Semestre</b> 64			

**Seriación:** Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )

**Actividad académica antecedente:** Ninguna

**Actividad académica subsecuente:** Ninguna

**Objetivo general:**  
-Revisar la temática más avanzada en el área de la comunicación y las innovaciones tecnológicas, haciendo especial énfasis en la virtualidad y la cibercultura.

**Objetivos específicos:**  
-Revisar el concepto de virtualidad, a partir de las rupturas espacio-temporales que se presentan en los procesos de comunicación mediados por computadora.  
-Conocer la estructura técnica que posibilita la realización de procesos de comunicación virtual en Internet, así como los principales entornos o servicios que ofrece esta red de cómputo.  
-Entender la importancia de los lenguajes hipertextuales en las posibilidades expresivas de los entornos en línea.  
-Revisar el concepto de cibercultura, destacando sus acercamientos y diferencias con respecto a la cultura dada en los espacios físicos.

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	¿Qué es virtualidad?	16	0
2	Tecnología virtual	16	0
3	Los lenguajes de la interactividad	16	0
4	Cultura y virtualidad	16	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

Unidad	Tema y Subtemas
1	¿Qué es virtualidad? 1.1 De lo no actual a la representación digital 1.2 Sujeto y virtualidad 1.3 Enfoques sobre el Médium 1.4 Intermaterialidad de bienes, efimeración del trabajo
2	Tecnología virtual 2.1 Arquitectura de internet 2.2 Hipertexto y nuevas figuras literarias 2.3 Multimedia y memorias tradicionales 2.4 Entornos de la realidad virtual
3	Los lenguajes de la interactividad 3.1 Lenguajes de marcado 3.2 Del HTML a la Web 2.0 3.3 Lenguajes para multimedia interactiva
4	Cultura y virtualidad 4.1 Cultura clásica y ciberespacio 4.2 Ideología de la red

	4.3 Activismo y cultos virtuales 4.4 Cibercultura
--	--

<p><b>Bibliografía Básica:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aguilar, María Victoria, <i>Un nuevo sujeto para la sociedad de la información</i>, Netbiblio, Canarias, 2005.</li> <li>- Arnowitz, Jonathan, <i>Tecnología y cibercultura</i>, Paidós, España, 1998.</li> <li>- Dery, Mark, <i>Velocidad de escape</i>, Siruela, Madrid, 1999.</li> <li>- Gómez Cruz, Édgar, <i>Las metáforas de Internet</i>, UOC, Buenos Aires, 2007.</li> <li>- Jones, Steve, <i>CiberSociedad 2.0: Una nueva visita a la comunidad y la comunicación mediada por ordenador</i>, UOC, Aragón, 2003.</li> <li>- Jornada Campus Virtual, <i>Innovación en el campus virtual: Metodologías y herramientas</i>, Universidad Complutense, Madrid, 2006.</li> <li>- Monereo, Carlos, <i>Internet y competencias básicas</i>, Grao, España, 2005.</li> <li>- Piscitelli, Alejandro, <i>Cibercultura en la Edad de las Máquinas Inteligentes</i>, Paidós, Buenos Aires, 1996.</li> <li>- Queau, Philippe, <i>Lo virtual, virtudes y vértigos</i>, Paidós Hipermedia I, Barcelona, 1995.</li> <li>- Ruiz Jaime, Alonso, <i>Comunicación virtual. Elementos y dinámicas</i>, Unión, Barcelona, 2006.</li> <li>- Brauner, Josef y Brickmann, Ronald, <i>La sociedad multimedia</i>, Gedisa, Barcelona, 1996.</li> <li>- Hernández, Claudio, <i>Hackers, los clanes de la red</i>, Ciberlibro, <a href="http://www.echonyc.com/~steven/hackers.html">http://www.echonyc.com/~steven/hackers.html</a>, 2000.</li> <li>- Varios autores, <i>Crimen y castigo en el ciberespacio</i>, L@ Cybercuev@, <a href="http://renel.cjb.net">http://renel.cjb.net</a>, 1999.</li> </ul>
<p><b>Bibliografía Complementaria:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Williams, Walter John, <i>Hardwired, el hombre máquina</i>, Martínez Roca, Argentina, 1995.</li> <li>- Poster, David, <i>Internet culture</i>, Routledge, Nueva York, 1997.</li> <li>- Maldonado, Tomás, <i>Lo real y lo virtual</i>, Gedisa, Barcelona, 1994.</li> </ul>

<p><b>Sugerencias didácticas:</b></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr><td>Exposición oral</td><td style="text-align: center;">()</td></tr> <tr><td>Exposición audiovisual</td><td style="text-align: center;">()</td></tr> <tr><td>Ejercicios dentro de clase</td><td style="text-align: center;">(X)</td></tr> <tr><td>Ejercicios fuera del aula</td><td style="text-align: center;">(X)</td></tr> <tr><td>Seminarios</td><td style="text-align: center;">(X)</td></tr> <tr><td>Lecturas obligatorias</td><td style="text-align: center;">()</td></tr> <tr><td>Trabajo de Investigación</td><td style="text-align: center;">(X)</td></tr> <tr><td>Prácticas de taller o laboratorio</td><td style="text-align: center;">()</td></tr> <tr><td>Prácticas de campo</td><td style="text-align: center;">()</td></tr> <tr><td>Otros:</td><td></td></tr> </table>	Exposición oral	()	Exposición audiovisual	()	Ejercicios dentro de clase	(X)	Ejercicios fuera del aula	(X)	Seminarios	(X)	Lecturas obligatorias	()	Trabajo de Investigación	(X)	Prácticas de taller o laboratorio	()	Prácticas de campo	()	Otros:		<p><b>Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:</b></p> <table style="width: 100%; border: none;"> <tr><td>Exámenes Parciales</td><td style="text-align: center;">()</td></tr> <tr><td>Examen final escrito</td><td style="text-align: center;">(X)</td></tr> <tr><td>Trabajos y tareas fuera del aula</td><td style="text-align: center;">(X)</td></tr> <tr><td>Exposición de seminarios por los alumnos</td><td style="text-align: center;">()</td></tr> <tr><td>Participación en clase</td><td style="text-align: center;">(X)</td></tr> <tr><td>Asistencia</td><td style="text-align: center;">(X)</td></tr> <tr><td>Seminario</td><td style="text-align: center;">()</td></tr> <tr><td>Otras:</td><td></td></tr> </table>	Exámenes Parciales	()	Examen final escrito	(X)	Trabajos y tareas fuera del aula	(X)	Exposición de seminarios por los alumnos	()	Participación en clase	(X)	Asistencia	(X)	Seminario	()	Otras:	
Exposición oral	()																																				
Exposición audiovisual	()																																				
Ejercicios dentro de clase	(X)																																				
Ejercicios fuera del aula	(X)																																				
Seminarios	(X)																																				
Lecturas obligatorias	()																																				
Trabajo de Investigación	(X)																																				
Prácticas de taller o laboratorio	()																																				
Prácticas de campo	()																																				
Otros:																																					
Exámenes Parciales	()																																				
Examen final escrito	(X)																																				
Trabajos y tareas fuera del aula	(X)																																				
Exposición de seminarios por los alumnos	()																																				
Participación en clase	(X)																																				
Asistencia	(X)																																				
Seminario	()																																				
Otras:																																					
<p><b>Línea de investigación:</b> Las que emanan del campo de conocimiento Comunicación e Innovaciones Tecnológicas, y principalmente: -Cultura Digital.</p>																																					
<p><b>Perfil profesiográfico:</b> Maestría o Doctorado en Comunicación.</p>																																					



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**PROGRAMA DE POSGRADO**  
**POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**  
**Maestría en Comunicación**  
**Programa de actividad académica**



<b>Denominación:</b> Opinión Pública				
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación Política y Opinión Pública		<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>	<b>Horas al Semestre</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	4	64
<b>Modalidad:</b> Curso		<b>Duración del programa:</b> Semestral		

**Seriación:** Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )

**Actividad académica antecedente:** Ninguna

**Actividad académica subsecuente:** Ninguna

**Objetivo general:**  
-Proporcionar la teoría clásica y contemporánea acerca de la teoría de la opinión pública, su relación con la democracia, los procesos electorales y la acción de los medios de información.

**Objetivos específicos:**  
- Proporcionar conocimientos en la teoría de la opinión pública y sus implicaciones sociológica, políticas y en el ámbito de la comunicación.  
- Revisar las teorías políticas sobre la opinión pública.  
- Analizar los factores que influyen en la elección de los votantes.  
- Identificar las principales herramientas usadas para la modificación de la imagen política.

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		Teóricas	Prácticas
1	Definición y concepto de la opinión pública	12	0
2	La opinión y los enfoques teóricos	14	0
3	Opinión pública y los sondeos de opinión	14	0
4	Opinión pública y el comportamiento electoral	12	0
5	Opinión pública en la esfera de la vida política mexicana	12	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

**Contenido Temático**

<b>Unidad</b>	<b>Tema y Subtemas</b>
<b>1</b>	Definición y concepto de la opinión pública 1.1 La conceptualización de la opinión pública 1.2 El concepto de opinión 1.3 El concepto de público 1.4 El concepto de opinión pública 1.5 La concepción liberal 1.6 El pensamiento conservador 1.7 La revisión liberal (Tocqueville y Stuart Mills) 1.8 La crítica marxista
<b>2</b>	La opinión y los enfoques teóricos 2.1 Estudios de los efectos de los medios de comunicación aplicados a la opinión pública 2.2 Agenda setting 2.3 La espiral del silencio y la ignorancia pluralista 2.4 Habermas 2.5 Pierre Bourdieu
<b>3</b>	Opinión pública y los sondeos de opinión 3.1 El papel de la opinión pública en la comunicación política 3.2 Los estudios de opinión como mecanismo para la toma de decisiones 3.3 Los estudios de opinión como freno y reorientador de la toma de decisiones (el kitsch político)

	3.4 Los estudios de opinión para la construcción de la imagen política
4	Opinión pública y el comportamiento electoral 4.1 El estudio de las preferencias electorales 4.2 Los estudios de preferencias para la toma de decisiones de los partidos políticos y candidatos 4.3 Los estudios de preferencias como información de los medios para la ciudadanía 4.4 Usos, abusos y riesgos de la difusión de las preferencias electorales en la ciudadanía 4.5 Técnicas para investigar las preferencias electorales durante la campaña electoral 4.6 Técnicas para investigar la tendencia del voto durante la jornada electoral
5	Opinión pública en la esfera de la vida política mexicana 5.1 Regulación de encuestas y sondeos de preferencias electorales durante las campañas y de su difusión 5.2 Regulación de tendencias del voto durante la jornada electoral 5.3 El papel de la difusión de los índices de popularidad de precandidatos y candidatos en el comportamiento de los actores políticos y las preferencias electorales

**Bibliografía Básica:**

- Price, Vincent, *Opinión Pública*, Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1994.
- Habermas, Jurgen, *Historia Crítica de la Opinión Pública*, Gustavo Gili, México, 1998.
- Habermas, Jurgen, *Facticidad y Validez*, Trotta, Madrid, 2002.
- Monzón, Carlos, *Opinión Pública*, Tecnos, Madrid, 1990.
- Berrocal, Salomé, *Comunicación política en televisión y nuevos medios*, Ariel, Barcelona, 2003.
- Bourdieu, Pierre, *Sociología y cultura*, CONACULTA/Grijalbo, México, 1990.
- Plot, Martin, *El kitsch político: Acción política y radicalización ideológica en los Estados Unidos del cambio de siglo*, Prometeo, Buenos Aires, 2003.
- Lazarsfeld, Paul et al., *The People's Choice*, Columbia University Press, Nueva York, 1995.

**Bibliografía Complementaria:**

- Noelle Neumann, Elisabeth, *La espiral del silencio: opinión pública, nuestra piel social*, Paidós, Barcelona, 1995.
- Bobbio, Norberto, *Diccionario de política*, Siglo XXI, México, 1994.
- Sartori, Giovanni, *Elementos de teoría política*, Taurus, Madrid, 1998.

**Sugerencias didácticas:**

Exposición oral	( )
Exposición audiovisual	( )
Ejercicios dentro de clase	( )
Ejercicios fuera del aula	( )
Seminarios	(X)
Lecturas obligatorias	( )
Trabajo de Investigación	( )
Prácticas de taller o laboratorio	( )
Prácticas de campo	(X)
Otros:	

**Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:**

Exámenes Parciales	( )
Examen final escrito	( )
Trabajos y tareas fuera del aula	( )
Exposición de seminarios por los alumnos	(X)
Participación en clase	(X)
Asistencia	(X)
Seminario	( )
Otras:	

**Línea de investigación:**

Las que emanan del campo de conocimiento Comunicación Política y Opinión Pública, y principalmente:  
-Comunicación, Opinión pública y Cultura política.

**Perfil profesional:**

Maestría o Doctorado en Comunicación.

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Tecnología de Información, Comunidades Virtuales y Educación			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación e Innovaciones Tecnológicas	<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	4
<b>Modalidad:</b> Curso	<b>Duración del programa:</b> Semestral		
<b>Horas al Semestre</b> 64			

**Seriación:** Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )

**Actividad académica antecedente:** Ninguna

**Actividad académica subsecuente:** Ninguna

**Objetivo general:**  
-Identificar, conocer y analizar las posibilidades de apoyo de las Tecnologías de Información y Comunicación, la conformación de comunidades virtuales y su relación y apoyo con el proceso educativo, tanto de enseñanza como de aprendizaje, así como su función como transmisores del conocimiento.

**Objetivos específicos:**  
- Conocer el concepto de tecnología educativa y sus principales aportes teóricos.  
- Analizar el papel de la tecnología en la didáctica.  
- Observar los principales elementos que intervienen en los procesos educativos mediados por computadora.  
- Discutir la noción de comunidades virtuales y su relación con los procesos de enseñanza-aprendizaje a distancia.  
- Conocer las posibilidades de interacción y de interactividad que tienen lugar en los entornos educativos en línea.  
- Analizar las transformaciones tecnológicas derivadas de la Web 2.0 en sus aplicaciones educativas.

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		Teóricas	Prácticas
1	Tecnología educativa y nuevas tecnologías	16	0
2	Enfoques de la educación mediada por computadora	16	0
3	Comunidades virtuales en la educación	16	0
4	La interacción y la interactividad pedagógica en las comunidades virtuales educativas	16	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

<b>Unidad</b>	<b>Tema y Subtemas</b>
<b>1</b>	Tecnología educativa y nuevas tecnologías 1.1 Algunas reflexiones sobre la tecnología educativa 1.2 La didáctica como tecnología 1.3 La racionalidad tecnológico-creativa 1.4 De las nuevas tecnologías a las Tecnologías de Información y Comunicación en el marco del sistema educativo
<b>2</b>	Enfoques de la educación mediada por computadora 2.1 La computadora y aplicaciones a la enseñanza 2.2 Uso didáctico de las Tecnologías de Información y Comunicación en la educación presencial 2.3 Educación a distancia y uso de Tecnologías de Información y Comunicación 2.4 Educación virtual
<b>3</b>	Comunidades virtuales en la educación 3.1 Qué son las comunidades virtuales 3.2 Comunidades virtuales en educación 3.3 Comunidades de aprendizaje 3.4 Concepto de multitudes inteligentes

4	<p>La interacción y la interactividad pedagógica en las comunidades virtuales educativas</p> <p>4.1 Web 2.0 y las posibilidades de interacción</p> <p>4.2. Entornos digitales y niveles de interacción</p> <p>4.3. Entornos digitales, redes sociales y comunidades virtuales educativas</p>
---	--

<p><b>Bibliografía Básica:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Duggleby, Julia, <i>El Tutor Online. La enseñanza a través de Internet</i>, Ediciones Deusto, España, 2001.</li> <li>- Fainholc, Beatriz, <i>Formación del profesorado para el nuevo siglo</i>, Lumen Humanitas, Argentina, 2000.</li> <li>- Fainholc, Beatriz, <i>Nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la enseñanza</i>, Aique, Argentina, 1997.</li> <li>- Rheingold, Howard, <i>Multitudes Inteligentes</i>, Gedisa, España, 2004.</li> <li>- Rheingold, Howard, <i>La Comunidad Virtual. Una sociedad sin fronteras</i>, Gedisa, España, 1993.</li> <li>- Cobo Romani, Cristóbal, <i>Planeta Web 2.0. Inteligencia colectiva o medios fast food</i>, UVIC/FLACSO, México, 2007.</li> <li>- Silvio, José, <i>La Virtualización de la Universidad: ¿Cómo transformar la educación superior con la tecnología?</i>, IESALC, <a href="http://tecnologiaedu.us.es/bibliovir/pdf/La_virtualizacion_univ.pdf">http://tecnologiaedu.us.es/bibliovir/pdf/La_virtualizacion_univ.pdf</a>, 2000.</li> </ul>
<p><b>Bibliografía Complementaria:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Díaz Barriga, Frida, <i>Estrategias docentes para un aprendizaje significativo. Una interpretación constructivista</i>, McGraw Hill, México, 2003.</li> <li>- Piscitelli, Alejandro, <i>Ciberculturales 2.0. En la era de las máquinas inteligentes</i>, Paidós, Argentina, 2002.</li> <li>- Trejo Delarbre, Raúl, <i>Viviendo en el Aleph. La sociedad de la Información y sus laberintos</i>, Gedisa, España, 2006.</li> <li>- Aboites, Jaime y Dutrenit, Gabriel, <i>Innovación, aprendizaje y creación de capacidades tecnológicas</i>, UAM Xochimilco, México, 2003.</li> </ul>

<p><b>Sugerencias didácticas:</b></p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Exposición oral</td><td style="text-align: center;">(X)</td></tr> <tr><td>Exposición audiovisual</td><td style="text-align: center;">(X)</td></tr> <tr><td>Ejercicios dentro de clase</td><td style="text-align: center;">( )</td></tr> <tr><td>Ejercicios fuera del aula</td><td style="text-align: center;">( )</td></tr> <tr><td>Seminarios</td><td style="text-align: center;">(X)</td></tr> <tr><td>Lecturas obligatorias</td><td style="text-align: center;">(X)</td></tr> <tr><td>Trabajo de Investigación</td><td style="text-align: center;">( )</td></tr> <tr><td>Prácticas de taller o laboratorio</td><td style="text-align: center;">( )</td></tr> <tr><td>Prácticas de campo</td><td style="text-align: center;">( )</td></tr> <tr><td>Otros:</td><td></td></tr> </table>	Exposición oral	(X)	Exposición audiovisual	(X)	Ejercicios dentro de clase	( )	Ejercicios fuera del aula	( )	Seminarios	(X)	Lecturas obligatorias	(X)	Trabajo de Investigación	( )	Prácticas de taller o laboratorio	( )	Prácticas de campo	( )	Otros:		<p><b>Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:</b></p> <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr><td>Exámenes Parciales</td><td style="text-align: center;">( )</td></tr> <tr><td>Examen final escrito</td><td style="text-align: center;">( )</td></tr> <tr><td>Trabajos y tareas fuera del aula</td><td style="text-align: center;">( )</td></tr> <tr><td>Exposición de seminarios por los alumnos</td><td style="text-align: center;">(X)</td></tr> <tr><td>Participación en clase</td><td style="text-align: center;">( )</td></tr> <tr><td>Asistencia</td><td style="text-align: center;">( )</td></tr> <tr><td>Seminario</td><td style="text-align: center;">( )</td></tr> <tr><td>Otras:</td><td></td></tr> </table>	Exámenes Parciales	( )	Examen final escrito	( )	Trabajos y tareas fuera del aula	( )	Exposición de seminarios por los alumnos	(X)	Participación en clase	( )	Asistencia	( )	Seminario	( )	Otras:	
Exposición oral	(X)																																				
Exposición audiovisual	(X)																																				
Ejercicios dentro de clase	( )																																				
Ejercicios fuera del aula	( )																																				
Seminarios	(X)																																				
Lecturas obligatorias	(X)																																				
Trabajo de Investigación	( )																																				
Prácticas de taller o laboratorio	( )																																				
Prácticas de campo	( )																																				
Otros:																																					
Exámenes Parciales	( )																																				
Examen final escrito	( )																																				
Trabajos y tareas fuera del aula	( )																																				
Exposición de seminarios por los alumnos	(X)																																				
Participación en clase	( )																																				
Asistencia	( )																																				
Seminario	( )																																				
Otras:																																					
<p><b>Línea de investigación:</b></p> <p>Las que emanan del campo de conocimiento Comunicación e Innovaciones Tecnológicas, y principalmente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Innovaciones tecnológicas y Educación.</li> <li>-Innovaciones tecnológicas y Sociedad.</li> </ul>																																					
<p><b>Perfil profesional:</b></p> <p>Maestría o Doctorado en Comunicación.</p>																																					

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Teoría de la Publicidad				
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación y Cultura		<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>	<b>Horas al Semestre</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	4	64
<b>Modalidad:</b> Curso		<b>Duración del programa:</b> Semestral		

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Ninguna
<b>Objetivo general:</b> -Proporcionar los elementos teóricos fundamentales para la comprensión del fenómeno publicitario.
<b>Objetivos específicos:</b> - Comprender el contexto actual del fenómeno publicitario. - Conocer los enfoques actuales respecto a la publicidad desde la perspectiva social y cultural. - Conocer la función económica de la publicidad y las características de la industria publicitaria en México, así como su papel en la sociedad contemporánea, la producción simbólica y su relación con el consumo.

<b>Índice Temático</b>			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	El fenómeno publicitario	16	0
2	El proceso de comunicación publicitaria	16	0
3	Publicidad y sistema económico	16	0
4	Publicidad y sociedad	16	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

Unidad	Tema y Subtemas
1	El fenómeno publicitario 1.1 Los actores de la publicidad 1.2 Campos de acción de la publicidad 1.3 Tendencias de la actividad publicitaria 1.4 Estado del arte de la publicidad (enfoques teóricos y analíticos)
2	El proceso de comunicación publicitaria 2.1 El lenguaje de la publicidad. La función predicativa y la función implicativa 2.2 Funciones de la publicidad 2.3 La investigación publicitaria
3	Publicidad y sistema económico 3.1 Publicidad y consumo. Teorías del consumo 3.2 La función económica de la publicidad 3.3 La industria publicitaria en México 3.4 La producción simbólica
4	Publicidad y sociedad 4.1 La sociedad industrial y la globalización 4.2 La sociedad de consumo 4.3 Las industrias culturales 4.4 La modernidad y la moda 4.5 La publicidad como ideología 4.6 La formación de gustos y estilos 4.7 Las marcas y las identidades (estereotipos)

--	--

**Bibliografía Básica:**

- Alvarado López, Maricruz, *Publicidad y Cultura*, Ediciones Comunicación Social, Sevilla, 2005.
- Alvarado López, Maricruz, *La publicidad como homologador cultural*, Ediciones Comunicación Social, Sevilla, 2006.
- Bermejo Berros, Jesús, *Publicidad y cambio social. Contribuciones históricas y perspectivas de futuro*, Ediciones Comunicación Social, Sevilla, 2005.
- Entwistle, Joann, *El cuerpo y la moda*, Paidós, Barcelona, 2002.
- García Calderón, Carola, *El poder de la publicidad en México*, UNAM/Plaza y Valdés, México, 2007.
- González Martín, Juan Antonio, *Teoría general de la publicidad*, Fondo de Cultura Económica, España, 1996.
- Lipovetsky, Giles, *El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas*, Anagrama, Barcelona, 2002.
- Lipovetsky, Gilles, *El lujo eterno*, Anagrama, Barcelona, 2004.
- Pérez Tornero, José Manuel, *La seducción de la opulencia: Publicidad, moda y consumo*, Paidós, Buenos Aires, 1992.
- Qualter, Terence, *Publicidad y Democracia en la Sociedad de Masas*, Paidós, España, 1994.
- Verdú, Vicente, *El Estilo del Mundo. La Vida en el capitalismo de ficción*, Anagrama, Barcelona, 2003.
- Verdú, Vicente, *El personismo: la Primera Revolución Cultural del Siglo XXI*, Debate, España, 2006.
- Zygmunt, Bauman, *Vida de Consumo*, Fondo de Cultura Económica, México, 2007.

**Bibliografía Complementaria:**

- Arens, William, *Publicidad*, McGraw Hill, Estados Unidos, 2000.
- Cappo, Joe, *El futuro de la publicidad*, McGraw Hill, México, 2003.
- Sánchez Guzman, José R., *Introducción a la teoría de la publicidad*, Tecnos, Madrid, 1985.
- Andrada, Ana y Bonetto, Guillermo, *Un fenómeno social llamado publicidad*, Brujas, Argentina, 2000.
- Moragas, Miguel de, *Semiótica y Comunicación*, Península, Barcelona, 1976.

**Sugerencias didácticas:**

- |                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| Exposición oral                   | (X) |
| Exposición audiovisual            | ()  |
| Ejercicios dentro de clase        | ()  |
| Ejercicios fuera del aula         | ()  |
| Seminarios                        | (X) |
| Lecturas obligatorias             | ()  |
| Trabajo de Investigación          | ()  |
| Prácticas de taller o laboratorio | ()  |
| Prácticas de campo                | ()  |
| Otros:                            |     |

**Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:**

- |  |     |
|--|-----|
| Exámenes Parciales                       | ()  |
| Examen final escrito                     | ()  |
| Trabajos y tareas fuera del aula         | (X) |
| Exposición de seminarios por los alumnos | ()  |
| Participación en clase                   | (X) |
| Asistencia                               | ()  |
| Seminario                                | ()  |
| Otras:                                   |     |

**Línea de investigación:**

Las que emanan del campo de conocimiento Comunicación y Cultura, y principalmente:  
-Estudios sobre Publicidad.

**Perfil profesiográfico:**

Maestría o Doctorado en Comunicación.

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Función Educativa y Socializadora de los Medios Masivos de Comunicación			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación y Cultura	<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	<b>Horas al Semestre</b> 64
<b>Modalidad:</b> Curso	<b>Duración del programa:</b> Semestral		

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Ninguna
<b>Objetivo general:</b> -El alumno conocerá y analizará, desde una perspectiva comunicativa, las posibilidades educativas y socializadoras de los medios de comunicación.
<b>Objetivos específicos:</b> - Al finalizar el curso, el estudiante identificará los procesos de educación formal y no formal, su importancia en la evolución de la sociedad y el desarrollo del saber y en la difusión del conocimiento. -El alumno analizará la función educativa y socializadora de los medios colectivos de comunicación. -El alumno tendrá una visión más amplia del uso y funciones de los medios de comunicación como apoyo de las tareas educativas institucionales y su función como transmisores del conocimiento. -El alumno analizará críticamente las relaciones entre la ética y el ejercicio de los medios colectivos de comunicación.

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		Teóricas	Prácticas
1	Función educativa de los medios de comunicación	16	0
2	Los medios de comunicación, su papel en la difusión del conocimiento y en la educación	16	0
3	El papel de los medios en la educación no formal, difusión del saber contemporáneo	16	0
4	Educación para los medios	16	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

### Contenido Temático

<b>Unidad</b>	<b>Tema y Subtemas</b>
<b>1</b>	Función educativa de los medios de comunicación 1.1 Dimensión histórica 1.2 Dimensión contemporánea 1.3 Caso específico de México
<b>2</b>	Los medios de comunicación, su papel en la difusión del conocimiento y en la educación 2.1 Uso de los medios en los sistemas de educación formal, ventajas y desventajas 2.1.1 Medios de comunicación y su uso en la educación básica y superior 2.1.2 Uso de los medios impresos 2.1.3 Posibilidades educativas del libro 2.1.4 El futuro de los materiales impresos en la era de la informática 2.2 Uso de los medios sonoros, lenguaje sonoro: Radio comercial y radio educativa 2.3 Uso de los medios audiovisuales 2.3.1 Televisión comercial y televisión cultural 2.3.2 Televisión, video y educación
<b>3</b>	El papel de los medios en la educación no formal, difusión del saber contemporáneo 3.1 Análisis de los medios de comunicación como escuela paralela 3.2. El conocimiento del mundo a través de los medios.

	3.3 El mundo en el cine y la televisión 3.4 La recepción crítica de los mensajes de los medios de comunicación
4	Educación para los medios 4.1 La conformación del crítico de los medios 4.2 La ética y la responsabilidad de la comunicación para con sus contenidos 4.3. Educación y cultura del espectador 4.4 La responsabilidad de la sociedad para con los contenidos mediáticos 4.5 La educación y los medios de comunicación a la luz de un nuevo siglo

**Bibliografía Básica:**

- Fernández Christlieb, Fátima, *La responsabilidad en los medios de comunicación*, Paidós, México, 2002.
- Ferrés, Joan, *Educación en la cultura del espectáculo*, Paidós, España, 2000.
- Orozco, Guillermo, *Recepción televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio*, Universidad Iberoamericana, México, 1996.
- Pérez Tornero, Juan Manuel, *El desafío educativo de la televisión*, Paidós, México, 1994.
- Winocur, Rosalía, *Ciudadanos mediáticos*, Gedisa, México, 2003.
- Wilkins, Lee, *The handbook of mass media ethics*, Taylor & Francis, EUA, 2008.
- McQuail, Dennis, *Media accountability and freedom of publication*, Oxford University Press, EUA, 2003.
- Heguy Terra, Eduardo, *La responsabilidad en los medios de comunicación*, Fundación Fontana Minelli, España, 2001.
- Prado Galán, Javier, *Ética, profesión y medios: La apuesta por la libertad en el éxtasis de la comunicación*, Universidad Iberoamericana, México, 1999.
- Herrán, María Teresa, *Ética para periodistas*, Norma, Colombia, 2005.
- Morales Benítez, Otto, *Periodismo, ética y paz*, Universidad del Valle, México, 2007.
- Richeri, Giuseppe, *Televisión y calidad. El debate internacional.*, La crujía, Buenos Aires, 2006.

**Bibliografía Complementaria:**

- McQuail, Dennis, *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*, Amorrortu, Buenos Aires, 1998.
- Aznar, Hugo, *Comunicación responsable, deontología y autorregulación de los medios*, Paidós, España, 1999.
- Meneses Rocha, María Elena, *Hacia un periodismo responsable. Propuesta preliminar de código de buenas prácticas para México. La experiencia internacional*, Tecnológico de Monterrey, México, 2008.
- Villanueva, Ernesto, *Deontología informática. Códigos deontológicos de la prensa escrita en el mundo*, Porrúa y Universidad Iberoamericana, México, 2002.
- Piscitelli, Alejandro, *Internet, la imprenta del siglo XXI*, Gedisa, Barcelona, 2005.

**Sugerencias didácticas:**

Exposición oral	(X)
Exposición audiovisual	(X)
Ejercicios dentro de clase	( )
Ejercicios fuera del aula	( )
Seminarios	(X)
Lecturas obligatorias	(X)
Trabajo de Investigación	( )
Prácticas de taller o laboratorio	( )
Prácticas de campo	( )
Otros:	

**Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:**

Exámenes Parciales	( )
Examen final escrito	( )
Trabajos y tareas fuera del aula	( )
Exposición de seminarios por los alumnos	(X)
Participación en clase	( )
Asistencia	( )
Seminario	( )
Otras:	

**Línea de investigación:**

Las que emanan del campo de conocimiento Comunicación y Cultura, y principalmente:  
-Comunicación y Procesos Educativos.

**Perfil profesional:**

Maestría o Doctorado en Comunicación.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**PROGRAMA DE POSGRADO**  
**POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**  
**Maestría en Comunicación**  
**Programa de actividad académica**



<b>Denominación:</b> El Cine desde la Perspectiva de las Ciencias Políticas y Sociales			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación y Cultura	<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	4
<b>Modalidad:</b> Curso	<b>Duración del programa:</b> Semestral		
<b>Horas al Semestre</b> 64			

**Seriación:** Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )

**Actividad académica antecedente:** Ninguna

**Actividad académica subsecuente:** Ninguna

**Objetivo general:**  
 -Al finalizar el curso, el alumno deberá tener clara, de manera fundamentada y amplia, la relación que existe entre el cine como un fenómeno social, como un proceso histórico, cultural con incidencias político-diplomáticas en las ciencias políticas y sociales, además de en las humanidades, las artes y las ciencias de la conducta.

**Objetivos específicos:**  
 - Introducir a los estudiantes al estudio y al conocimiento sobre las formas en que las ciencias políticas y sociales están relacionadas con la docencia y la investigación sobre cine y la necesidad de su estudio con rigor y método, con base en estudios tanto clásicos como contemporáneos.  
 - Proporcionar a los estudiantes una visión panorámica de los estudios sobre cine, desde perspectivas disciplinarias diversas, con énfasis en los campos de conocimiento del Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales y con base en ejemplos de investigación internacional.  
 - Inducir a los estudiantes interesados en investigaciones sobre cine para la realización de trabajos recepcionales conducentes a la obtención de grados académicos, para que definan los objetos de estudio específicos de su interés y las bibliografías, autores y planteamientos más convenientes a su proyecto.

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		Teóricas	Prácticas
1	El cine y las ciencias políticas y sociales	7	0
2	El cine y la política	7	0
3	El cine y las relaciones internacionales	7	0
4	El cine y los conflictos sociales	7	0
5	El cine, la ideología y la propaganda	7	0
6	El cine y la investigación contemporánea	7	0
7	El cine, la memoria y la historia	7	0
8	Cine, literatura y contextos sociales	7	0
9	El cine, la docencia y la investigación	8	0
<b>Total de horas:</b>		64	0
<b>Suma total de horas:</b>		64	

**Contenido Temático**

<b>Unidad</b>	<b>Tema y Subtemas</b>
<b>1</b>	El cine y las ciencias políticas y sociales 1.1 Especificidades del conocimiento cinematográfico en las ciencias políticas y sociales 1.2 Cine etnográfico, cine documental y testimonial 1.3 Corrientes, escuelas, estilos y vanguardias en contextos culturales
<b>2</b>	El cine y la política 2.1 El cine como política de estado (nacionalismo y géneros fílmicos) 2.2 El cine y la cultura popular (contextos político diplomáticos y géneros)
<b>3</b>	El cine y las relaciones internacionales

	3.1 Incidencias de la diplomacia en las industrias fílmicas 3.2 Los conceptos de la diplomacia en los filmes: soberanía, intervención, subversión, manejo de crisis, desarrollo, interdependencia económica, ética, derecho internacional, choque de culturas, etc.
4	El cine y los conflictos sociales 4.1 Revolución soviética 4.2 Revolución mexicana 4.3 Guerra civil española 4.4 Guerra en Bosnia y otros
5	El cine, la ideología y la propaganda 5.1 Cine de los países del Eje versus Cine aliado durante la Segunda Guerra Mundial 5.2 Las cinematografías iberoamericanas y su participación en la guerra de propaganda fílmica
6	El cine y la investigación contemporánea 6.1 El cine y los estudios de género 6.2 Exilio, diáspora y migración en el cine 6.3 Cine y derechos humanos
7	El cine, la memoria y la historia 7.1 El cine como testimonio, como documento para la investigación y la escritura de la historia 7.2 El cine de temas histórico – biográficos y sus raíces socio – políticas, sociales y culturales en contextos específicos del siglo XX
8	Cine, literatura y contextos sociales 8.1 Las obras de la literatura adaptadas para el cine (contextos culturales). 8.2 La incidencia del cine y la narrativa fílmica en la literatura contemporánea (Novela negra – cine negro; maccarthismo y literatura)
9	El cine, la docencia y la investigación 9.1 El cine como recurso didáctico 9.2 El cine como objeto de investigación y como fuente para la investigación sociológica, histórica, diplomática, política, etc.

#### Bibliografía Básica:

- Burke, Peter, *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*, Crítica, Barcelona, 2001.
- Díaz Puertas, Emeterio, *El montaje del franquismo. La política cinematográfica de las fuerzas sublevadas*, Laertes, Barcelona, 2002.
- Egri, Lajos, *El arte de la escritura dramática. Fundamentos para la interpretación creativa de las motivaciones humanas*, UNAM/CUEC, México, 2009.
- Gubern, Roman, *Patologías de la imagen*, Anagrama, Barcelona, 2004.
- Landy, Marcia, *The Historical Film. History and Memory in Media*, Rutgers University Press, Brunswick, New Jersey, 2000.
- Naficy, Hamid, *An Accented Cinema. Exilic and Diasporic Filmmaking*, Princeton University Press, Princeton y Oxford, 2001.
- Nicolás Meseguer, Manuel, *La intervención velada. El apoyo cinematográfico alemán al bando franquista (1936-1939)*, Universidad de Murcia, Murcia, 2004.
- Sánchez Biosca, Vicente, *Cine y Guerra Civil Española. Del mito a la memoria*, Alianza, Madrid, 2006.
- Sandoval, Mariana, *De la literatura al cine. Versiones fílmicas de novelas mexicanas*, UNAM, México, 2005.
- Gubern, Roman, *La imagen pornográfica y otras perversiones ópticas*, Anagrama, Barcelona, 2005.
- Muñoz García, Juan José, *Cine y misterio humano*, Rialp, Madrid, 2003.
- Winkel Roel, Wade y Welch, David, *Cinema and the Swastika, The international Expansion of the Third Reich Cinema*, Palgrave-Mac Millan, Londres, 2007.

#### Bibliografía Complementaria:

- Peredo Castro, Francisco, *Cine y propaganda para Latinoamérica. México y Estados Unidos en la encrucijada de los años cuarenta*, CCyDEL-CISAN-UNAM, México, 2004.
- Piana de Castro, Nilo André, *Cinema e Segunda Guerra*, Universidad Federal de Río Grande del Sur / Prefectura de Puerto Alegre, Puerto Alegre, Brasil, 1999.
- Sinnigen, John H., *Benito Pérez Galdós en el cine mexicano: literatura y cine*, Universidad de Maryland, EUA, 2008.
- Bushell, Michaela et al., *The Rough Guide to Cult Movies*, Rough Guides / Haymarket Customer Publishing, Londres, 2004.
- Giddins, Robert y Sheen, Erica, *Classic Novel. From Page to Screen*, Manchester University Press, Manchester, 2000.

#### Sugerencias didácticas:

Exposición oral

(X)

#### Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:

Exposición audiovisual	(X)	Exámenes Parciales	( )
Ejercicios dentro de clase	( )	Examen final escrito	(X)
Ejercicios fuera del aula	( )	Trabajos y tareas fuera del aula	( )
Seminarios	(X)	Exposición de seminarios por los alumnos	(X)
Lecturas obligatorias	(X)	Participación en clase	(X)
Trabajo de Investigación	(X)	Asistencia	(X)
Prácticas de taller o laboratorio	( )	Seminario	(X)
Prácticas de campo	( )	Otras:	
<p>Otros: En caso de necesidad se puede optar por proponer como actividad extra muros la revisión de los filmes, para su discusión en clase, después de las exposiciones de seminario, y con base en los autores de los textos indicados para cada sesión / exposición, tanto del profesor como de los estudiantes.</p>			
<p><b>Línea de investigación:</b>  Todas las que emanan del campo de conocimiento Comunicación y Cultura y más específicamente,  -Estudios sobre Cine.</p>			
<p><b>Perfil profesional:</b>  Maestría o Doctorado en Comunicación.</p>			



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**PROGRAMA DE POSGRADO**  
**POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**  
**Maestría en Comunicación**  
**Programa de actividad académica**



<b>Denominación:</b> Análisis, Perspectivas y Estudios de la Radio Contemporánea			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación y Cultura	<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	<b>Horas al Semestre</b> 64
<b>Modalidad:</b> Curso	<b>Duración del programa:</b> Semestral		

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Ninguna
<b>Objetivo general:</b> -Comprender la función social, política y cultural del medio radiofónico, en un sistema mixto, privado y público, y su transformación en la emisión y recepción de contenidos a partir del desarrollo de las nuevas tecnologías en las sociedades del Siglo XXI. Conocer y proponer marcos teóricos interdisciplinarios para el estudio científico de la radio, que permitan discernir la relevancia social y comunicativa de este medio sonoro, desde la perspectiva local, nacional y global para México y el mundo.
<b>Objetivos específicos:</b> - Analizar la construcción de sentido de un medio sonoro como la radio. - Comprender la hibridación conceptual de modelos radiofónicos a partir de las transformaciones sociales y culturales generadas por fenómenos como la globalización y migración. -Discutir y reflexionar en torno a la importancia de contar con medios de servicio público y comunitario para la construcción de ciudadanía y sociedades democráticas. - Estudiar la dimensión global de la radio a través de los usos de internet. - Desarrollar un área de estudios de la radio en México y América Latina.

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		Teóricas	Prácticas
1	La industria radiofónica nacional e internacional	12	0
2	La radio en la era digital	12	0
3	Las audiencias en la radio	8	0
4	La radio como constructora de sentido	12	0
5	La cultura de la radio	12	0
6	Retos de la radio en México y América Latina	8	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

<b>Unidad</b>	<b>Tema y Subtemas</b>
<b>1</b>	La industria radiofónica nacional e internacional 1.1 Sectores de la industria: legislación, gestión, difusión y producción 1.2 Radio local, radio global 1.2.1 Radio de Estado 1.2.2 Radio de servicio público 1.2.3 Radio comunitaria 1.2.4 Radio universitaria 1.2.5 Radio comercial y privada 1.2.6 Función de la radio en el siglo XXI
<b>2</b>	La radio en la era digital 2.1 Radio por internet, podcast y I-pod 2.2 Radio satelital

	<p>2.3 Radio digital: Digital Multimedia Mondiale, Digital Audio Broadcasting e IBOC</p> <p>2.4 Web radio e internet mobil: teléfonos celulares</p> <p>2.5 Radio digital y nuevos formatos sonoros</p> <p>2.6 ¿El fin del broadcasting?</p>
3	<p>Las audiencias en la radio</p> <p>3.1 La acción de escuchar</p> <p>3.2 El público de la radio</p> <p>3.3 Las audiencias participativas y construcción de ciudadanía</p> <p>3.4 La radio en la vida cotidiana</p> <p>3.5 Las radio audiencias de la Web</p> <p>3.6 Radio por Internet: ¿constructora nuevos espacios públicos?</p>
4	<p>La radio como constructora de sentido</p> <p>4.1 El sonido, unidad básica del lenguaje radiofónico</p> <p>4.2 Radio y el sentido del tiempo</p> <p>4.3 Radio y el sentido del espacio</p> <p>4.4 La narrativa radiofónica</p> <p>4.5 Constructora de relatos y discursos sonoros</p> <p>4.6 La estética radiofónica</p> <p>4.7 La radio como arte (radioarte)</p>
5	<p>La cultura de la radio</p> <p>5.1 Posibilidades culturales de la radio</p> <p>5.2 Radio y cultura democrática</p> <p>5.3 Radio, identidad y cohesión social</p> <p>5.4 Radio, diversidad y pluralidad cultural</p> <p>5.5 Las radios multiculturales</p> <p>5.6 Radio posmoderna</p> <p>5.7 Radio, música y cambios culturales</p> <p>5.8 La radio desde la poesía, literatura y cine</p>
6	<p>Retos de la radio en México y América Latina</p> <p>6.1 Políticas públicas para la construcción de radios de servicio público</p> <p>6.2 Legislación de radios comunitarias</p> <p>6.3 Radios autónomas e interactivas</p> <p>6.4 Explotación de los nuevos medios sonoros</p> <p>6.5 Radio y derechos humanos</p> <p>6.6 El desarrollo de estudios de la radio en México y América Latina</p>

#### **Bibliografía Básica:**

- Bonini, Tiziano, *La radio nella rete*, Costa & Nolan, Milán, 2006.
- Capello, Gianna, *Il concetto di servizio pubblico radiotelevisivo, la evoluzione del dibattito su missione, impresa e programmazione*, Rai Eri, Roma, 2001.
- Day, Rosemary, *Bicycle Highway, celebrating Community Radio in Ireland*, The Life Press, Dublin, 2007.
- Hendy, David, *La radio nell'era globale*, Reuniti, Italia, 2002.
- Lizarazo, Diego, *Un rastro en la nieve, Comunicación comunitaria en el mundo de la globalización comunicativa*, CETE, México, 2002.
- Milwood Hargrave, Andrea, *Multicultural broadcasting: Concept and reality*, BBC, Radio Authority and Broadcasting standard Commission, Londres, 2002.
- Menduni, Enrico, *La radio. Percorsi e territori di un medium mobile e interattivo*, Baskerville, Boloña, 2002.
- Rincón, Omar, *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, La crujía, Argentina, 2005.
- Sartori, Giovanni, *La sociedad multiétnica, pluralismo, multiculturalismo y extranjeros*, Taurus, México, 2007.
- Hagelunken, Andreas et al., *Caminos del arte sonoro*, CONACULTA- Radio Educación, México, 2006.
- Radio Educación, *Quinta Bienal Internacional de Radio, con los pies en la tierra y la voz en el aire. La radio que hacemos (entre) todos*, México, Radio Educación, 2004.

#### **Bibliografía Complementaria:**

- Arnheim, Rudolph, *La estética radiofónica*, Gustavo Gili, Barcelona, 1980.
- Menduni, Enrico, *Il mondo della radio. Dal transistore al internet*, Il Mulino, Milán, 2002.
- Moro, Arcangelo, *Radio West. La voce dei militari italiani in Kosovo*, Rai, Italia, 2002.
- Booth, Jerry y Lewis, Peter, *El medio invisible: Radio pública, privada, comercial y comunitaria*, Paidós, Buenos Aires, 1992.

<p><b>Sugerencias didácticas:</b></p> <p>Exposición oral (X)</p> <p>Exposición audiovisual ( )</p> <p>Ejercicios dentro de clase ( )</p> <p>Ejercicios fuera del aula ( )</p> <p>Seminarios (X)</p> <p>Lecturas obligatorias (X)</p> <p>Trabajo de Investigación (X)</p> <p>Prácticas de taller o laboratorio ( )</p> <p>Prácticas de campo ( )</p> <p>Otros: ( )</p>	<p><b>Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:</b></p> <p>Exámenes Parciales ( )</p> <p>Examen final escrito ( )</p> <p>Trabajos y tareas fuera del aula (X)</p> <p>Exposición de seminarios por los alumnos (X)</p> <p>Participación en clase ( )</p> <p>Asistencia (X)</p> <p>Seminario (X)</p> <p>Otras:</p>
<p><b>Línea de investigación:</b></p> <p>Las que emanan del campo de conocimiento Comunicación y Cultura y más específicamente:</p> <p>-Estudios sobre Radio.</p>	
<p><b>Perfil profesiográfico:</b></p> <p>Maestría o Doctorado en Comunicación.</p>	

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> La Comunicación en las Organizaciones			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación y Cultura	<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	<b>Horas al Semestre</b> 64
<b>Modalidad:</b> Curso		<b>Duración del programa:</b> Semestral	

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Ninguna
<b>Objetivo general:</b> -Que los estudiantes conozcan los conceptos, las teorías y las metodologías de investigación en el campo de la comunicación organizacional dentro de estructuras sociales diversas, tales como movimientos sociales, sindicatos, organizaciones civiles e instituciones públicas y privadas; de tal forma que sean capaces de elaborar proyectos de investigación que contribuyan a la formalización académica de esta área de estudio.
<b>Objetivos específicos:</b> - Conocer la tipología actual de las organizaciones derivada del contexto socioeconómico y político mundial. - Analizar el papel de la comunicación en los diferentes ámbitos de las organizaciones (comunicación intraorganizacional, extraorganizacional e interorganizacional). - Reflexionar en torno al uso de las nuevas tecnologías de la comunicación y a los procesos organizacionales. - Conocer los esquemas de responsabilidad social adoptados por las organizaciones para el desarrollo social. - Abarcar el estudio del nuevo concepto de comunicación para el desarrollo dentro del ámbito de la comunicación organizacional.

<b>Índice Temático</b>			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	La comunicación para el desarrollo	16	0
2	Nuevos enfoques de la comunicación en las organizaciones	16	0
3	El uso de las tecnologías de la comunicación en las organizaciones	16	0
4	Relaciones de colaboración. La comunicación interorganizacional	16	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

Unidad	Tema y Subtemas
<b>1</b>	La comunicación para el desarrollo 1.1 Hacia un nuevo uso de la comunicación organizacional 1.2 Modelos teóricos de la comunicación para el desarrollo 1.3 Impactos de las estrategias de comunicación organizacional en el desarrollo 1.4 El marco referencial de la comunicación para el desarrollo y sus aplicaciones prácticas. Estudios de caso
<b>2</b>	Nuevos enfoques de la comunicación en las organizaciones 2.1 La teoría de las organizaciones 2.2 Las teorías sistémicas 2.3 Las teorías sociales, del cambio y la modernidad 2.4 Investigando la comunicación en el entorno organizacional
<b>3</b>	El uso de las tecnologías de la comunicación en las organizaciones 3.1 Movimientos sociales, uso de las tecnologías con impacto global 3.2 Evaluación de impacto en el uso de las Tecnologías de Información y Comunicación en organizaciones de la sociedad civil. Estudios de caso 3.3 Los usos de internet como herramienta de colaboración, desarrollo y procuración de fondos en el tercer sector. Estudios de caso

4	Relaciones de colaboración. La comunicación interorganizacional 4.1 Las teorías de la colaboración 4.2 El proceso de construcción de alianzas intersectoriales 4.3 Generación de valor para las organizaciones participantes 4.4 La investigación en los procesos de colaboración interorganizacional
---	---

**Bibliografía Básica:**

- Cremona, Florencia, *Comunicación para el cambio social en América Latina: prácticas de articulación entre movimientos sociales y redes de comunicación*, Universidad Nacional de la Plata, Argentina, 2007.
- Mefalopoulos, Paolo, *Development Communication Sourcebook. Broadening the boundaries of communication*, The World Bank, EUA, 2008.
- Ávila, Rafael, *Crítica de la comunicación organizacional*, UNAM/DGEP, México, 2004.
- Acevedo, Manuel, *Integración de las Tecnologías de Información y Comunicación. Asignatura pendiente de la cooperación*, CONGDE, España, 2006.
- Gayeski, Diane, *Managing the communication function. Capturing mindshare for organizational performance*, IABC, EUA, 2000.
- Reagan, Joey, *Communication Research Primer. Measuring and evaluating organizational communication*, IABC, EUA, 2002.
- Austin, James et al., *Alianzas sociales en América Latina: enseñanzas extraídas de colaboraciones entre el sector privado y organizaciones de la sociedad civil*, Banco Interamericano de Desarrollo y SEKN, EUA, 2005.
- Tufte, Thomas y Mefalopoulos, Paolo, *Participatory Communication. A practical guide*, The World Bank, EUA, 2008.

**Bibliografía Complementaria:**

- Groundspring Org., *Online Fundraising Handbook. Making the most of the web and email to raise more money online*, Groundspring Org, EUA, 2004.
- Yaskell, Yedra, Impactos de las tecnologías de telecomunicaciones en los patrones de comunicación organizacional *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, Venezuela, 3, 2005, 51-72.
- Mari Saez, Víctor, Contra la evaporación de la dimensión política de la comunicación. Movimientos sociales, ONG y usos de Internet *Revista Zer*, España, 85, 2007, 453-471.
- Camacho Jiménez, Kemly, Retos para evaluar el impacto de Internet. El caso de las organizaciones de la sociedad civil centroamericana *Fundación Acceso. Anales de Documentación*, Costa Rica, 7, 2004, 39-54.

**Sugerencias didácticas:**

Exposición oral	(X)
Exposición audiovisual	(X)
Ejercicios dentro de clase	()
Ejercicios fuera del aula	()
Seminarios	(X)
Lecturas obligatorias	(X)
Trabajo de Investigación	()
Prácticas de taller o laboratorio	()
Prácticas de campo	()
Otros:	

**Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:**

Exámenes Parciales	()
Examen final escrito	()
Trabajos y tareas fuera del aula	()
Exposición de seminarios por los alumnos	(X)
Participación en clase	(X)
Asistencia	(X)
Seminario	()
Otras:	

**Línea de investigación:**

Las que emanan del campo de conocimiento Comunicación y Cultura y más específicamente:  
 -Comunicación en las Organizaciones.

**Perfil profesiográfico:**

Maestría o Doctorado en Comunicación.

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Lenguaje, Discurso y Comunicación			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1, 2 ó 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación y Cultura	<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Optativa	<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórica	<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	4
<b>Modalidad:</b> Curso	<b>Duración del programa:</b> Semestral		

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( X )    Obligatoria ( )    Indicativa ( )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Ninguna
<b>Objetivo general:</b> -Comprender las diferentes propuestas teóricas del estudio del discurso desde una perspectiva multidisciplinaria y su aplicación en el proceso de la comunicación.
<b>Objetivos específicos:</b> - Conocer los antecedentes teóricos de la lingüística y la retórica y su relación con los estudios del discurso. - Comprender la interdisciplinariedad en los estudios del discurso y su relación con los procesos de la comunicación. - Analizar las distintas perspectivas en los estudios del análisis del discurso. - Distinguir el análisis de contenido respecto del análisis del discurso.

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	La teoría del discurso	12	0
2	La teoría del discurso y la comunicación	12	0
3	La interdisciplinariedad en los estudios del discurso	14	0
-4	Los tipos de discurso	12	0
5	El análisis del discurso	14	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

Unidad	Tema y Subtemas
1	La teoría del discurso 1.1 La noción del discurso 1.2 Disciplinas relacionadas con los estudios del discurso 1.2.1 Las ciencias del lenguaje 1.2.1.1. Lingüística 1.2.1.2. Semiótica 1.2.1.3. Etnolingüística 1.2.1.4. Sociolingüística 1.2.1.5. Psicolingüística 1.2.1.6. Etnografía 1.2.1.7. Pragmática 1.2.1.8. Otras 1.2.2 La retórica 1.2.2.1 La retórica clásica 1.2.2.2 La nueva retórica
2	La teoría del discurso y la comunicación 2.1 Antecedentes: modelos de la lingüística y el proceso de la comunicación 2.1.1 Roman Jakobson 2.1.2 Emile Benveniste 2.2 Modelos actuales en los estudios del discurso 2.2.1 Del análisis de contenido al análisis del discurso 2.2.2 El análisis del discurso y el proceso de la comunicación

	2.2.2.1 La producción del discurso 2.2.2.2 La recepción del discurso
3	La interdisciplinariedad en los estudios del discurso 3.1 Discurso y sociedad 3.2 Discurso y política 3.3 Discurso y literatura
4	Los tipos de discurso 4.1 Comunicación interpersonal 4.2 Comunicación mediática 4.3 Otras interacciones discursivas
5	El análisis del discurso 5.1 Las formas del discurso: 5.1.1 La exposición 5.1.2 La descripción 5.1.3 La narración 5.1.4 La argumentación 5.2 Las propuestas metodológicas 5.3 La aplicación del análisis

#### Bibliografía Básica:

- Maingeneau, Dominique, *Términos claves del análisis del discurso*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1999.
- Plantin, Christian, *La argumentación*, Ariel, Barcelona, 1998.
- Ricoeur, Paul, *Teoría de la interpretación*, Siglo XXI-UIA, México, 2003.
- Van Dijk, Teun A., *El discurso como interacción social*, Gedisa, Barcelona, 2000.
- Van Dijk, Teun A., *Discourse studies. A multidisciplinary introduction. Discourse as interaction*, SAGE, Londres, 1997.
- Calsamiglia, Helena y Tusón, Amparo, *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*, 2ª. Edición, Ariel, Barcelona, 2007.
- Gimete-Welsh, Adrián, *Del signo al discurso*, UAM/Porrúa, México, 2005.
- Giménez, Gilberto, *El debate político en México a finales del siglo XX. Ensayo de análisis del discurso*, IIS-UNAM, México, 2008.
- Charaudeau, Patrick y Montes, Rosa Graciela, *El "tercero". Fondo y figura de las personas del discurso*, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México, 2009.
- Charaudeau, Patrick, *El discurso de la información. La construcción del espejo social*, Gedisa, Barcelona, 2003.
- Hodges, Robert, *Lenguaje, sociedad y discurso: una anamorfosis ante el nuevo milenio*, BUAP, México, 2009.
- Salgado Andrade, Eva, *¿Qué dicen los periódicos? Reflexiones y propuestas para el análisis de la prensa escrita*, CIESAS, México, 2009.

#### Bibliografía Complementaria:

- Austin, John L., *Cómo hacer cosas con palabras*, Paidós, Barcelona, 1962.
- Benveniste, Emile, *Problemas de lingüística general*, Siglo XXI, México, 1977.
- Grize, Jean Blaise, *Logique et langage*, Ophrys, París, 1990.
- Jakobson, Roman, *Ensayos de lingüística general*, Ariel, Barcelona, 1974.
- Barthes, Roland, *La aventura semiológica*, Paidós, Barcelona, 1970.
- Ducrot, Oswald, *Decir y no decir. Principios de semántica lingüística*, Anagrama, Barcelona, 1972.
- Escandell, M. Victoria, *Introducción a la pragmática*, Ariel, Barcelona, 1996.
- Pechêux, Michel, *Hacia el análisis automático del discurso*, Gredos, Madrid, 1969.
- Vignaux, George, *La argumentación: ensayo de lógica discursiva*, Hachette, Buenos Aires, 1976.
- Hodge, Robert y Kress, Gunther, *Social semiotics*, Cornell University Press, New York, 1988.
- Anscombre, Jean Claude y Ducrot, Oswald, *La argumentación en la lengua*, Gredos, Madrid, 1983.
- Puig, Luisa, *El discurso y sus espejos*, UNAM, México, 2009.
- Reboul, Olivier, *Introducción a la retórica*, Presses Universitaires de France, París, 1991.
- Weston, Anthony, *Las claves de la argumentación*, Ariel, Barcelona, 1994.
- Perelman, Chaim y Olbrecht Tyteca, Lucie, *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*, Gredos, Madrid, 1989.
- Castaños, Fernando, *Las categorías básicas del análisis del discurso y la disertación Discurso. Cuadernos de teoría y análisis*, México, 1984, 5, 2, 11-28.
- González Ochoa, César, *De la semiología al análisis del discurso Acta poética IIFI-UNAM*, México, 2, 1980, 73-111.
- González Reyna, Susana, *La teoría del discurso como propuesta metodológica Acta sociológica. Convergencias interdisciplinarias en la reflexión metodológica de las ciencias sociales*, México, 45, 2006, 115-132.

<p><b>Sugerencias didácticas:</b></p> <p>Exposición oral (X)</p> <p>Exposición audiovisual ( )</p> <p>Ejercicios dentro de clase ( )</p> <p>Ejercicios fuera del aula ( )</p> <p>Seminarios (X)</p> <p>Lecturas obligatorias (X)</p> <p>Trabajo de Investigación (X)</p> <p>Prácticas de taller o laboratorio ( )</p> <p>Prácticas de campo ( )</p> <p>Otros: ( )</p>	<p><b>Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:</b></p> <p>Exámenes Parciales ( )</p> <p>Examen final escrito ( )</p> <p>Trabajos y tareas fuera del aula (X)</p> <p>Exposición de seminarios por los alumnos (X)</p> <p>Participación en clase (X)</p> <p>Asistencia (X)</p> <p>Seminario (X)</p> <p>Otras:</p>
<p><b>Línea de investigación:</b></p> <p>Todas las que emanan de los campos de conocimiento del programa y más específicamente,</p> <p>-Lenguaje y Análisis del discurso.</p>	
<p><b>Perfil profesiográfico:</b></p> <p>Maestría o Doctorado en Comunicación.</p>	



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**PROGRAMA DE POSGRADO**  
**POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**  
**Maestría en Comunicación**  
**Programa de actividad académica**



<b>Denominación:</b> Teorías Contemporáneas sobre Comunicación II				
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 2	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación e Innovaciones Tecnológicas, Comunicación Política y Opinión Pública y Comunicación y Cultura		<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Obligatoria		<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórica		<b>Teoría:</b> 4	<b>Práctica:</b> 0	<b>Horas al Semestre</b> 64
<b>Modalidad:</b> Curso			<b>Duración del programa:</b> Semestral	

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( )    Obligatoria ( )    Indicativa ( X )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Teorías Contemporáneas sobre Comunicación I
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Ninguna
<b>Objetivo general:</b> -Desarrollar capacidades de análisis para conocer las vías actuales de abordaje a la comunicación, de manera que se pueda comprender el amplio espectro de perspectivas desde las cuales se la puede estudiar.
<b>Objetivos específicos:</b> - Analizar la necesidad de diagnosticar los procesos sociales que se presentan en la actualidad desde los dos polos antinómicos, a través del estudio de la globalización-fragmentación. - Identificar las conceptualizaciones actuales sobre la cultura y focalizar la atención acerca de la relación entre cultura y comunicación. - Evidenciar el papel que juegan la comunicación y los medios en la construcción y definición de identidad personal y social y de cultura, en las últimas décadas. - Estudiar y comprender como se desarrolla el proceso de recepción, apropiación y consumo de las formas simbólicas. - Analizar las nuevas formas en que se presenta el proceso de socialización en la actualidad, destacando el papel que desempeñan los medios de comunicación. - Comprender la forma en que se desarrollan las representaciones sociales y poner de relieve la importancia que adquieren en la comunicación.

<b>Índice Temático</b>			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Comunicación, globalización y fragmentación	10	0
2	Cultura y comunicación	10	0
3	Identidad y comunicación	12	0
4	Comunicación y consumo	10	0
5	Nuevas formas de socialización	10	0
6	Representación social y comunicación	12	0
Total de horas:		64	0
Suma total de horas:		64	

**Contenido Temático**

Unidad	Tema y Subtemas
1	Comunicación, globalización y fragmentación 1.1 Globalización y su impacto en la cultura 1.2 La destrucción del mito de la aldea global y la nueva relevancia de lo local 1.3 Estrategias y técnicas de respuesta desde América Latina 1.4 Abordajes al estudio de audiencias transnacionales (televisión e Internet)
2	Cultura y comunicación 2.1 Conceptualizaciones sobre la cultura 2.2 ¿Existe lo multicultural? 2.3 Cultura popular y folklor

	2.4 La cultura occidental desde la periferia
3	Identidad y comunicación 3.1 Definiendo las identidades 3.2 Autoidentidad e identidades colectivas 3.3 Pertenencia y socialidad
4	Comunicación y consumo 4.1 Abordajes al estudio del consumo en la comunicación 4.2 Recepción de formas simbólicas
5	Nuevas formas de socialización 5.1 Socialización y procesos de comunicación 5.2 Internet y otros medios, su papel en la definición de la identidad y la pertenencia 5.3 Socialización e internalización de conocimientos
6	Representación social y comunicación 6.1 Definiciones y cómo se forman las representaciones sociales 6.2 La relación entre las representaciones sociales y la recepción de las formas simbólicas

**Bibliografía Básica:**

- Varios, *¿Es sostenible la globalización en América Latina?*, Fondo de Cultura Económica, Santiago, 2003.
- Flichy, Paul, *Le imaginaire de Internet*, La decouverte, París, 2001.
- Gruner, Eduardo, *El fin de las pequeñas historias*, Paidós, Buenos Aires, 2002.
- Lash, Scott, *Crítica de la información*, Amorrortu, Buenos Aires, 2005.
- Vizer, Eduardo, *La trama invisible de la vida social*, La crujía, Buenos Aires, 2003.
- Varios, *Claves para el Siglo XXI*, UNESCO, Barcelona, 2002.

**Bibliografía Complementaria:**

- Moscovici, Serge, *Psicología social II: Pensamientos y vida social*, Paidós, Barcelona, 1993.
- Berger, Peter, *La construcción social de la realidad*, Amorrortu, Buenos Aires, 1994.
- Castells, Manuel, *La era de la información, Siglo XXI*, México, 1999.
- Elias, Norbert, *El proceso de civilización*, Fondo de Cultura Económica, México, 1985.
- Fried Schitman, Dora, *Nuevos paradigmas, cultura y subjetividad*, Paidós, Buenos Aires, 1994.
- Beck, Ulrich, *Qué es la globalización*, Paidós, Barcelona, 1998.
- Ford, Aníbal, *Navegaciones*, Amorrortu, Buenos Aires, 1994.

**Sugerencias didácticas:**

Exposición oral	(X)
Exposición audiovisual	(X)
Ejercicios dentro de clase	(X)
Ejercicios fuera del aula	(X)
Seminarios	( )
Lecturas obligatorias	(X)
Trabajo de Investigación	( )
Prácticas de taller o laboratorio	( )
Prácticas de campo	( )
Otros:	

**Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:**

Exámenes Parciales	( )
Examen final escrito	(X)
Trabajos y tareas fuera del aula	( )
Exposición de seminarios por los alumnos	(X)
Participación en clase	(X)
Asistencia	( )
Seminario	( )
Otras:	

**Línea de investigación:**

Todas las que emanan del programa de Maestría en Comunicación.

**Perfil profesiográfico:**

Maestría o Doctorado en Comunicación.

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Seminario de Investigación I				
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación e Innovaciones Tecnológicas Comunicación Política y Opinión Pública Comunicación y Cultura		<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Obligatoria		<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórico-Práctica		<b>Teoría:</b> 2	<b>Práctica:</b> 2	<b>Horas al Semestre</b> 64
<b>Modalidad:</b> Seminario			<b>Duración del programa:</b> Semestral	

**Seriación:** Sin Seriación ( ) Obligatoria ( ) Indicativa ( X )

**Actividad académica antecedente:** Ninguna

**Actividad académica subsecuente:** Seminario de Investigación II

**Objetivo general:**  
-Este seminario es el primero de una serie de tres seminarios de investigación que tienen como objetivo apoyar al estudiante en la elaboración de un trabajo académico escrito orientado a la obtención del grado. El objetivo primordial es revisar y consolidar el protocolo de su trabajo, tomando como punto de partida el proyecto presentado al ingresar al Programa de Posgrado en Ciencias Políticas y Sociales, además de desarrollar una investigación original, objetiva y relevante, elaborada con todo el rigor académico correspondiente a los requerimientos normativos del programa.

**Objetivos específicos:**  
-Definir la modalidad de trabajo académico escrito para la graduación.  
-Identificar y delimitar un problema de investigación y definir su objeto de estudio.  
-Elaborar un planteamiento riguroso del problema, apoyándose en estudios y estadísticas existentes en la bibliografía relevante en las ciencias sociales.  
-Desarrollar el estado del arte referente al problema a abordarse, incluyendo: a) el marco teórico; b) el marco institucional; y c) los estudios empíricos realizados por otros autores.  
-Elaborar la pregunta de investigación y su correspondiente hipótesis de trabajo.  
Identificar las técnicas de investigación relevantes, así como las contribuciones teóricas y prácticas de la investigación.  
-Desarrollar el índice de la investigación, consolidando una estructura y secuencia lógicas sobre el tratamiento del problema de investigación.  
-Analizar la bibliografía más relevante del campo de conocimiento que corresponda a la temática del trabajo.  
-Al fin del Semestre los alumnos deben contar con un protocolo bien elaborado que se constituya en la referencia obligada para el desarrollo de la investigación en los siguientes semestres, que incluya un plan de trabajo y cronograma para llevar a cabo la investigación, teórica, de campo o estudio de caso. Asimismo, deberá de entregar un avance aproximado del 25% del trabajo académico correspondiente.

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		Teóricas	Prácticas
1	Construcción de una propuesta metodológica de investigación	12	12
2	Selección de técnicas y diseño de instrumentos o herramientas de investigación	12	12
3	Diseño y planeación de la investigación	4	4
4	Elaboración de un plan de trabajo y cronograma para continuar con el desarrollo de la investigación	4	4
Total de horas:		32	32
Suma total de horas:		64	

**Contenido Temático**

<b>Unidad</b>	<b>Tema y Subtemas</b>
1	Construcción de una propuesta metodológica de investigación. 1.1 Propuesta metodológica de la investigación teórica, de campo o para el estudio de caso. 1.2 Operacionalización de las categorías teóricas o variables para la investigación teórica, de campo o para el estudio de caso.

	1.3 Selección y definición de las técnicas cualitativas y cuantitativas que correspondan a las necesidades de su investigación.
2	Selección de técnicas y diseño de instrumentos o herramientas de investigación. 2.1 Técnicas y herramientas o instrumentos de investigación documental: análisis de documentos escritos o audiovisuales, fuentes y fichas, bibliográficas, hemerográficas o gráficas. 2.2 Técnicas y herramientas de investigación de campo o estudios de caso: observación, entrevistas a profundidad, encuestas, grupos de discusión, historias de vida, cuestionarios, etc., según el tipo de investigación.
3	Diseño y planeación de la investigación 3.1 Diseño y planeación de las fases y etapas de recopilación, organización, sistematización, análisis e interpretación de la información. 3.2 Diseño y planeación del informe de la investigación teórica, de campo o del estudio de caso.
4	Elaboración de un plan de trabajo y cronograma para continuar con el desarrollo de la investigación. 4.1 Estructura y contenido del plan y cronograma por objetivos, metas, resultados y productos. 4.2 Plan y cronograma de actividades: recopilación, organización, sistematización, análisis e interpretación de la información. 4.3 Plan y cronograma de elaboración del informe de investigación.

#### Bibliografía Básica:

- Bernal Torres, César Augusto, *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*, Pearson Educación, México, 2006.
- Box-Steffensmeier, Janet, H.E. Brady, D. Collier, *The Oxford Handbook of Political Methodology*, Oxford University Press, Nueva York, 2010.
- Brady, Henry y David Collier, *Rethinking Social Inquiry*, Rowman & Littlefield, Nueva York, 2004.
- Gayou Jurgenson, Juan Luis, *Cómo hacer investigación cualitativa: fundamentos y metodología*, Paidós, México, 2007.
- Giroux, Sylvain, *Metodología de las ciencias humanas: la investigación en acción*, Fondo de Cultura Económica, México, 2004.
- King, Gary, Robert Keohane, Sidney Verba, *El diseño de la investigación social. La inferencia científica en los estudios cualitativos*, Alianza Editorial, Madrid, 2000.
- Morton, Rebecca B. *Methods and Models*, Cambridge University Press, Nueva York, 1999.
- Munck, Gerardo y R. Snyder, *Passion, Craft and Method in Comparative Politics*, The Johns Hopkins U. Press, 2007.
- Punch, Keith, *Introduction to Social Research. Quantitative and Qualitative Approaches*, Sage ed. Londres, 2005, 2a. edición.
- Ragin, Charles C. *Redesigning Social Inquiry. Fuzzy Sets and Beyond*, The University of Chicago Press, Chicago, 2008.

#### Bibliografía Complementaria:

- Hernández Sampieri, Roberto, *Metodología de la investigación*, McGraw Hill, México, 2006.
- Pardinás, Felipe, *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*, Siglo XXI, México, 2008.
- Blaxter, Loraine et. al., *Cómo se hace una investigación*, Gedisa, Madrid, 2001.
- Calderón Gama, Héctor Raúl, *Lecturas básicas de metodología de la investigación*, McGraw Hill Interamericana, México, 2003.
- Castañeda Jiménez, Juan, *Metodología de la investigación*, McGraw Hill, México, 2001.
- Corbetta, Piergiorgio, *Metodología y técnicas de investigación social*, McGraw Hill Interamericana, Madrid, 2007.
- García Fernández, Dora, *Metodología del trabajo de investigación: guía práctica*, Trillas, México, 2001.

#### Sugerencias didácticas:

Exposición oral	(X)
Exposición audiovisual	(X)
Ejercicios dentro de clase	(X)
Ejercicios fuera del aula	(X)
Seminarios	(X)
Lecturas obligatorias	(X)
Trabajo de Investigación	(X)
Prácticas de taller o laboratorio	( )
Prácticas de campo	( )
Otros:	

#### Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:

Exámenes Parciales	( )
Examen final escrito	( )
Trabajos y tareas fuera del aula	(X)
Exposición de seminarios por los alumnos	(X)
Participación en clase	(X)
Asistencia	(X)
Seminario	(X)
Otras:	

#### Línea de investigación:

Todas las líneas de los campos de conocimiento.

#### Perfil profesional:

Maestría o Doctorado en Comunicación.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**  
**PROGRAMA DE POSGRADO**  
**POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**  
 Programa de actividad académica



<b>Denominación:</b> Seminario de Investigación II			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 2	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación e Innovaciones Tecnológicas Comunicación Política y Opinión Pública Comunicación y Cultura	<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Obligatoria		<b>Horas</b>	<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórico-Práctica		<b>Teoría:</b> 2	<b>Práctica:</b> 2
<b>Modalidad:</b> Seminario		<b>Duración del programa:</b> Semestral	
		<b>Horas al Semestre</b>	64

**Seriación:** Sin Seriación ( ) Obligatoria ( ) Indicativa ( X )

**Actividad académica antecedente:** Seminario de Investigación I

**Actividad académica subsecuente:** Seminario de Investigación III

**Objetivo general:**  
-Orientar al alumno en el desarrollo de la investigación, conforme al objeto de estudio y al planteamiento teórico y metodológico adecuado.

**Objetivos específicos:**  
-Desarrollar una propuesta metodológica para el análisis de la problemática de investigación, desde el enfoque de las teorías y los métodos pertinentes a partir de la definición conceptual y la operacionalización de las categorías o variables y la selección de indicadores cualitativos y/o cuantitativos.  
-Seleccionar las técnicas pertinentes y diseñar los instrumentos para obtener la información necesaria para el análisis de la problemática.  
-Elaborar un plan de trabajo y un cronograma para llevar a cabo la investigación teórica, de campo o estudio de caso.

Índice Temático			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Construcción de una propuesta metodológica de investigación	12	12
2	Selección de técnicas y diseño de instrumentos de investigación	12	12
3	Diseño y planeación de la investigación	4	4
4	Elaboración de un plan de trabajo y cronograma para continuar con el desarrollo de la investigación, propuesta docente o informe académico de práctica profesional y/o laboral.	4	4
Total de horas:		32	32
Suma total de horas:		64	

**Contenido Temático**

Unidad	Tema y Subtemas
1	Construcción de una propuesta metodológica de investigación 1.1 Propuesta metodológica de la investigación teórica, de campo o para el estudio de caso 1.2 Operacionalización de las categorías teóricas o variables para la investigación teórica, de campo o para el estudio de caso 1.3 Selección y definición de las técnicas cualitativas y cuantitativas que correspondan a las necesidades de su investigación
2	Selección de técnicas y diseño de instrumentos o herramientas de investigación 2.1 Técnicas y herramientas o instrumentos de investigación documental: análisis de documentos escritos o audiovisuales, fuentes y fichas, bibliográficas, hemerográficas o gráficas 2.2 Técnicas y herramientas de investigación de campo o estudios de caso: observación, entrevistas a profundidad, encuestas, grupos de discusión, historias de vida, cuestionarios, etc., según el tipo de investigación
3	Unidad III. Diseño y planeación de la investigación 3.1 Diseño y planeación de las fases y etapas de recopilación, organización, sistematización, análisis e interpretación de la información

	3.2 Diseño y planeación del informe de la investigación teórica, de campo o del estudio de caso
4	Elaboración de un plan de trabajo y cronograma para continuar con el desarrollo de la investigación 4.1 Estructura y contenido del plan y cronograma por objetivos, metas, resultados y productos 4.2 Plan y cronograma de actividades: recopilación, organización, sistematización, análisis e interpretación de la información 4.3 Plan y cronograma de elaboración del informe de investigación

**Bibliografía Básica:**

- Bernal Torres, Cesar Augusto, *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*, Pearson-Educación, México, 2006.
- Caldérón Gama, Héctor Raúl, *Lecturas básicas de Metodología de la investigación*, McGraw-Hill Interamericana, México, 2003.
- García Fernández, Dora, *Metodología del trabajo de investigación: guía práctica*, Trillas, México, 2001.
- Giroux, Sylvain, *Metodología de las ciencias humanas: la investigación en acción*, Fondo de Cultura Económica, México, 2004.
- King, Gary, Robert Keohane, Sidney Verba, *El diseño de la investigación social. La inferencia científica en los estudios cualitativos*, Alianza Editorial, Madrid, 2000.
- Punch, Keith, *Introduction to Social Research. Quantitative and Qualitative Approaches*, Sage ed. Londres, 2005, 2a. edición.
- Tarrés, María Luisa Observar, *Escuchar y Comprender. Sobre la tradición cualitativa en la investigación social*, El Colegio de México-Miguel Ángel Porrúa-FLACSO, México, 2001.

**Bibliografía Complementaria:**

- Álvarez Gayou Jurgenson, Juan Luis, *Como hacer investigación cualitativa: fundamentos y Metodología*, Paidós, México, 2007.
- Blaxter, Loraine et. al., *Cómo se hace una investigación*, Editorial Gedisa, Madrid, 2001.
- Castañeda Jiménez, Juan, *Metodología de la investigación*, McGraw-Hill, México, 2001.
- Corbetta, Piergiorgio, *Metodología y técnicas de investigación social*, McGraw-Hill Interamericana, Madrid, 2007.
- Hernández Sampieri, Roberto, *Metodología de la investigación*, McGraw-Hill, México, 2006.
- Pardini, Felipe, *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*, Siglo XXI, México, 2008.

**Sugerencias didácticas:**

Exposición oral	(X)
Exposición audiovisual	(X)
Ejercicios dentro de clase	(X)
Ejercicios fuera del aula	( )
Seminarios	(X)
Lecturas obligatorias	(X)
Trabajo de Investigación	(X)
Prácticas de taller o laboratorio	( )
Prácticas de campo	( )
Otros:	

**Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:**

Exámenes Parciales	( )
Examen final escrito	( )
Trabajos y tareas fuera del aula	(X)
Exposición de seminarios por los alumnos	(X)
Participación en clase	(X)
Asistencia	(X)
Seminario	(X)
Otras: Elaborar el capítulo: Propuesta metodológica de investigación en el campo de la comunicación. Diseñar los instrumentos de recopilación de información.	
Elaboración de un plan y cronograma de trabajo de la fase de investigación documental, de campo o estudio de caso.	

**Línea de investigación:**

Todas las líneas de los campos de conocimiento.

**Perfil profesional:**

Maestría o Doctorado en Comunicación.

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Seminario de Investigación III			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 3	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación e Innovaciones Tecnológicas Comunicación Política y Opinión Pública Comunicación y Cultura	<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Obligatoria		<b>Horas</b>	<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Teórico-Práctica		<b>Teoría:</b> 2	<b>Práctica:</b> 2
<b>Modalidad:</b> Seminario		<b>Duración del programa:</b> Semestral	

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( ) Obligatoria ( ) Indicativa ( X )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Seminario de Investigación II
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Seminario de Graduación
<b>Objetivo general:</b> -Orientar al estudiante para el desarrollo de la investigación con base en la teoría y la metodología adecuadas al objeto de estudio.
<b>Objetivos específicos:</b> - Aplicar los métodos, las técnicas (cualitativas y cuantitativas) y los instrumentos de exploración y observación, en función de los requerimientos de la investigación del estudiante. - Organizar, sistematizar, analizar, evaluar y valorar los resultados de la investigación. - Redactar la versión preliminar de los capítulos correspondientes al avance de la investigación.

<b>Índice Temático</b>			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Métodos cualitativos y cuantitativos de investigación social	11	11
2	Presentación de informes académicos	11	11
3	Revisión de avances de trabajo escritos	10	10
Total de horas:		32	32
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

Unidad	Tema y Subtemas
1	Métodos cualitativos y cuantitativos de investigación social 1.1. Estrategias cualitativas de investigación social. 1.2. Investigación cualitativa comparada. 1.3. Métodos cuantitativos de investigación social 1.4. Aspectos éticos en la investigación en ciencias sociales
2	Presentación de informes académicos 2.1. Redacción académica de informes científicos. 2.2. Estilos de redacción académica.
3	Revisión de avances de trabajos escritos El contenido de esta etapa de redacción académica del trabajo escrito se determinará en función de la modalidad de trabajo para la graduación y del grado de avance de la investigación de cada alumno.

<b>Bibliografía Básica:</b>
- Babbie, E., <i>Fundamentos de la investigación social</i> , International Thomson Editores, México, 2000. - Denzin N.K. y Lincoln Y.S., editores <i>Handbook of Qualitative Research</i> . London: Sage Publications, 2000. - Eco, Umberto, <i>Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de estudio, investigación y escritura</i> , Gedisa, Barcelona, 1992.

- Fuentes Pujol, María Eugenia, *Metodología del trabajo intelectual y científico*, Promociones y publicaciones Universitarias, Barcelona, 1992.
- Garza Mercado, Ario, *Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales*, El Colegio de México, México, 1988.
- Giltrow, Janet, *Academic Writing: Writing and Reading in the Disciplines*, Broadview Press, 3a. edición, 2002.
- Sierra Bravo, Restituto, *Técnicas de Investigación Social. Teoría y ejercicios*, Paraninfo, Madrid, 1994.

**Bibliografía Complementaria:**

- Sierra Bravo, Restituto, *Tesis doctorales y trabajos de investigación científica*, Paraninfo, Madrid, 1994.
- Walker, Melissa, *Cómo escribir trabajos de investigación*, Gedisa, Barcelona, 2000.
- García, Ferrando et al., *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*, Alianza Universidad, Madrid, 1992.
- Orna, Elizabeth, Stevens Graham, *Cómo usar la información en trabajos de investigación*, Gedisa, Barcelona, 2000.

<p><b>Sugerencias didácticas:</b></p> <p>Exposición oral (X)</p> <p>Exposición audiovisual ( )</p> <p>Ejercicios dentro de clase (X)</p> <p>Ejercicios fuera del aula ( )</p> <p>Seminarios (X)</p> <p>Lecturas obligatorias (X)</p> <p>Trabajo de Investigación (X)</p> <p>Prácticas de taller o laboratorio ( )</p> <p>Prácticas de campo ( )</p> <p>Otros:</p>	<p><b>Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:</b></p> <p>Exámenes Parciales ( )</p> <p>Examen final escrito ( )</p> <p>Trabajos y tareas fuera del aula ( )</p> <p>Exposición de seminarios por los alumnos (X)</p> <p>Participación en clase (X)</p> <p>Asistencia (X)</p> <p>Seminario (X)</p> <p>Otras:</p>
<p><b>Línea de investigación:</b> Todas las líneas de los campos de conocimiento.</p>	
<p><b>Perfil profesigráfico:</b> Maestría o Doctorado en Comunicación.</p>	

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Laboratorio I			
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 1	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación e Innovaciones Tecnológicas Comunicación Política y Opinión Pública Comunicación y Cultura	<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Obligatoria		<b>Horas</b>	<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Práctica		<b>Teoría:</b> 0	<b>Práctica:</b> 4
<b>Modalidad:</b> Laboratorio		<b>Duración del programa:</b> Semestral	
<b>Horas al Semestre</b> 64			

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( ) Obligatoria ( ) Indicativa ( X )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Ninguna
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Laboratorio II
<b>Objetivo general:</b> -El laboratorio 1 tiene como objetivo principal guiar al estudiante de primer semestre en el diseño y aplicación de las herramientas y los instrumentos que lo orienten en el desarrollo de su investigación.
<b>Objetivos específicos:</b> - Identificar las herramientas para recolectar información pertinente a su objeto de investigación. - Desarrollar las habilidades necesarias para la búsqueda de las fuentes pertinentes a su objeto de estudio.

<b>Índice Temático</b>			
Unidad	Tema	Horas	
		Teóricas	Prácticas
1	Escenarios contemporáneos de la metodología en investigación	0	22
2	Los nuevos recursos tecnológicos para la búsqueda y registro de información en medios electrónicos	0	20
3	Estrategias para la sistematización de la información	0	22
Total de horas:		0	64
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

Unidad	Tema y Subtemas
1	Escenarios contemporáneos de la metodología en investigación 1.1 Escenarios contemporáneos de la metodología en investigación
2	Los nuevos recursos tecnológicos para la búsqueda y registro de información en medios electrónicos 2.1 Bases de datos académicas en línea 2.2 Journals electrónicos 2.3 Buscadores académicos especializados
3	Estrategias para la sistematización de la información 3.1 Uso del aparato crítico 3.2 Sistemas de referencias y citación 3.3 Fichas de investigación

<b>Bibliografía Básica:</b>
- Álvarez Gayou Jurgenson, Juan Luis, <i>Cómo hacer una investigación cualitativa; fundamentos y metodología</i> , Paidós, México, 2007.
- Bernal Torres, César Augusto, <i>Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales</i> , Pearson Education, México, 2006.
- Calderón Gama, Héctor Raúl, <i>Lecturas básicas de metodología de la investigación</i> , McGraw Hill Interamericana, México,

2003.

- Castañeda Jiménez, Juan, *Metodología de la investigación*, McGraw Hill, México, 2001.
- Corbetta, Piergiorgio, *Metodología y técnicas de investigación social*, McGraw Hill Interamericana, Madrid, 2007.
- Giroux, Sylvain, *Metodología de las ciencias humanas: la investigación en acción*, Fondo de Cultura Económica, México, 2004.
- Hernández Sampieri, Roberto, *Metodología y taller de investigación*, Mc graw Hill, México, 2006.
- Pardinás, Felipe, *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales*, Siglo XXI, México, 2008.
- Hernández Sampieri, Roberto et al., *Metodología de la investigación*, Mc Graw Hill, México, 2003.
- Blaxter, Loraine et al., *Cómo se hace una investigación*, Gedisa, España, 2001.

**Bibliografía Complementaria:**

- Castañeda Jiménez, Juan, *Metodología de la investigación*, McGraw Hill, México, 2001.
- Corbetta, Piergiorgio, *Metodología y técnicas de investigación social*, McGraw Hill Interamericana, Madrid, 2007.
- Eco, Umberto, *Cómo se hace una tesis. Técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura*, Gedisa, México, 1987.
- García Fernández, Dora, *Metodología del trabajo de investigación: guía práctica*, Trillas, México, 2001.

**Sugerencias didácticas:**

Exposición oral	(X)
Exposición audiovisual	( )
Ejercicios dentro de clase	(X)
Ejercicios fuera del aula	( )
Seminarios	(X)
Lecturas obligatorias	(X)
Trabajo de Investigación	(X)
Prácticas de taller o laboratorio	( )
Prácticas de campo	( )
Otros:	

**Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:**

Exámenes Parciales	( )
Examen final escrito	( )
Trabajos y tareas fuera del aula	(X)
Exposición de seminarios por los alumnos	(X)
Participación en clase	(X)
Asistencia	(X)
Seminario	(X)
Otras:	

**Línea de investigación:**

Todas las líneas de los campos de conocimiento.

**Perfil profesiográfico:**

Maestría o Doctorado en Comunicación.

	<b>UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO</b> <b>PROGRAMA DE POSGRADO</b> <b>POSGRADO EN CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES</b> <b>Maestría en Comunicación</b> <b>Programa de actividad académica</b>	
---	--	---

<b>Denominación:</b> Laboratorio II				
<b>Clave:</b>	<b>Semestre(s):</b> 2	<b>Campo de Conocimiento:</b> Comunicación e Innovaciones Tecnológicas Comunicación Política y Opinión Pública Comunicación y Cultura		<b>No. Créditos:</b> 8
<b>Carácter:</b> Obligatoria		<b>Horas</b>		<b>Horas por semana</b>
<b>Tipo:</b> Práctica		<b>Teoría:</b> 0	<b>Práctica:</b> 4	<b>Horas al Semestre</b> 64
<b>Modalidad:</b> Laboratorio			<b>Duración del programa:</b> Semestral	

<b>Seriación:</b> Sin Seriación ( ) Obligatoria ( ) Indicativa ( X )
<b>Actividad académica antecedente:</b> Laboratorio I
<b>Actividad académica subsecuente:</b> Ninguna
<b>Objetivo general:</b> -Ofrecer a los alumnos las herramientas teórico-metodológicas que permitan entender la importancia de las perspectivas cualitativas y cuantitativas tradicionales, así como de las nuevas propuestas metodológicas aplicadas en la investigación social.
<b>Objetivos específicos:</b> -Proponer una reflexión sobre la perspectiva cuantitativa de la investigación en las ciencias sociales. - Proponer una reflexión sobre la perspectiva cualitativa de la investigación en las ciencias sociales. - Revisar y trabajar con las principales técnicas cuantitativas de la investigación. - Revisar y trabajar con las principales técnicas cualitativas de la investigación. - Revisar y trabajar con las nuevas propuestas metodológicas en la investigación social. - Ofrecer herramientas teórico metodológicas que contribuyan al desarrollo de habilidades en torno a la concepción y uso de sistemas educativos.

<b>Índice Temático</b>			
<b>Unidad</b>	<b>Tema</b>	<b>Horas</b>	
		Teóricas	Prácticas
1	Técnicas cualitativas	0	22
2	Técnicas cuantitativas	0	22
3	Nuevas propuestas metodológicas	0	20
Total de horas:		0	64
Suma total de horas:		64	

#### Contenido Temático

<b>Unidad</b>	<b>Tema y Subtemas</b>
<b>1</b>	Técnicas cualitativas 1.1 La entrevista 1.2 La historia oral y de vida 1.3 Los grupos de discusión 1.4 La observación 1.5 Etnometodología e investigación cualitativa 1.6 La encuesta 1.7 El análisis de contenido 1.8 El uso de los programas de cómputo para el procesamiento y la sistematización de la información obtenida en el trabajo de campo
<b>2</b>	Técnicas cuantitativas 2.1 Técnicas de muestreo 2.2 Encuestas 2.3 Análisis de contenido
<b>3</b>	Nuevas propuestas metodológicas 3.1 Análisis histórico

	3.2 Análisis de prospectiva 3.3 Estudios regionales 3.4 Teoría de juegos 3.5 Análisis de redes 3.6 Aplicación de las nuevas tecnologías en los procesos educativos
--	--

**Bibliografía Básica:**

- Maingeneau, Dominique, *Términos claves del análisis del discurso*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1999.
- Plantin, Christian, *La argumentación*, Ariel, Barcelona, 1998.
- Ricoeur, Paul, *Teoría de la interpretación*, Siglo XXI-UIA, México, 2003.
- Van Dijk, Teun A., *El discurso como interacción social*, Gedisa, Barcelona, 2000.
- Van Dijk, Teun A., *Discourse studies. A multidisciplinary introduction. Discourse as interaction*, SAGE, Londres, 1997.
- Calsamiglia, Helena y Tusón, Amparo, *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*, 2ª. Edición, Ariel, Barcelona, 2007.
- Gimete-Welsh, Adrián, *Del signo al discurso*, UAM/Porrúa, México, 2005.
- Giménez, Gilberto, *El debate político en México a finales del siglo XX. Ensayo de análisis del discurso*, IIS-UNAM, México, 2008.
- Charaudeau, Patrick y Montes, Rosa Graciela, *El "tercero". Fondo y figura de las personas del discurso*, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México, 2009.
- Charaudeau, Patrick, *El discurso de la información. La construcción del espejo social*, Gedisa, Barcelona, 2003.
- Hodges, Robert, *Lenguaje, sociedad y discurso: una anamorfosis ante el nuevo milenio*, BUAP, México, 2009.
- Salgado Andrade, Eva, *¿Qué dicen los periódicos? Reflexiones y propuestas para el análisis de la prensa escrita*, CIESAS, México, 2009.

**Bibliografía Complementaria:**

- Austin, John L., *Cómo hacer cosas con palabras*, Paidós, Barcelona, 1962.
- Benveniste, Emile, *Problemas de lingüística general*, Siglo XXI, México, 1977.
- Grize, Jean Blaise, *Logique et langage*, Ophrys, París, 1990.
- Jakobson, Roman, *Ensayos de lingüística general*, Ariel, Barcelona, 1974.
- Barthes, Roland, *La aventura semiológica*, Paidós, Barcelona, 1970.
- Ducrot, Oswald, *Decir y no decir. Principios de semántica lingüística*, Anagrama, Barcelona, 1972.
- Escandell, M. Victoria, *Introducción a la pragmática*, Ariel, Barcelona, 1996.
- Pechêux, Michel, *Hacia el análisis automático del discurso*, Gredos, Madrid, 1969.
- Vignaux, George, *La argumentación: ensayo de lógica discursiva*, Hachette, Buenos Aires, 1976.
- Hodge, Robert y Kress, Gunther, *Social semiotics*, Cornell University Press, New York, 1988.
- Anscombre, Jean Claude y Ducrot, Oswald, *La argumentación en la lengua*, Gredos, Madrid, 1983.
- Puig, Luisa, *El discurso y sus espejos*, UNAM, México, 2009.
- Reboul, Olivier, *Introducción a la rhétorique*, Presses Universitaires de France, París, 1991.
- Weston, Anthony, *Las claves de la argumentación*, Ariel, Barcelona, 1994.
- Perelman, Chaim y Olbrecht Tyteca, Lucie, *Tratado de la argumentación. La nueva retórica*, Gredos, Madrid, 1989.
- Castaños, Fernando, *Las categorías básicas del análisis del discurso y la disertación Discurso. Cuadernos de teoría y análisis*, México, 1984, 5, 2, 11-28.
- González Ochoa, César, *De la semiología al análisis del discurso Acta poética IIFI-UNAM*, México, 2, 1980, 73-111.
- González Reyna, Susana, *La teoría del discurso como propuesta metodológica Acta sociológica. Convergencias interdisciplinarias en la reflexión metodológica de las ciencias sociales*, México, 45, 2006, 115-132.

**Sugerencias didácticas:**

Exposición oral	( )
Exposición audiovisual	( )
Ejercicios dentro de clase	(X)
Ejercicios fuera del aula	(X)
Seminarios	(X)
Lecturas obligatorias	( )
Trabajo de Investigación	(X)
Prácticas de taller o laboratorio	(X)
Prácticas de campo	(X)
Otros:	

**Mecanismos de evaluación de aprendizaje de los alumnos:**

Exámenes Parciales	( )
Examen final escrito	(X)
Trabajos y tareas fuera del aula	(X)
Exposición de seminarios por los alumnos	( )
Participación en clase	(X)
Asistencia	(X)
Seminario	( )
Otras:	

**Línea de investigación:**

Todas las líneas de los campos de conocimiento.

**Perfil profesiográfico:**

Maestría o Doctorado en Comunicación.