







At left, the
two women
are looking
at the
computer
screen.







Universidad Autónoma
de Sinaloa

ESCUELA DE CIENCIAS
SOCIALES

Av. de los Deportes S. N.
MAZATLAN. SIN.. MEXICO

CCC
AI
0027

Lic. Jorge Alberto Calles
Departamento de Comunicación
Universidad de las Américas

Por medio de la presente le estamos enviando la información requerida para la elaboración del catálogo de insituciones. Esperamos que no haya ningún problema con la fecha de envío, de ser así le pido nos lo comunique a la brevedad posible al teléfono (fax) de la Escuela, 81-21-00.

Sin más por el momento me despido.

A T E N T A M E N T E

LIC. JOSÉ MARIA ADAME DIAZ

Mazatlán, Sinaloa, 7 de Diciembre de 1992

CCC
AI
0027

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SINALOA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES/ MAZATLAN
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

INDICADOTRES

A) LA ENTIDAD FEDERATIVA

BREVE RECUENTO Y SITUACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN LA
LOCALIDAD
RADIODOFUSORAS

GRUPO ACIR

XEFIL

XEVU

XHMAT-FM

GRUPO OIR

XEACE

GRUPO NRM (RADIO MIL)

XEMMS

GRUPO ORPASA

XEST

XEVOX

XENX

GRUPO NUEVA RADIO MAZATLAN

XHMZT-FM

XHMZL (RADIO CULTURA DEL INST. CULTURAL DE OCCIDENTE)

GRUPO PROMOMEDIOS DEL PACIFICO

XETK

XERJ

XHZS-FM

TELEVISORAS

XHMZT CANAL 7

PERIODICOS

PERIODICO NOROESTE

PERIODICO EL SOL DEL PACIFICO

PERIODICO DEMOCRATA

PERIODICO EL SINALOENSE

SEMANARIOS

LA TALACHA

SEMANARIO AZ

SEMANARIO LA VOZ

MAZTURISMO

MAZATLAN GUIA

SE PUEDE SEÑALAR QUE LA SITUACION QUE GUARDAN LOS MEDIOS DE COMU-
NICACION CON DE LA LOCALIDAD ES ACEPTABLE. ES DECIR, EN TERMINOS
DE PRENSA, LA CIRCULACION DE SEMANARIOS INDEPENDIENTES HA VENIDO

2. MATERIAS Y CONTENIDOS TEMATICOS

Primer semestre

INTRODUCCION A LA SOCIOLOGIA

1. Introducci3n al Estudio de la Problemática de la Vida Social.
- 1.1. Preliminares
 - 1.2. La ciencia, aspectos básicos y funcionamiento: Un Modelo
 - 1.3. Clasificaci3n de la ciencia
 - 1.3.1. Las ciencias sociales
 - 1.3.2. Objeto de estudio de las ciencias sociales
 - 1.3.3. Enfoques teórico-metodológicos básicos en las ciencias sociales
 - 1.3.4. Clasificaci3n de las ciencias sociales
 - 1.3.4.1. Prácticas científico-sociales, diferenciadas e interconectadas
2. Desarrollo Teórico-Histórico de la Sociología: Problemas y Paradigmas.
- 2.1. Etapas del pensamiento sociológico
 - 2.2. El positivismo sociológico
 - 2.3. El marxismo
 - 2.4. La sociología clásica
 - 2.5. El estructural-funcionalismo
 - 2.6. La sociología contemporánea
 - 2.6.1. Enfoques básicos en sociología: conceptos y categorías
 - 2.6.2. Enfoque marxista
 - 2.6.3. Enfoque positivista

2.6.4.. Enfoque comprensivo

3. Niveles de Análisis e Intervención de la Sociología Contemporánea.

3.1. Niveles de análisis

3.2. Grupal

3.3. Organizacional

3.4. Institucional

3.5. Niveles de intervención

3.5.1. Psicosociológica

3.5.2. Organizacional

3.5.3. Socioanalítica.

4. Mercado de Trabajo y Prácticas Profesionales del Sociólogo.

4.1. La educación como campo profesional del sociólogo

4.2. La administración pública como campo profesional -- del sociólogo

4.3. La empresa como campo profesional del sociólogo

4.4. Otros grupos, organizaciones e instituciones como - campo profesional del sociólogo.

INTRODUCCION A LA ECONOMIA

1. Introducción a la Ciencia Económica.

1.1. El pensamiento mercantilista y su concepción de la riqueza

1.2. La escuela fisiocrática

1.3. El liberalismo económico: Adam Smith y David Ricardo

1.4. La crítica marxista

1.5. El pensamiento neoclásico

- 1.6. La revolución keynesiana
- 1.7. La crisis de intervencionismo estatal y el neoliberalismo económico

2. El Sistema Económico Moderno
 - 2.1. La población desde el punto de vista económico
 - 2.2. Los factores de producción
 - 2.3. La división del trabajo y el intercambio
 - 2.4. El ingreso y sus formas
 - 2.5. Los sectores de producción
 - 2.6. Los bienes y su clasificación
 - 2.7. Los flujos y su trayecto hacia el mercado
 - 2.8. Valor bruto y valor agregado
 - 2.9. Ingreso, consumo, ahorro e inversión

3. La Circulación en el Sistema Económico.
 - 3.1. Concepto de circulación
 - 3.2. Familias, empresas, mercado de bienes y servicios y mercado de factores
 - 3.3. Introducción al análisis de los precios

4. Relaciones con el Exterior.
 - 4.1. La división internacional del trabajo y el comercio exterior
 - 4.2. Las ventajas del comercio internacional
 - 4.3. La nueva definición del producto
 - 4.4. La inversión extranjera
 - 4.5. La balanza de pagos
 - 4.6. Mecanismos de ajuste

- 1.1.7. El conflicto Kampucheano
 - 1.1.8. El conflicto centroamericano
 - 1.1.9. El socialismo europeo
 - 1.1.10. El Commonwealth británico en Oceanía
2. La época del imperialismo y su impacto en el mundo contemporáneo. 1870-1918.
 - 2.1. Comercio internacional
 - 2.2. Transportes
 - 2.3. Monopolios
 - 2.4. Países imperialistas
 - 2.5. La expansión imperialista
 - 2.6. Imperios coloniales
 - 2.7. Estructura de dominación colonial
 - 2.8. La ciudad capitalista
 - 2.9. Las organizaciones sociales obreras
 - 2.10. Las organizaciones políticas de fin siglo
 - 2.11. Las conquistas obreras
 - 2.12. El colapso bélico
 - 2.13. Los tratados de paz
 - 2.14. Los efectos sobre la sociedad mundial
 - 2.15. Ciencia e imperialismo
 3. El periodo de entreguerras: recomposición y crisis.
 - 3.1. Antecedentes
 - 3.2. La caída del zarismo
 - 3.3. Bolcheviques y Mencheviques
 - 3.4. La revolución bolchevique
 - 3.5. Revolución en un solo país Vs. revolución permanente
 - 3.6. Los alcances mundiales de la revolución de octubre: ideología
 - 3.7. Organización fascista
 - 3.8. Fuerzas sociales
 - 3.9. Impacto sobre Europa
 - 3.10. Ideología del fascismo
 - 3.11. Fascismo: experiencia de gobierno
 - 3.12. El colapso fascista
 - 3.13. El sistema político liberal europeo
 - 3.14. Crisis y sociedad
 - 3.15. El modelo de acumulación capitalista de la década de los 20's
 - 3.16. Los efectos de la crisis
 - 3.17. Efectos mundiales de la crisis
 - 3.18. Las salidas a la crisis
 - 3.19. La crisis polaca en 1939
 - 3.20. La configuración de las alianzas: eje y aliados
 - 3.21. La guerra europea
 - 3.22. El fin de la guerra
 - 3.23. Las instituciones de la posguerra
 5. La segunda posguerra: reparto del mundo y crisis colonial
 - 5.1. La nueva división internacional
 - 5.2. La guerra fría
 - 5.3. La ruptura chino soviética
 - 5.4. La "coexistencia pacífica"

5. El Estado en la economía.

5.1. Naturaleza de la intervención del Estado en la
Economía

5.2. La intervención del Estado en los países
desarrollados y subdesarrollados

5.3. Las funciones económicas del Estado

5.4. La política fiscal

5.5. La crisis del Estado interventor

6. El Sistema Monetario y Financiero.

6.1. El origen del dinero

6.2. Las funciones del dinero

6.3. Diversidad de los medios de pago

6.4. La banca y sus orígenes

6.5. La banca comercial

6.6. El banco central

6.7. Otros intermediarios financiero

Segundo Semestre

HISTORIA MUNDIAL

1. Introducción a la Historia Mundial

- 1.1. La división geopolítica del mundo
 - 1.1.1. África
 - 1.1.2. Asia (Eurasia)
 - 1.1.3. América
 - 1.1.4. Europa
 - 1.1.5. Oceanía
 - 1.1.6. El conflicto sud-africano

- 5.5. La guerra indochina
- 5.6. La guerra de Corea
- 5.7. Perspectiva económica:empresas trasnacionales
- 5.8. Orden económico internacional
- 5.9. Experiencias de integración económica:CEE, COMECON, ALALC
- 5.10. Experiencias de descolonización en Asia y Africa

Segundo semestre

CRITICA A LA ECONOMIA POLITICA

1. Introducción

- 1.1. Economía política y crítica de la economía política
- 1.2. El objeto de "El Capital"
- 1.3. El método de investigación y exposición

2. Teoría del valor.

- 2.1. La mercancía y su estructura interna
- 2.2. El doble carácter del trabajo
- 2.3. El valor: sustancia, magnitud y forma
- 2.4. La forma fetiche de la mercancía: trabajo privado y trabajo social
- 2.5. Proceso de cambio y dinero
- 2.6. Las funciones del dinero

3. Teoría del plusvalor

- 3.1. La transformación del dinero en capital
- 3.2. La fórmula general del capital
- 3.3. Contradicciones de la fórmula general
- 3.4. La forma mercancía de la fuerza de trabajo
- 3.5. Proceso de trabajo y proceso de valorización
- 3.6. Trabajo productivo y trabajo improductivo
- 3.7. Creación y conservación del valor
- 3.8. Formas de extracción del plusvalor

4. El salario y sus formas.

- 4.1. El valor de la fuerza de trabajo y su transformación en salario.
- 4.2. El valor de trabajo y el valor de la fuerza de trabajo
- 4.3. Salario por tiempo y salario por pieza

5. Teoría de la acumulación.

- 5.1. La reproducción simple del capital
- 5.2. La reproducción ampliada del capital
- 5.3. La composición orgánica del capital
- 5.4. La ley general de la acumulación capitalista
- 5.5. La ley capitalista de población

Tercer semestre

HISTORIA DE MEXICO

1. El Porfiriato.
 - 1.1. Los resultados de las Leyes de Reforma y la reestructuración de la economía, la política y la cultura en México
 - 1.2. El positivismo y la reforma educativa en México
 - 1.3. La inversión extranjera y la primera fase de industrialización del país
 - 1.4. El fortalecimiento de la clase hacendaria en México
 - 1.5. La política porfiriana y los precursores de la revolución: los magonistas y el PLM

2. La Revolución Mexicana.
 - 2.1. El movimiento maderista
 - 2.2. El villismo y el zapatismo
 - 2.3. El constitucionalismo y la soberanía: Convención Revolucionaria de Aguascalientes
 - 2.4. El obregonismo
 - 2.5. El callismo y el maximato

3. El cardenismo
 - 3.1. La conformación del PRM
 - 3.2. Las reformas sociales y el movimiento de masas

4. Los gobiernos poscardenistas
 - 4.1. El alemanismo y la nueva política revolucionaria
 - 4.2. La conformación del PRI
 - 4.3. La nueva industrialización

5. La crisis del sistema y los movimientos estudiantiles de 1968.
 - 5.1. La crisis del nacional desarrollismo
 - 5.2. Los estudiantes y las luchas políticas de las clases medias
 - 5.3. El sindicalismo independiente
 - 5.4. El fin del populismo del régimen de la revolución y los inicios del neoliberalismo
 - 5.4.1. El régimen de López Portillo
 - 5.4.2. La transición de la madrista del estado intervencionista al estado neoliberal
 - 5.4.3. La emergencia empresarial y el panismo en los 80's

6. Análisis de coyuntura.

- 6.1. La modernización salinista y la emergencia del cardenismo
 - 6.1.1. Las elecciones de 1988
 - 6.1.2. El proyecto salinista
 - 6.1.3. Las respuestas políticas al salinismo

Cuarto semestre

HISTORIA DEL PENSAMIENTO POLITICO

1. Introducción al pensamiento político.
 - 1.1. Las características de lo político: el poder, el Estado, régimen, gobierno, partidos, soberanía, legalidad, legitimidad.
2. Grecia y Roma.
 - 2.1. Platón: La República Ideal
 - 2.2. Aristóteles: La democracia
 - 2.3. Polibio: Su paradigma de las formas de gobierno
3. Los pensadores medievales.
 - 3.1. Santo Tomás
 - 3.2. Tolomeo de Luca
 - 3.3. Egideo Romano
 - 3.4. Nicolás Maquiavelo
 - 3.5. Juan Budino
4. La ilustración.
 - 4.1. Thomas Hobbes: Formas de gobierno
 - 4.3. John Locke: Economía Política y soberanía
 - 4.4. Montesquieu: La teoría y el equilibrio de los poderes
5. El idealismo Alemán.
 - 5.1. Hegel: La filosofía de la Historia, el Estado y el Derecho
6. Los socialistas utópicos.
 - 6.1. Owen: La política obrera y el socialismo
 - 6.2. Cabet: La política obrera y el socialismo
 - 6.3. Fournier: La política obrera y el socialismo
7. El positivismo.
 - 7.1. El progreso y la ciencia
 - 7.2. Conceptualización de modernidad y equilibrio
8. Marx.

- 8.1. La Economía Política y la Crítica de la sociedad capitalista
9. Los anarquistas.
 - 9.1. La crítica anarquista de la sociedad capitalista y la sociedad libertaria
 - 9.2. Proudhon: Las sociedades cooperativistas
 - 9.3. Bakunin: El partido obrero y la crítica del Estado
10. Max Weber.
 - 10.1. El Estado contemporáneo, el político moderno y el carisma
 - 10.2. La relación entre ciencia y política
 - 10.3. El papel de la ideología en desarrollo del capitalismo.

CCC
AI
0027



Consejo Nacional para la Enseñanza
y la Investigación de las Ciencias
de la Comunicación CONEICC

**XXXI ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA
UNIVERSIDAD DE SONORA
Hermosillo, Sonora
18 y 19 de abril de 1991.**

México, D.F., marzo 1° de 1991.

Muy estimado colega:

Tal como lo acordamos en nuestra anterior Asamblea, los días 18 y 19 de abril celebraremos nuestra.

XXXI ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA

con el siguiente

ORDEN DEL DIA

1. Apertura de la Asamblea
2. Lectura y aprobación del Acta de la XXX Asamblea General y revisión de Acuerdos.
3. Aprobación del Orden del Día.
4. Nuevos miembros y observadores.
5. Informe del Comité Coordinador 1988-1991
6. Informe del Presidente 1988-1991.
7. Toma de posesión del Comité Coordinador 1991-1994.
8. Programa de trabajo del Comité Coordinador entrante.
9. Sesión de trabajo por grupos regionales.
10. VII Encuentro FELAFACS (VII Encuentro CONEICC).
11. Temas de discusión, experiencias y noticias académicas.
12. Sede y fechas de la XXXIII Asamblea General.
13. Clausura de la Asamblea.

La sede de nuestra Asamblea será la Universidad de Sonora, en Hermosillo Sonora, de donde estarás recibiendo la información sobre la logística de la misma. El Hotel sede será el Hotel Holiday Inn de la ciudad de Hermosillo. La Lic. Patricia González, idirectora de la Escuela de Psicología y Ciencias de la Comunicación, circulará la información pertinente. La dirección y teléfonos de la Universidad de Sonora son:

Rosales esq. Blvd. Encinas
Hermosillo, Sonora
C.P. 83000, MEXICO

Tels. (9162) 17-3181 / 174185 / 17-3575 ext. 104 FAX: (9162) 12-3271.
Tel. Particular de la Lic. Patricia González: (9162) 15-3858.

Es importante que contemos para esta Asamblea con el directorio actualizado y con el Catálogo de Instituciones. Si no has enviado la información pertinente, por favor hazlo vía FAX a los números: (915) 593-5194, 683-7830 en México, D.F.

En espera de vernos pronto, recibe un cordial saludo.

A T E N T A M E N T E

Mtro. Luis Núñez Gornés
Presidente 1988-1991

Mtro. Jorge Calles Santillana
Presidente Electo.

papel fundamental. Particularmente en la prensa escrita y en la radio, el reflejo de la pluralidad está dejando atrás el vicio añejo de la unanimidad conformista con el régimen en turno. Evidentemente, falta un largo trecho por recorrer, sobre todo en la televisión local; pero, el rol protagónico de algunos periódicos independientes y la canalización de la voz pública a través de la radio, están ganando espacios en la configuración de la opinión pública.

Durante la guerra revolucionaria empezaron a presentarse modificaciones sociales, políticas y económicas en la entidad. Al término del movimiento armado tales cambios fueron consolidados. La política económica gubernamental dejó a Sinaloa como entidad agrícola. Un reparto agrario parcial, pero pacificador, en los valles del norte y las obras hidrológicas le dieron ese perfil. Sólo hasta la expansión de la siembra de estupefacientes, hacia la década de los sesentas, el campo sinaloense gozó de tranquilidad y relativo progreso.

La crisis económica del país, metió a Sinaloa en una espiral en la que se combinan la desigualdad social y la narcoviolencia en un coctel explosivo. Lo mismo ha propiciado el florecimiento de movimientos universitarios y populares-campesinos, terrorismo guerrillero, narcoterror y narcopolítica. Las consecuencias han consistido en una radical transformación de la distribución de la población sinaloense que, para los ochenta, ya estaba concentrada mayoritariamente en las ciudades. Para algunos estudiosos Sinaloa se encuentra, al finalizar el siglo XX, en la frontera de su desarrollo agrícola y en la perspectiva de una diversificación económica que ya resulta urgente. Los resagos en materia de empleo, salud y seguridad pública reclaman especial atención. Tanto en las ciudades como en las pequeñas localidades es, a todas luces necesaria la promoción de actividades productivas complementarias y alternativas a las agropecuarias.

La escena política sinaloense de fines de siglo, igualmente perfila el surgimiento de condiciones inéditas en materia de competencia electoral y recomposición de los grupos de presión. En este terreno, los medios de comunicación están jugando un

medio de las secuelas de asonadas, imposiciones caciquiles y escándalos. De los eventos rescatables de la historiografía local en este periodo destacan las derrotas inflingidas a la fuerza invasora francesa, una en la defensa del puerto de Mazatlán en marzo de 1864 y la otra en San Pedro. Batalla, esta última, que impidió la toma de Culiacán, única capital de estado, en México, que nunca ha sido ocupada por tropas extranjeras.

El porfiriato sirvió aquí para generar las bases del desarrollo económico sustentado en la agricultura, que después de la revolución se convirtió en el eje de la política gubernamental. La profunda desigualdad social ocasionada por la inequitativa distribución de la riqueza, la inmovilidad política y los conflictos de intereses entre los grupos de poder económico regional dieron pie para que en Sinaloa se presentara un escenario prerrevolucionario en 1909. El motivo aparente fue la disputa por la sucesión forzada del gobernador del estado, al morir el General Francisco Cañedo ejecutivo del estado durante desde el inicio de la dictadura de Díaz.

La revolución tuvo en este estado una importante aportación. Buena parte de la fuerza social que se aglutinó en 1909 alrededor del candidato independiente José Ferrel se convirtió en un conglomerado organizado promotor de las ideas maderistas. El fraude electoral en la elección de gobernador había calentado los ánimos, de tal suerte que la situación era propicia para el llamado del Plan de San Luis. En Sinaloa, antes del estallido revolucionario ya había movilizaciones y conjuras; una de ellas fue descubierta y asesinado su cabecilla, Gabriel Leyva.

colonización más importantes en la región. Los jesuitas establecieron en el norte sinaloense algunas misiones que fueron claves para la expansión de la presencia española en el área.

Durante la Nueva España, el territorio de Sinaloa fue parte de la Nueva Galicia y la Nueva Vizcaya, primero; y, de la intendencia de Sonora-Sinaloa, más tarde, como resultado de las llamadas reformas borbónicas.

La guerra civil por la independencia tuvo en Sinaloa dos escenarios: el primero cuando Don José María Hermosillo, por encomienda del cura Hidalgo, logró integrar un buen contingente y sorprender a los realistas en el Mineral de Nuestra Señora del Rosario, haciéndose de fondos para la causa. Pero, el alzamiento fue rápidamente sofocado. Al dirigirse los insurgentes rumbo al rico mineral de Cosalá fueron derrotados por las tropas comandadas por el Intendente José García Conde; el mismo García Conde, diez años después de ese hecho, protagonizó el segundo suceso, al encargarse de proclamar la independencia de México en Sinaloa, mediante la Jura del Plan de Iguala.

En la primera etapa del México independiente Sinaloa se vió convulsionada al igual que el resto del país. En medio de confrontaciones intestinas por el poder local, en 1830 nace Sinaloa, como ya se anotó antes. Estas luchas se prolongan durante casi todo el siglo pasado, generando una profunda inestabilidad política en la entidad. Se confunden, a veces, con los enfrentamientos de carácter nacional entre conservadores y liberales; pero, casi siempre, es posible distinguir la definición propia de los bandos y sus intereses regionales, en

DESCRIPCION HISTORICA DE LA ENTIDAD .

CCC
AI
0027

En 1831 surge el estado de Sinaloa con la configuración territorial actual, como resultado de la separación del estado Sonora-Sinaloa, que por algún tiempo -al inicio de la época del México independiente-, se llamó Estado de Occidente.

Sinaloa posee una importante, aunque no muy conocida, riqueza cultural precortesiana. Todavía hoy, en el norte del estado sobreviven pequeños núcleos de población indígena -mayos-, descendientes de los grupos sedentarios que habia en este territorio a la llegada de los españoles. Los vestigios de las ancestrales culturas sinaloenses no son monumentales, salvo los escasos petroglifos que se pueden localizar en distintos puntos de las costas y sierras sinaloenses. Las evidencias arqueológicas demuestran que hubo aquí sociedades con un grado de desarrollo similar al de la mayoría de los grupos mesoamericanos, que convivían -en conflicto constante- con grupos nómadas de carácter hostil, conocidos como Xiximes.

En el aspecto mitológico, de acuerdo con algunas versiones, el territorio de lo que hoy es Sinaloa fue parte del itinerario seguido por las tribus nahuas en su peregrinar hacia el sitio donde fundarían Tenochtitlan. El nombre de la capital del estado, Culiacán, es señalado como evidencia al respecto pues un sitio de nombre similar está indicado en los códices referidos a la peregrinación azteca.

Nuño de Guzmán inició la conquista de estas tierras. También estuvo por aquí Hernán Cortés, aunque de paso en su exploración hacia la península de California. Sin embargo, Francisco de Ibarra fue quien encabezó las expediciones de conquista y

A ENRIQUECER EL EJERCICIO DEL PERIODISMO CRITICO EN MAZATLAN, SI BIEN ES CIERTO NO COMPITEN EN INFRAESTRUCTURA Y CIRCULACION CON LOS DOS DIARIOS MAS IMPORTANTES, COMO SON EL SOL DEL PACIFICO Y NOROESTE, SI COMPITEN Y CON MUCHO EN EL EJERCICIO CRITICO DEL PERIODISMO.

EN LO REFERENTE A LA RADIO NO HAY GRAN DIFERENCIA CON LAS DEL RESTO DEL PAIS, BASTA CON VER LOS GRUPOS RADIOFONICOS. LA PROGRAMACION ESTA BASADA EN PROGRAMAS DE COMPLACENCIAS, PRINCIPALMENTE, Y ALGUNOS NOTICIEROS . ES DECIR, EL ESQUEMA DE RADIO COMERCIAL ES EL IMPERANTE.

EL CASO DE RADIO CULTURA DEL INSTITUTO CULTURAL DE OCCIDENTE, ESCUELA PRIVADA PROPIEDAD DE SACERDOTES DE ORIGEN ITALIANO, ES NUEVO EN MAZATLAN. SU PROGRAMACION ESTA CONSTITUIDA PRINCIPALMENTE POR MUSICA CLASICA Y SEMICLASICA, ASI COMO EDITORIALES SOBRE INFORMACIONES RELEVANTES EN EL ESTADO Y EL RESTO DEL PAIS .

EN LO RELATIVO A TELEVISION PODEMOS AFIRMAR QUE ES UN MEDIO POCO EXPLOTADO EN EL PUERTO. LA UNICA TELEVISORA QUE EXISTE PRODUCE PRINCIPALMENTE PROGRAMAS DE ENTRETENIMIENTO Y NOTICIEROS; SE HA HECHO EL INTENTO POR PRODUCIR PROGRAMAS DE INTERES SOCIAL Y CONTENIDO CULTURAL, SIN EMBARGO HAN CORRIDO CON POCA SUERTE DEBIDO AL POCO PATROCINIO.

CANAL 7 ES UNA TELEVISORA PEQUEÑA (TRANSMITE DE 7.00 A.M. A 15.30 HRS. PARA DEJAR PASO A LA PROGRAMACION DE XHGC CANAL 5 Y RETOMAR A LAS 22.00 HRS. A 0.00 HRS. SU PROGRAMACION LOCAL), CON ESCASO EQUIPO TECNICO E INSTALACIONES REDUCIDAS, LO HACE QUE SUS PRODUCCIONES TENGAN POCA CALIDAD, AUNQUE ES JUSTO DECIR QUE EN LOS DOS ULTIMOS AÑOS HA HABIDO UN ESFUERZO POR CAMBIAR PROGRAMACION Y SOBRE TODO CALIDAD DE PRODUCCION.

EN CONCLUSION, LOS MEDIOS DE COMUNICACION QUE EXISTEN EN MAZATLAN VIVEN LO QUE PODRIA LLAMARSE UNA ETAPA DE DESARROLLO; EN INFRAESTRUCTURA Y SOBRE TODO EN CONTENIDOS.

B) LA INSTITUCION

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES (UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SINALOA)
PUBLICA
AÑO DE FUNDACION 1974

DIRECTOR: LIC. JOSE MARIA ADAME DIAZ
COORDINADOR DEL CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIALES (CIS): MTRO.
MARCIAL MARTINEZ DEL VILLAR
COORDINADOR DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION:
LIC. GUILLERMINA VAZQUEZ DUEÑAS

C) LA INSTANCIA

LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION ESTA INTEGRADA A LA ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES, EN ELLA SE IMPARTEN DOS LICENCIATURAS MAS: SOCIOLOGIA Y ECONOMIA, POR LO TANTO EL PERSONAL ADMINISTRATIVO, QUE ESTA COMPUESTO POR TRES SECRETARIAS Y DOS KARDISTAS, NO ES EXCLUSIVO DE LA LICENCIATURA.

LOS PROFESORES QUE TRABAJAN PARA LA LICENCIATURA SON 26 ENTRE TIEMPOS COMPLETOS DE LA PROPIA LICENCIATURA Y DE LAS OTRAS QUE SE IMPARTEN EN LA ESCUELA, ASIGNATURA BASE E INTERINOS.

PROGRAMAS: 41 (QUE FORMAN LA CURRICULA TOTAL DE LA LICENCIATURA)
* LOS PROGRAMAS SE AÑADEN AL MATERIAL QUE QUE ENVIAMOS EN FOTOCOPIAS.

POBLACION ESTUDIANTIL: 720
MUJERES: 471
HOMBRES: 249

PROCEDENCIA GEOGRAFICA	SINALOA:	650
	NAYARIT:	18
	SONORA:	12
	BAJA CALF. SUR:	4
	MEXICO, D.F.:	8
	MICHOACAN:	3
	HIDALGO:	3
	TABASCO:	3
	EDO. DE MEXICO:	2
	BAJA CALF. NORTE:	2
	GUERRERO:	2
	GUANAJUATO:	2
	CHIHUAHUA:	2
	OXACA:	2
	TAMAULIPAS:	2
	MONTERREY:	2
	GUANAJUATO:	2
	VERACRUZ:	2

GENERACIONES EGRESADAS: 18
NUMERO DE EGRESADOS: 68

CUERPO DOCENTE

TIEMPOS COMPLETOS

MTRO. JOSE MARIA ADAME DIAZ (AREA DE ESPECIALIZACION: FOTOGRAFIA Y TEORIAS DE LA COMUNICACION)

MTRO. ROBERT NERY CORDOVA (AREA DE ESPECIALIZACION: REDACCION PERIODISTICA)

DR. JOSE LUIS BERAUD LOZANO (AREA DE ESPECIALIZACION: TEORIAS DE LA COMUNICACION E INVESTIGACION)

LIC. OCTAVIO YANEZ (AREA DE ESPECIALIZACION DISEÑO GRAFICO)

LIC. GILBERTO GALINDO (AREA DE ESPECIALIZACION: ESTADISTICA E INVESTACION)

ASIGNATURA

ORGANIGRAMA



LIC. ELISEO RUIZ SALAZAR (AREA DE ESPECIALIZACION: REDACCION PERIODISTICA Y COMUNICACION ORGANIZACIONAL)
LIC. GUILLERMINA VAZQUEZ DUENAS (AREA DE ESPECIALIZACION TEORIAS DE LA COMUNICACION E INVESTIGACION)
LIC. MARTHA MENDIVIL (AREA DE ESPECIALIZACION TEORIAS DE LA COMUNICACION)
LIC. CESAR SOTO (AREA DE ESPECIALIZACION INVESTIGACION Y TEORIAS DE LA COMUNICACION)
LIC. VLADIMIR SOTO (AREA DE ESPECIALIZACION PRODUCCION TELEVISIVA)
LIC. JOSE GONZALEZ (AREA DE ESPECIALIZACION PRODUCCION RADIOFONICA Y REDACCION PERIODISTICA)
LIC. GUILLERMO LOPEZ MORENO (AREA DE ESPECIALIZACION TEORIAS DE LA COMUNICACION)
LIC. CARMEN RIOS BELTRAN (AREA DE ESPECIALIZACION RELACIONES PUBLICAS)
LIC. RODRIGO ALFONSO FRANCO (AREA DE ESPECIALIZACION REDACCION PERIODISTICA Y CINE)
LIC. MANUEL MUÑOZ MEDINA (AREA DE ESPECIALIZACION DISEÑO GRAFICO)
LIC. MANUEL BENITEZ BORREGO (AREA DE ESPECIALIZACION PSICOLOGIA SOCIAL)
*LIC. PATRICIA GARDUÑO (AREA DE ESPECIALIZACION REDACCION PERIODISTICA)
*LIC. HERIBERTO ARIAS (AREA DE ESPECIALIZACION LEGISLACION)
*LIC. JOSE LUIS FRANCO (AREA DE ESPECIALIZACION REDACCION)
*LIC. GUDBERTO VIVIAN (AREA DE ESPECIALIZACION REDACCION)
*LIC. FERNANDO SAINZ IRIBE (AREA DE ESPECIALIZACION MATEMATICAS)
*MTRO. ALFREDO AVANTES (AREA DE ESPECIALIZACION INFORMATICA)
LIC. RAMON CEBALLOS (AREA DE ESPECIALIZACION (HISTORIA E INVESTIGACION)
LIC. LUIS HUMBERTO MARTINEZ (AREA DE ESPECIALIZACION (TEORIA ECONOMICA)
*LIC. ENRIQUE VEGA AYALA (AREA DE ESPECIALIZACION HISTORIA)
*DR. ARTURO SANTAMARIA GOMEZ (AREA DE ESPECIALIZACION HISTORIA)

* PROFESORES DE TIEMPO COMPLETO EN LICENCIATURAS COMO ECONOMIA, SOCIOLOGIA Y BIOLOGIA PESQUERA.

INFRAESTRUCTURA:

LA LICENCIATURA ESTA INTEGRADA A LA INSTITUCION Y LAS AULAS SON COMPARTIDAS CON LAS OTRAS DOS CARRERAS QUE SE IMPARTEN EN LA ESCUELA.

LABORATORIOS:

LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION CUENTA CON LABORATORIO DE TELEVISION, RADIO, FOTOGRAFIA Y COMPUTACION LOS CUALES SE ENCUENTRAN UBICADOS EN LAS INSTALACIONES DE LA ESCUELA, LAS MEDIDAS SON DE APROXIMADAMENTE 5 M. X 4 M. LOS TRES PRIMEROS LABORATORIOS SON USADOS POR LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACION, EN TANTO QUE EL LABORATORIO DE COMPUTO ES COMPARTIDO CON LOS ESTUDIANTES DE LAS OTRAS DOS CARRERAS.

EQUIPO:

LABORATORIO DE T.V.

1 VIDEO CASSETTERAS VHS DE DOS CABAEZAS
3 VIDEO CASSETTERAS VHS DE CUATRO CABEZAS EDITORAS
3 VIDEO CAMARAS VHS
7 TELEVISIONES EN COLOR DE 42, 27,19,12,10 Y 6 PULGADAS
1 TITULADOR DE VIDEO
1 EDITORA DE VIDEO
1 MEZCLADORA DE AUDIO
1 MICROFONO DOBLE SOLAPA
1 MICROFONO UNIDIRECCIONAL
1 CAMARA 3/4
1 SELECTOR DE VIDEO
1 PROYECTOR DE DIAPOSITIVAS
1 RETROPROYECTOR
1 REGULADOR DE VOLTAJE DE TRES ENTRADAS
1 MODULAR DE SONIDO
3 TRIPIES
TODO EL EQUIPO ARRIBA ENUMERADO ES UTILISADO PARA PRACTICAS EN
T.V. Y APOYO EN ALGUNAS MATERIAS DE LA LICENCIATURA

LABORATORIO DE RADIO

1 AMPLIFICADOR
1 GRABADORA DE CARRETE ABIERTO
1 DECK
1 TORNAMESA
1 REPRODUCTOR DE DISCOS COMPACTOS
3 MICROFONOS
2 PEDESTALES
2 BOCINAS
5 CINTAS
20 CINTAS GRABADAS (PARA APOYO EN CLASE)
20 DISCOS LP
10 DISCOS COMPACTOS
EQUIPO UTILIZADO PARA PRACTICAS EN PRODUCCION RADIOFONICA Y TV

LABORATORIO DE FOTOGRAFIA

2 AMPLIADORAS BLANCO Y NEGRO
1 AMPLIADORA EN COLOR
2 MARGINADORAS
1 APARATO DE CONTACTOS
4 CILINDROS DE REVELADO
1 CARGADOR
1 BOLSA PARA REVELADO
1 CIFON
1 TRIPIE
1 RELOJ
1 CAMARA REFLEX
PINZAS
EQUIPO UTILIZADO PARA LAS PRACTICAS EN LA MATERIA DE FOTOGRAFIA

LABORATORIO DE COMPUTACION

4 COMPUTADORAS 512 KB 2 DRIVES 360 KB
1 COMPUTADORA 640 KB 2 DRIVES 360 KB

1 COMPUTADORA 640 1 DRIVE 360 KB
1 COMPUTADORA 640 KB 40 MB DISCO DURO
1 COMPUTADORA 40 MB 1.2 MB DISCO DURO ALTA DENSIDAD
3 COMPUTADORAS AT 286 I MB 40 MB DISCO DURO
1 COMPUTADORA AT 386 4 MB 120 MB DISCO DURO
1 IMPRESORA PRINTAFORM MATRIZ DE IMPACTO
1 IMPRESORA EPSON 5500

5 REGULADORES

ESTE EQUIPO DE COMPUTO SE COMPARTE CON LAS LICENCIATURAS DE ECONOMIA Y SOCIOLOGIA, EL CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCILAES Y CURSOS EXTRA CURRICULARES

BIBLIOTECA: ES COMPARTIDA CON LAS OTRAS DOS CARRERAS.
TOTAL DE VOLUMENES:5,421
ESPECIALIZADOS: 211

RELACION CON EL ENTORNO

SERVICIOS A LA COMUNIDAD: EL ASPECTO EN EL QUE MAS SE HA TRABAJADO HASTA LA FECHA ES EN LA ELABORACION DE ENCUESTAS PARA MEDICION DE AUDITORIO EN RADIO Y PROCESOS ELECTORALES (CASO MAS RECIENTE SON LAS ELECCIONES DEL MES DE NOV. DEL 92).

ATRAVES DEL CENTRO DE INVESTIGACIONES SOCIALES LOS PROFESORES DE TIEMPO COMLPETO REALIZAN TRABAJO DE INVESTIGACION ENTORNO A LA ECOLOGIA, LOS MEDIOS Y PROCESOS ELECTORALES DONDE EN ALGUNOS CASOS SON AXULIADOS POR ESTUDIANTES DE LA CARRERA.

PRDUCCION HACIA EL EXTERIOR:

PLUBICACION BIMESTRAL PUNTO Y APARTE, PERIODICO QUE ES DISTRIBUIDO ENTRE LAS ESCUELAS DE NIVEL SUPERIOR EN LA LOCALIDAD.

F. FUNDAMENTACION DEL AREA DE TEORIAS DE LA COMUNICACION

El área de Teorías de la Comunicación, es, por definición, la directriz que provee al estudiante de esta carrera, de todos los elementos teóricos y conceptuales que como comunicólogo debe poseer, dentro de una perspectiva integradora del todo social, es decir que el profesionista de esta especialidad será capaz de relacionar sus conocimientos con las de otras disciplinas y no quedará limitado a un conocimiento fragmentado y meramente técnico.

1. OBJETIVOS DEL AREA DE TEORIAS DE LA COMUNICACION

1.- Conocer y diferenciar las diversas teorías, corrientes y enfoques aplicables al estudio de la Comunicación Social en sus distintas modalidades.

2.- Estudiar y analizar los procesos comunicativos en correspondencia con el entorno social.

2.1.- Valorar la importancia del estudio de los llamados medios de Comunicación Masiva.

2.2.- Analizar el manejo político-económico de los medios.

2.3.- Criticar el manejo simbólico y la lógica del discurso de los medios.

3.- Emplear la semiología como herramienta determinante del estudio y comprensión de la producción signíca.

4.- Profundizar la investigación de los problemas teóricos de la Comunicación.

5.- Construir nuevos conocimientos en el estudio de la Comunicación y los modelos teóricos vigentes.

2. MATERIAS Y CONTENIDOS TEMATICOS DEL AREA DE TEORIAS DE LA COMUNICACION

Primer Semestre (Formación básica común)

INTRODUCCION A LAS CIENCIAS DE LA COMUNICACION

1. El fenómeno de la comunicación.
 - 1.1. Información y comunicación
 - 1.2. La Importancia de la Comunicación
 - 1.2.1. Naturaleza y Origen de la Comunicación
 - 1.2.2. Formas de Comunicación
 - 1.3. La Comunicación como Problema Teórico
2. El Proceso de la Comunicación.
 - 2.1. Los Elementos del Proceso de la Comunicación
 - 2.1.1. Emisor-Receptor
 - 2.1.2. Mensaje-Referente
 - 2.1.3. Código y Tratamiento
 - 2.1.4. Canal, Medios y Recursos
 - 2.1.5. Retroalimentación y Ruido
3. Tipos de Comunicación.
 - 3.1. Comunicación Intrapersonal
 - 3.2. Comunicación Interpersonal
 - 3.3. Comunicación Grupal
 - 3.4. Comunicación Intergrupal
 - 3.5. Comunicación Colectiva
 - 3.6. Comunicación Masiva
4. Ubicación epistemológica de la comunicación.
 - 4.1. El proceso del conocimiento
 - 4.1.1. Diferencias entre ciencia, metodología y teoría del conocimiento
 - 4.1.2. Los problemas del conocimiento, El problema de la ideología-ciencia
 - 4.1.2.1. Orígenes del conocimiento
 - 4.1.2.2. La posibilidad del conocimiento
 - 4.1.2.3. Los fundamentos del conocimiento
 - 4.1.2.4. Las formas del conocimiento
 - 4.1.3. Fundamentos epistemológicos de la comunicación de masas
 - 4.1.3.1. Los problemas de la comunicación
 - 4.1.3.1.1. El carácter específico de la ciencias de la comunicación
 - 4.1.3.1.2. "Actos y obras" de la comunicación
 - 4.2. Antecedentes históricos del fenómeno comunicacional

- 4.2.1. Prehistoria
- 4.2.2. Mundo antiguo
- 4.2.3. Edad media
- 4.2.4. La llegada de la imprenta
- 4.2.5. La comunicación de masas

Segundo Semestre

TEORIAS DE LA COMUNICACION

- 1. Las concepciones teóricas en torno al fenómeno comunicacional.
 - 1.1. Análisis y elaboración de los esquemas del proceso comunicativo
- 2. Funcionalismo.
 - 2.1. Shannon y Weaver
 - 2.2. Wilbur Schramm
 - 2.3. Melvin de Fleur
 - 2.4. Harold Laswell
 - 2.5. David K. Berlo
 - 2.6. Norbert Wiener
- 3. Estructuralismo
 - 3.1. Ferdinand D Saussure
 - 3.2. Pierre Giraud
 - 3.3. Violete Morin
 - 3.4. Roland Barthes
 - 3.5. Abraham Moles
 - 3.6. Umberto Eco
- 4. Las corrientes críticas en el estudio de la comunicación.
 - 4.1. La escuela de Frankfurt
 - 4.2. Luis Ramiro Beltran
 - 4.3. Antonio Pasquali
 - 4.4. Armand Mattelart
 - 4.5. Herbert Schiller

Tercer Semestre

ESTRUCTURA Y PODER DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

- 1. Sociedad y medios de comunicación.
 - 1.1. Sociedad y comunicación de masas
 - 1.2. Los cuatro grandes medios como estructura de poder
- 2. Información y estructura de poder transnacional
 - 2.1. Marco histórico de la prensa
 - 2.2. Tipos de prensa
 - 2.3. La prensa como expresión del poder

- 2.4. Surgimiento de las agencias informativas
 - 2.4.1. El poder y el control de la información
 - 2.4.2. El libre flujo de la información
 - 2.4.3. El desequilibrio de la información y el nuevo orden informativo internacional
 - 2.4.4. Informe Mc Bride en la UNESCO
 - 2.4.5. El derecho a la información
- 3. El cine y la historieta en la creación de mitos.
 - 3.1. El desarrollo del cine
 - 3.1.1. El "star system"
 - 3.1.2. El cine en los periodos de crisis
 - 3.1.3. "El Crack" de 1929; Surgimiento de nuevos géneros cinematográficos
 - 3.1.4. Nuevas Crisis, nuevos mitos cinematográficos
 - 3.2. La Historieta
 - 3.2.1. Breve historia del comic
 - 3.2.2. Influencia del comic en otros medios
 - 3.2.3. La industria del comic
- 4. Nuevas tecnologías comunicacionales
 - 4.1. La radio; Desarrollo y función social
 - 4.2. La televisión: Función y lenguajes
 - 4.3. Las nuevas tecnologías y su impacto en el tercer mundo
 - 4.3.1. Satélites, parabólicas y cable visión
 - 4.3.2. El entorno social en la era de la telemática

Cuarto semestre

ESTRUCTURA Y PODER DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION EN MEXICO

- 1. Origen y desarrollo de la prensa en México.
 - 1.1. La prensa en la conformación del estado moderno mexicano
 - 1.1.1. La prensa en la revolución mexicana
 - 1.1.2. El comportamiento de la prensa entre el surgimiento del P.N.R., P.R.M. y PRI
 - 1.1.3. Los escenarios periodísticos a partir de la industrialización en México.
 - 1.2. Organización y estructura de la prensa mexicana
 - 1.3. El estado frente a la prensa
 - 1.3.1. La sociedad civil y la prensa
 - 1.3.2. Los partidos políticos y la información
 - 1.3.3. La prensa como expresión de los grupos de poder económico
 - 1.3.4. Mecanismos de control de la prensa en México
 - 1.3.4.1. Permisos de licitud
 - 1.3.4.2. Permisos de importación de maquinaria
 - 1.3.4.3. Distribución de los diarios.

1.3.4.4. El uso político en el control
y venta de papel

2. La radio en México.
 - 2.1. Origen y desarrollo
 - 2.2. Función social
 - 2.3. Regímenes de concesión y permisos
 - 2.4. Conformación económica y política de la radio
 - 2.5. El papel del estado frente a la industria radiofónica
3. Estructura y poder de la televisión en México.
 - 3.1. Fundadores y concesionarios
 - 3.2. Función social
 - 3.3. El papel del Estado ante la T.V. Mexicana
 - 3.3.1. La sociedad civil y la T.V.
 - 3.3.2. Características de la T.V. estatal
 - 3.3.3. Los grupos de poder económico frente a la T.V.
 - 3.4. Las transnacionales y su relación con la T.V. mexicana
4. El cine mexicano
 - 4.1. Los inicios del cine en México
 - 4.2. Cine mudo y cine hablado
 - 4.3. Epoca del cine mexicano
 - 4.4. Los paradigmas del cine mexicano
 - 4.5. El papel del estado en el desarrollo del cine
 - 4.6. Tendencias actuales del cine mexicano

Cuarto Semestre

SEMILOGIA I *

1. El campo de estudio de la semiología con otras ciencias.
 - 1.1. Los conceptos semiología y semiótica en diversos autores
 - 1.2. Tradiciones a que se remite la semiología
 - 1.3. Campo de estudio de la semiología
 - 1.4. Ubicación de ciencias afines: Semántica, Hermeneútica, Lingüística
 - 1.5. Concepto Básicos: Signo, Código, Sistema y Significado
2. Modelos y métodos Semiológicos-Semánticos.
 - 2.1. Las funciones semiológicas (Roman Jakobson)
 - 2.2. El sistema de la moda (Roland Barthes)
 - 2.3. El acto comunicativo (Abraham Moles)
 - 2.4. Análisis estructural de mensajes (Umberto Eco)
 - 2.5. Antropología estructural (Levy-Strauss)

3. La interpretación semiológica
 - 3.1. Alcances de la situación-signo (Adam Schaff)
 - 3.2. La perspectiva antropológica (Umberto Eco)
 - 3.3. La cotidianidad (Prieto Castillo)
 - 3.4. El enfoque interdisciplinario

4. Aportes de la lingüística estructural.
 - 4.1. Unidades lingüísticas
 - 4.2. Ambigüedad, Homonimia y Sinonimia
 - 4.3. Gramática, Sintaxis y Fonología
 - 4.4. Lingüística sincrónica y diacrónica
 - 4.5. Superación del estructuralismo: Chomski y la gramática generativa

SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION

1. La comunicación y la sociedad.
 - 1.1. La sociología y la comunicación social
 - 1.2. La sociología de la comunicación

2. La estructura de la sociedad y los procesos de socialización
 - 2.1. Estructura social
 - 2.2. Reproducción de la sociedad capitalista
 - 2.2.1. Reproducción de la fuerza de trabajo
 - 2.2.1.1. Jornada de trabajo
 - 2.2.1.2. Tiempo libre
 - 2.3. La ideología y la conciencia
 - 2.3.1. La enajenación y la socialización
 - 2.3.2. Habitación social
 - 2.3.3. Mecanismos de control social
 - 2.3.4. Instituciones mediadoras
 - 2.3.5. La comunicación en el proceso de socialización y la cultura

3. Cultura popular y cultura de masas
 - 3.1. Los enfoques sobre cultura de masas
 - 3.2. Comunicación y cultura
 - 3.3. Cultura popular y cultura de masas
 - 3.4. Mecanismos de dominación cultural

4. Estudios sobre comunicación masiva.
 - 4.1. Estados Unidos
 - 4.2. Europa
 - 4.3. Latinoamérica

Quinto Semestre

SEMILOGIA II *

1. Enfoques en la apreciación e interpretación.
 - 1.1. Propiedad privada y trabajo enajenado (Karl Marx)
 - 1.2. Depresión, dependencia e idolatría (S. Freud)
 - 1.3. Mobilario, protocolo, modas y juego (Giraud, Baudrillard)
2. Enfoques en la interpretación estética.
 - 2.1. Signo y valor suntuario en la obra de arte (Baudrillard)
 - 2.2. Semiología de la literatura: Los formalistas Rusos (Propp, Greimas), la Escuela de Praga (Poética y Profética)
 - 2.3. Semiología y Estética (Schaff, Eco y Morris)
 - 2.4. Hacia una visión total
 - 2.5. Apreciación estética (Pintura, Literatura, Música y Arquitectura)
3. Interpretación de los sistemas lógicos
 - 3.1. Función taxonómica y Función algorítmica de los códigos científicos
 - 3.2. Permanencia y universalidad de la nomenclatura científica

PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION

1. La importancia de la psicología de la comunicación.
2. Las corrientes en la psicología.
 - 2.1. Conductismo
 - 2.2. Gestalt
 - 2.3. Psicoanálisis
3. Etapas psicológicas del desarrollo de la personalidad.
 - 3.1. Socialización
 - 3.2. Desocialización
 - 3.3. Resocialización
 - 3.4. Los mecanismos de defensa
 - 3.5. Comunicación, incomunicación y personalidad
4. Comportamiento de las masas.
 - 4.1. Clases de masas
 - 4.1.1. Masas disgregadas
 - 4.1.2. Masas congregadas
 - 4.1.3. Masas difusas
 - 4.2. Formación y cambios de las masas
 - 4.2.1. Masas complejas
 - 4.2.2. Manías colectivas
 - 4.2.3. Movimientos sociales

- 4.2.4. La Psicología y la comunicación de masas
 - 4.2.4.1. Efectos de la comunicación de masas.
 - 4.2.4.2. Las tácticas de la persuasión
 - 4.2.4.3. Psicología de las Formas
 - 4.2.4.4. Psicología de los colores

Séptimo Semestre

SOCIOLOGÍA DEL CINE

- I. Los orígenes del cine.
 - 1.1. Desarrollo del lenguaje cinematográfico
 - 1.2. La aparición del primer plano y suspense
 - 1.3. Surgimiento de los primeros géneros cinematográficos

- 2. Características del star system
 - 2.1. Factores que dieron origen al sistema de estrellas
 - 2.2. El papel del mito en la consolidación del sistema de estrellas
 - 2.3. Reflexiones psicológicas sobre estos fenómenos

- 3. Corrientes cinematográficas.
 - 3.1. Relación entre cine y arte
 - 3.2. El cine de autor
 - 3.3. Las corrientes cinematográficas y su influencia en el cine mexicano
 - 3.4. Los paradigmas del cine mexicano

- 4. El cine como lectura de la realidad.
 - 4.1. Las crisis económicas y los géneros cinematográficos
 - 4.2. Las nuevas tendencias cinematográficas
 - 4.3. La crítica cinematográfica

Octavo Semestre

LEGISLACION DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION

- 1. Naturaleza y titularidad del derecho a la comunicación e información.
 - 1.1. El derecho a la comunicación e información
 - 1.2. Explicación conceptual
 - 1.3. Antecedentes históricos, políticos del derecho a la comunicación e información
 - 1.4. Naturaleza y objetivos
 - 1.5. Titularidad del derecho de información

2. Orden constitucional y el derecho a la información y comunicación en México
 - 2.1. Constitución de Apatzingán
 - 2.2. Reglamento para la libertad de imprenta en México independiente 1821
 - 2.3. Constitución Federal 1824. Art. 50
 - 2.4. Constitución centralista de 1836. Art. 2 VII
 - 2.5. Bases orgánicas 1843. Art. 9-II
 - 2.6. Altas de reforma de 1847
 - 2.7. Constitución de 1857. Art. 6
 - 2.8. Ley provisional de imprenta. 1912
 - 2.9. Constitución 1917, Art. 3,6,8,24,-27 y 41

3. Leyes ordinarias en materia de comunicación e información en México.
 - 3.1. Comunicación escrita. (Ley Provisional de imprenta de 1912)
 - 3.2. Radio y T.V. Ley federal de radio y T.V. de 1960
 - 3.3. Cinematografía. Ley Federal de Cinematografía

4. El estado y los medios de comunicación e información en México.
 - 4.1. El Estado y los medios impresos
 - 4.2. El estado, la radio y la T.V.
 - 4.3. La T.V. privada
 - 4.4. El estado y la cinematografía

5. La Reforma Política y el Derecho de Comunicación e Información.
 - 5.1. Los medios de comunicación e información al inicio de la reforma política
 - 5.2. Motivos Social-Políticos de la adición al Art. 6 Constitucional
 - 5.3. La LOPPE y el derecho a la comunicación e información de los partidos políticos

6. Nuevos medios de comunicación e información.
 - 6.1. Satélites
 - 6.2. Informática
 - 6.3. Derecho de comunicación e información a nivel internacional

7. Conclusiones.
 - 7.1. Necesidad de reconocer expresa y formalmente el derecho a la comunicación e información
 - 7.2. Evitar funciones en una sola ley del derecho de comunicación e información
 - 7.3. Señalar jurídicamente el objeto del derecho de la comunicación e información
 - 7.4. Hacia un sistema de comunicación e información en nuestro País

G. FUNDAMENTACION DEL AREA DE REDACCION

Parte especial de la concepción y la definición del comunicólogo es el conocimiento relativo a la información y el análisis. Ante esta idea, requiere de los instrumentos, de las técnicas, de las teorías y de la ciencia para elaborar, producir, crear, explicar y analizar los hechos y los manejos sociales, entendidos éstos como fenómenos y expresiones de la cultura.

La sociedad actual, que no podría explicarse al margen de los cambios y la innovación en los medios de comunicación, necesita de profesionales de amplia formación contextual, teórica, metodológica y cultural y al mismo tiempo de una sólida especialización en el amplio campo y ejercicio de la profesión.

Así, el periodismo como parte sustancial de la definición del comunicólogo resulta una opción en la especialización. Y, como rubro educacional formativo, se encuentra además en estrecha relación con todas las áreas del conocimiento de la currícula.

Por esta condición multifacética de formación, enlace, vínculo y especialización, el periodismo y la redacción periodística configuran una metodología imprescindible para la carrera de Ciencias de la Comunicación. De ahí también la necesidad de su enseñanza, de su aprendizaje, de su práctica formativa y de su ejercicio profesional.

Por lo anterior, no puede concebirse al comunicólogo sin la requisitoria capacidad para generar diversas formas de contenidos. Por ello, el conocimiento integral de la metodología del periodismo y la redacción, entendida como una praxis

cotidiana, es una urgencia curricular.

Sustentada en estas consideraciones y en la conjunción y la síntesis de las diferentes áreas de conocimiento íntegramente de la especialidad, el Área de Redacción periodística plantea lo siguiente.

1. OBJETIVOS DEL AREA DE REDACCION

- 1.- Comprender la importancia del periodismo en la conformación de la sociedad contemporánea y de la cultura en general.
- 2.- Comprender la trascendencia de la actividad periodística, tanto para la difusión de los hechos y los acontecimientos sociales como para explicar la problemática de la sociedad actual
- 3.- Conocer las diversas teorías, corrientes, escuelas o enfoques del quehacer periodístico contemporáneo y valorar su importancia para el desarrollo social.
- 4.- Conocer las particularidades, las diferencias y las semejanzas de los diversos géneros como interpretativos , creativos y operativos.
- 5.- Identificar las técnicas de la relación entre el periodismo y la literatura artística y/o creativa para expresar y explicar el porque de los fenómenos que afectan al individuo a la sociedad.
- 6.- Aprender la metodología del periodismo en correspondencia a la investigación científica y aplicar los conocimientos en la práctica curricular y el ejercicio profesional.

2. MATERIAS Y CONTENIDOS TEMATICOS DEL AREA DE REDACCION

Primer Semestre

TALLER DE LECTURA Y REDACCION I *

1. La lectura y la redacción como proceso.
 - 1.1. Vínculos y relaciones externas (Sociales) de la lectura y la redacción
 - 1.2. Vínculos y relaciones internas (estructurales y sintácticas) de la lectura y redacción
 - 1.3. Uso y utilidad en las ciencias sociales
 - 1.4. Panorama metodológico: Reglas mínimas de lectura
2. Lenguaje y lectura.
 - 2.1. El lenguaje como norma y orden sintáctico
 - 2.2. La expresión como proceso lógico
 - 2.3. Conocimiento, lenguaje, comunicación: La lectura
 - 2.4. Formas y tipologías del lenguaje
 - 2.5. El lenguaje: Usos, funciones
3. Formas y ordenamiento
 - 3.1. Relación lógica y lenguaje
 - 3.2. Las falacias: el texto y la escritura
 - 3.3. Gramática y redacción: verbos, tiempos y modos
 - 3.4. Análisis lingüísticos: teoría y práctica
 - 3.5. Relaciones sintácticas
 - 3.6. Figuras de construcción: metáforas y paradojas
 - 3.7. Modelos de relación: reglas prácticas elementales
4. Giros de la expresión escrita.
 - 4.1. Descripción, narración, argumentación, exposición: relaciones con las ciencias sociales
 - 4.2. Descripción: características, usos, funciones y tipos
 - 4.3. Narración: características, usos, funciones y tipos
 - 4.4. Argumentación: características, usos, funciones y tipos
 - 4.5. Exposición: características, usos, funciones y tipos
 - 4.6. Lectura y redacción: análisis, crítica y elaboración
 - 4.7. Lenguaje sociedad y ciencia

Segundo Semestre

TALLER DE LECTURA Y REDACCION II *

1. Lenguaje y estilo.
 - 1.1. Errores y vicios del lenguaje
 - 1.2. Redundancia y superficialidad
 - 1.3. Recuperación y transformación: sintetización y limpieza expresiones
 - 1.4. La monotonía y el estilo telegrama o monosilábico
 - 1.5. Ejercicios de vocabulario
 - 1.6. Redacción y estilo: edificación lingüística
 - 1.7. Redacción: imaginación y creatividad

2. Corrección de estilo.
 - 2.1. Corrección de originales
 - 2.2. Simbología y aplicación
 - 2.3. Metodología de la lectura
 - 2.3.1. Obras expositivas
 - 2.3.2. Obras imaginativas
 - 2.3.3. Fases de la lectura
 - 2.3.4. Estrategia de lectura de una obra expositiva
 - 2.3.5. Estrategia de lectura de una obra imaginativa

4. Investigación documental.
 - 4.1. Registro de fuentes
 - 4.2. Ordenación y análisis de datos

5. Aplicaciones de la investigación documental.
 - 5.1. Resumen
 - 5.2. Reseña
 - 5.3. Ensayo
 - 5.4. Elaboración de una investigación documental

Tercer Semestre

REDACCION PERIODISTICA I * (GENEROS PERIODISTICOS INFORMATIVOS)

1. La noticia y el periodismo
 - 1.1. Conceptualización
 - 1.1.1. El periodismo norteamericano y la "Gran Prensa"
 - 1.1.2. El periodismo europeo
 - 1.1.3. El periodismo creativo

- 1.1.4. El "nuevo Periodismo"
- 1.1.5. El periodismo doctrinal
- 1.2. Función social del periodismo
 - 1.2.1. La información
 - 1.2.2. Orientación
 - 1.2.3. El entretenimiento
 - 1.2.4. La educación y la cultura
- 1.3. Cualidades del periodista
 - 1.3.1. La formación cultural
 - 1.3.2. La profesionalización
 - 1.3.3. La especialización
- 1.4. Valores de la noticia
 - 1.4.1. La sociedad y la información (18 hrs)
 - 1.4.2. El poder y la información
- 2. La nota informativa.
 - 2.1. Conceptualización
 - 2.1.1. Definición
 - 2.1.2. Clasificación
 - 2.1.3. Estructura
 - 2.1.4. Estilo
 - 2.2. Composición sintáctica
 - 2.2.1. La "Pirámide invertida"
 - 2.2.2. Estructuración "creativa"
 - 2.3. Concepción objetiva
 - 2.3.1. Enfoque deontológico
 - 2.3.2. Enfoque pluridisciplinar
 - 2.3.3. Enfoque sintáctico-lingüístico (18 hrs)
- 3. La entrevista.
 - 3.1. Conceptualización
 - 3.1.1. Definición
 - 3.1.2. Clasificación
 - 3.1.3. Estructura
 - 3.1.4. Estilo
 - 3.2. La entrevista de opinión
 - 3.2.1. Características
 - 3.2.2. Funciones
 - 3.2.3. Estructuración
 - 3.3. La encuesta
 - 3.3.1. Técnicas de investigación social y periodística
 - 3.3.2. Características de la encuesta periodística
 - 3.3.3. Funciones
 - 3.3.4. Estructuración
 - 3.4. Conferencia de prensa
 - 3.4.1. Características
 - 3.4.2. Funciones
 - 3.4.3. Estructuración
 - 3.5. La entrevista-reportaje
 - 3.5.1. Características
 - 3.5.2. Funciones
 - 3.5.3. Entrevista profunda
 - 3.5.4. Entrevista de pregunta y respuesta
 - 3.5.5. Entrevista de semblanza y retrato (24 hrs)

REDACCION PERIODISTICA II* (GENEROS PERIODISTICOS INTERPRETATIVOS)

1. La crónica.
 - 1.1. El periodismo y la literatura
 - 1.1.1. El lenguaje literario
 - 1.1.2. Técnicas literarias
 - 1.1.3. Funciones
 - 1.1.4. La literatura en la información periodística
 - 1.2. Descripción y cronología
 - 1.2.1. Giros y forma de lenguaje
 - 1.2.2. Características y funciones
 - 1.2.3. La información periodística en la literatura
 - 1.3. El relato periodístico
 - 1.3.1. Definición
 - 1.3.2. Clasificación
 - 1.3.3. Estructura
 - 1.3.4. Estilo
 - 1.4. La sociedad y la crónica
 - 1.4.1. Tipología

2. El Reportaje.
 - 2.1. Conceptualización
 - 2.1.1. Definición
 - 2.1.2. Clasificación
 - 2.1.3. Estructura
 - 2.1.4. Estilo
 - 2.2. Técnicas y métodos en el reportaje
 - 2.2.1. La investigación periodística
 - 2.2.2. El análisis
 - 2.2.3. Inducción y deducción
 - 2.2.4. La interpretación
 - 2.3. El reportaje expositivo
 - 2.3.1. Características
 - 2.3.2. Funciones
 - 2.3.3. Estructuración
 - 2.4. El reportaje interpretativo
 - 2.4.1. Características
 - 2.4.2. Funciones
 - 2.4.3. Estructuración
 - 2.5. El reportaje descriptivo
 - 2.5.1. Características
 - 2.5.2. Funciones
 - 2.5.3. Estructuración
 - 2.6. El reportaje integral o el Gran Reportaje
 - 2.6.1. Características
 - 2.6.2. Funciones
 - 2.6.3. Estructuración

3. El periodismo en la sociedad actual.
 - 3.1. El periodismo y el poder político
 - 3.1.1. Información, clases y sectores sociales
 - 3.1.2. Los periódicos y el poder
 - 3.2. La ética profesional

REDACCION PERIODISTICA III * (GENEROS PERIODISTICOS DE OPINION)

1. Sociedad, información y opinión.
 - 1.1. Los géneros: diferencias y semejanzas
 - 1.2. La relación entre noticia y opinión
 - 1.3. El análisis y la sociedad

2. El poder y la opinión.
 - 2.1. Estado, grupos de poder y periódicos
 - 2.2. Editorial
 - 2.2.1. Definición
 - 2.2.2. Clasificación
 - 2.2.3. Estructura
 - 2.2.4. Estilo
 - 2.3. Los mitos en el periodismo

3. Las relaciones públicas y el periodismo.
 - 3.1. Columna de comentario
 - 3.1.1. Definición
 - 3.1.2. Clasificación
 - 3.1.3. Estructura
 - 3.1.4. Estilo

4. Especialización y persuasión.
 - 4.1. El análisis de fondo
 - 4.1.1. La exposición
 - 4.1.2. La argumentación
 - 4.1.3. La demostración
 - 4.2. Artículo de fondo
 - 4.2.1. Definición
 - 4.2.2. Clasificación
 - 4.2.3. Estructura
 - 4.2.4. Estilo
 - 4.3. Artículo deductivo
 - 4.4. Artículo inductivo

5. El análisis y la cultura.
 - 5.1. Literatura y análisis
 - 5.2. El arte en el género periodístico
 - 5.3. El ensayo

Sexto semestre

REACCION PERIODISTICA IV *

1. Periodismo especializado.
 - 1.1. Artículo
 - 1.2. Crónica
 - 1.3. Columna
 - 1.4. Periodismo especializado
 - 1.4.1. Introducción
 - 1.4.2. Importancia
 - 1.4.3. Práctica

2. Estilística.
 - 2.1. Enfoques teóricos
 - 2.2. El Estilo
 - 2.3. El estilo periodístico
 - 2.4. Lengua literatura y lenguaje periodístico
 - 2.5. Artificios estilísticos

3. Técnicas de editorial e imprenta.
 - 3.1. Disposición y composición gráfica
 - 3.2. Tipografía e impresión

H. FUNDAMENTACION DEL AREA DE COMUNICACION AUDIOVISUAL

En la evolución del proceso comunicacional, el desarrollo industrial ha determinado sus distintas transformaciones, ya que si bien la manifestación del conocimiento del hombre, se ha venido transmitiendo, desde tiempo atrás por medio de expresiones corporales, verbales o impresas. Con el desarrollo tecnológico, la promoción de la cultura, la enseñanza y el aprendizaje se han visto enriquecidos por métodos y técnicas modernas tales como los Medios Audiovisuales entre los que se encuentran los documentos gráficos, mapas, cuadros, carteles, grabados, bocetos, diseños, cómics y la fotografía.

Así mismo, con la aparición de la reproducción sonora, por ondas electromagnéticas, la comunicación se benefició con el empleo de Medios Auditivos, como en las emisiones radiofónicas, discos y grabaciones magnéticas.

Ahora bien, actualmente el proceso de la comunicación se ha caracterizado por conjuntar estas dos tecnologías en una sola, beneficiándose la sociedad por la influencia creciente de la "Audio-Imagen" en el terreno de la información y en particular en el dominio de la transmisión del conocimiento y la cultura.

El desarrollo de los "Montajes Audiovisuales", es decir, la conjunción de un canal visual y un auditivo, unidos para la expresión de una información, han generado en la actualidad, múltiples combinaciones de proyecciones fijas o imágenes en movimiento unidas a grabaciones sonoras.

Esta nueva área de la comunicación conformada por el vocablo "audio", que conjunta a los medios que emplean el sonido, y

"visual", que reúne a los medios que emplean la imagen como expresión, conforma unidos el concepto "Audiovisual" que será el calificativo que se le confiere a todos los medios que emplean en forma simultanea o separadamente un canal visual y un auditivo, como el cine, la televisión y la radio.

Esta área audiovisual, conforma una parte muy importante dentro del proceso de la comunicación, junto con las áreas Formativo Contextual, Metodológicas y Redacción, de las que se diferencia por ser una área técnica dedicada al estudio del manejo, organización de los Medios de Comunicación, por un lado, y por el otro, a la creación y realización de los mensajes propios a cada medio audiovisual.

Gran importancia reviste por ello, que el estudioso del fenómeno de la Comunicación se capacite en el conocimiento de esta cuarta área de estudio. Siendo por ello, de vital importancia que, el estudiante de comunicación participe en el proceso mismo donde se genera la producción de mensajes e información, por tal es necesario el aprendizaje de la técnica y la organización de los medios audiovisuales.

El conocimiento y el manejo diestro de esta área servirá al comunicólogo como un instrumento por medio del cual, aplicará todo el conocimiento adquirido en las otras áreas de su formación, es decir, será el área donde en forma crítica y de manera sintética desarrollará en forma profesional todo el conocimiento que adquirió en sus estudios aplicables a la práctica.

De esta manera, esta área audiovisual, debe cumplir con

objetivos específicos como:

1. Promover el conocimiento de la estructura interna, organización y funcionamiento propio a cada medio.

2. Generar el aprendizaje de la "Técnica" particular a cada medio audiovisual que permita al estudiante participar en el proceso mismo de la comunicación, en la producción y realización de mensajes.

3. Presentar al estudiante, las formas de investigación, recopilación, selección, sistematización, organización crítica de la información redactada que se vaya a transmitir.

4. Generar el aprendizaje del conocimiento del control de los Medios para promover, en el estudiante, la aplicación de la investigación, análisis y crítica del contexto y problemática en que se desarrollan los medios audiovisuales en nuestra época.

En este sentido, es que al pretender profundizar en el conocimiento y aprendizaje de esta área de la comunicación, es necesario seguir una secuencia lógica, en donde se parta desde los conocimientos más elementales hacia etapas más complejas dentro del abordaje teórico-práctico de los Medios Audiovisuales.

Es por ello, que el estudiante que se inicia en el conocimiento del área audiovisual, se le debe de comenzar a introducir a la esencia, desarrollo y problemática de los Medios Audiovisuales partiendo por mostrarle, en primer término a los Medios Visuales, ya que si bien se podría decir siguen una continuidad con los medios impresos. Posteriormente darle el conocimiento de la evolución hacia los medios auditivos para luego hacer de ellos una síntesis en la culminación o etapas más

desarrolladas que con los Medios Audiovisuales o Electrónicos, pudiendo llegar así a plantearles en forma ordenada y secuencial el desarrollo que han seguido los Medios de Comunicación en la evolución de la sociedad industrializada.

Por tal motivo, considero necesario hacer un análisis sobre las materias que se imparten en el actual Plan de Estudios de la Escuela de Ciencias Sociales y observar cuales son sus limitaciones y carencias y a partir de esa evaluación hacer una propuesta reestructurativa para hacer planteamientos sobre nuevos contenidos temáticos para el área de Medios Audiovisuales.

La comunicación es un proceso en el que se inscriben las necesidades e intenciones del hombre para compartir opiniones, motivos y deseos para persuadir, narrar, explicar o describir sus vivencias cotidianas y sus proyectos de vida. Para responder a estas necesidades e intenciones se han generado distintos lenguajes, códigos y procedimientos.

Sin duda, conforme corre el tiempo estos procesos de comunicación social se complejizan e interactúan con lenguajes nuevos. La comunicación audiovisual es un producto de los avances técnicos y científicos, es un sistema de signos en el que participan, además del lenguaje verbal e icónico, otras formas expresivas como lenguajes gestuales, posturales, objetuales, ceremoniales, proxémicos, y se nutre de diversos recursos: sonidos, música, ruidos, silencios, efectos sonoros y visuales, onomatopeyas, color, forma y grafías.

La articulación de estos elementos han permitido construir una cultura de la imagen y del audio con alfabetos específicos. Por ejemplo, la imagen fija (fotografía, cartel, cómics) se

alimenta de una sintáxis visual, producto de las experiencias e innovaciones de los artistas gráficos. El cine y la televisión, cuyo origen proviene de la inmensa necesidad del hombre por registrar los eventos cotidianos con el mayor grado de iconicidad, han gestado sus propios códigos: planes, movimientos de cámara, ángulos de toma y efectos icónico-sonoros. Y la radio, otro esfuerzo del hombre por amplificar sus sentidos, ha evolucionado con una dinámica propia y con elementos sonoros que hacen realidad su función como habla. Más aun, existen códigos que son comunes a todos estos medios de comunicación.

Para fines educativos, es imprescindible aprender las metodologías para la confección de mensajes audiovisuales y relacionar las teorías en torno al audiovisualismo con los aspectos operativos o técnicos de la producción audiovisual. De ahí que para la formación del comunicólogo, se requiere incorporar el plan de estudios el conocimiento y análisis de las manifestaciones de la comunicación audiovisual y entenderla como un sistema integral de comunicación que opera con varios códigos y procesos y que involucra, necesariamente, el manejo técnico de los medios.

1. OBJETIVOS DEL AREA DE COMUNICACION AUDIOVISUAL

1. Conocer los diversos códigos y lenguajes, así como la estructura interna, organización y funcionamiento de cada medio audiovisual.

2. Formar personal para la planificación y diseño de estrategias para la producción audiovisual.

3. Formar recursos humanos para la gestión de medios

audiovisuales.

4. Desarrollar habilidades para la concepción, realización y producción de mensajes audiovisuales.

2. MATERIAS Y CONTENIDOS TEMATICOS DEL AREA DE COMUNICACION AUDIOVISUAL

Quinto Semestre

FUNDAMENTOS DE COMUNICACION VISUAL

1. Diseño y comunicación visual (aspectos teóricos).
 - 1.1. Teoría de la imagen
 - 1.2. Sensibilización, percepción e imaginación
 - 1.3. Características de la imagen gráfica
 - 1.4. La comunicación visual y sus características: educación, propaganda y publicidad

2. Fundamentos compositivos y elementos básicos de la imagen.
 - 2.1. Punto
 - 2.2. Línea
 - 2.3. Contorno
 - 2.4. Dirección
 - 2.5. Tono
 - 2.6. Escala
 - 2.7. Dimensión
 - 2.8. Masas
 - 2.9. Color y contraste
 - 2.10. Proporción
 - 2.11. Ritmo
 - 2.12. Equilibrio/Asimetría
 - 2.13. Regularidad/Irregularidad
 - 2.14. Economía/fragmentación
 - 2.15. Reticencia/exageración
 - 2.16. Actividad/pasividad
 - 2.17. Sutileza/audacia

3. Diseño, ilustración y creación (aspectos prácticos).
 - 3.1. Iniciación; ejercicios a lápiz y pincel
 - 3.2. La línea en figuras
 - 3.2.1. Los referentes geométricos
 - 3.2.2. La fotosíntesis
 - 3.3. Luz y sombra
 - 3.4. Dibujo de modelos; inertes y móviles
 - 3.5. Perspectiva
 - 3.6. Figura humana
 - 3.6.1. Proporciones
 - 3.6.2. Expresiones
 - 3.6.3. Razgos

Sexto Semestre

TECNICAS DE COMUNICACION GRAFICA

1. Los medios del diseño gráfico (aspectos teóricos)
 - 1.1. Función
 - 1.2. Forma
 - 1.3. Material
 - 1.4. Técnica

2. Comunicación, impresión e ilustración.
 - 2.1. Soportes y técnicas de impresión gráfica
 - 2.2. Los medios: revistas, periódicos, libros, cartel, comics, envases.

3. Los procesos de producción gráfica (aspectos prácticos).

FOTOGRAFIA

1. Marco social de la fotografía.
 - 1.1. Origen y desarrollo de la fotografía
 - 1.2. Función del quehacer fotográfico
 - 1.3. Relación entre fotografía y periodismo
 - 1.4. Relación entre fotografía y arte

2. La toma fotográfica.
 - 2.1. Tipos de cámaras
 - 2.2. Lentes y objetivos
 - 2.3. Filtros
 - 2.4. Enfoques y apertura
 - 2.5. Exposición y cálculo

3. Lenguaje fotográfico
 - 3.1. La luz natural: dirección y calidad
 - 3.1.1. La luz y las propiedades del motivo
 - 3.1.2. La luz como motivo
 - 3.2. Elementos del hecho fotográfico
 - 3.3. La composición en fotografía

4. El material sensible y su procesamiento
 - 4.1. Equipos e instalaciones
 - 4.2. Sustancias químicas: preparación y usos
 - 4.3. Procesos de películas
 - 4.4. Elección del papel
 - 4.5. Ampliación y positivado
 - 4.6. Procesado y acabado de las copias

Séptimo Semestre

TALLER DE GUIÓN

1. Planeación del guión.
 - 1.1. Ideas
 - 1.2. Sinopsis y argumento
 - 1.3. Investigación del tema y perceptor
 - 1.4. Construcción Gramática
 - 1.5. Construcción de personajes

2. Lenguaje y audiovisual.
 - 2.1. Componentes del sistema visual
 - 2.1.1. Tipos de tomas
 - 2.1.2. Encuadre
 - 2.1.3. Composición
 - 2.1.4. Angulo de toma y perspectiva
 - 2.1.5. Movimientos de cámara
 - 2.1.6. Secuencia de imagen
 - 2.1.7. Duración de secuencias: tomas y orden
 - 2.2. Sistema sonoro
 - 2.2.1. Narración
 - 2.2.2. Música
 - 2.2.2.1. Funciones de la música
 - 2.2.2.2. Tipos de inserciones musicales
 - 2.2.3. Silencios y sonidos puros
 - 2.2.4. Efectos sonoro-visuales

3. Tratamiento del guión.
 - 3.1. Guión literario
 - 3.2. Story board
 - 3.3. Guión técnico
 - 3.3.1. Cine
 - 3.3.2. Historieta
 - 3.3.3. Radio
 - 3.3.4. TV
 - 3.4. Requerimientos técnicos y materiales

Octavo Semestre

TALLER DE PRODUCCION EN RADIO I *

1. Características de la radio.
 - 1.1. Funciones
 - 1.2. Limitaciones y recursos

2. Lenguaje y estética radiofónica
 - 2.1. Tipos de lenguaje
 - 2.2. El mundo de los sonidos
 - 2.2.1. Tipo de sonidos
 - 2.2.2. Función de los sonidos
 - 2.2.3. Efectos sonoros
 - 2.3. La voz radiofónica: recursos expresivos (dicción, entonación, vocalización)
 - 2.4. La música y sus funciones
3. Formatos Radiofónicos.
 - 3.1. Géneros informativos: nota informativa, entrevista, reportaje y comentario
 - 3.2. Diálogos
 - 3.4. Radiorevista y radioperiódico.
 - 3.5. Radoramas
4. Producción y realización radiofónica.
 - 4.1. El estudio de grabación
 - 4.2. Organización y recursos humanos de la radio
 - 4.3. Etapa de preproducción
 - 4.4. Producción y postproducción

TALLER DE PRODUCCION AUDIOVISUAL I *

1. Naturaleza y funciones de la televisión.
 - 1.1. Las características de la TV como medio de comunicación
 - 1.2. Los perceptores ante el medio: influencia y características de recepción
2. El estudio de la televisión.
 - 2.1. Audio
 - 2.1.1. Codificación de audio
 - 2.1.2. Doblaje
 - 2.1.3. Musicalización
 - 2.1.4. Tornamesa y micrófonos
 - 2.2. El video
 - 2.2.1. Cámaras
 - 2.2.2. Cabina de control
 - 2.2.3. Consola (mix switcher)
 - 2.2.4. Control maestro
 - 2.2.5. Televicine
 - 2.2.6. Videograbación
 - 2.2.7. Edición electrónica
3. Iluminación y arte.
 - 3.1. Equipos de iluminación
 - 3.2. Técnicas de iluminación
 - 3.3. Escenografía
 - 3.4. Titulación y créditos
 - 3.5. Gráficas, logotipos, ilustración y fotos fijas

4. Gramática de la televisión
 - 4.1. Composición de la imagen
 - 4.2. Movimiento de cámara
 - 4.3. Angulo de toma
 - 4.4. Transiciones visuales
 - 4.5. Efectos visuales

5. Formatos de programas.
 - 5.1. Noticiero
 - 5.2. Reportaje
 - 5.3. Comentario
 - 5.4. Mesa redonda
 - 5.5. Documental
 - 5.6. Entrevista

6. Producción.
 - 6.1. Selección del tema
 - 6.2. Planeación del programa
 - 6.3. Investigación de fuentes
 - 6.4. Elaboración del guión
 - 6.5. Requerimientos técnicos

7. Realización del programa
 - 7.1. Elaboración de planta de piso
 - 7.2. Ensayo en frío
 - 7.3. Ensayo con cámara
 - 7.4. V.T.R. (grabación)

Noveno Semestre

TALLER DE PRODUCCION EN RADIO II *

1. Planeación.
 - 1.1. Importancia de la planeación
 - 1.2. Proceso de la planeación
 - 1.3. Organización
 - 1.4. Tipo de planes
 - 1.4.1. Plan global
 - 1.4.2. Planes parciales
 - 1.4.2.1. Proyectos
 - 1.4.2.2. Programas

2. La campaña publicitaria.
 - 2.1. Campaña publicitaria o propandística
 - 2.1.1. Justificación
 - 2.1.1.1. Destino
 - 2.1.1.2. Características
 - 2.1.1.3. Medios
 - 2.2. Objetivos

- 2.3. Estrategias
- 2.4. Fases
- 2.5. Planeación
- 3. Géneros periodísticos II.
 - 3.1. Editorial
 - 3.1.1. Función
 - 3.1.2. Estructura
 - 3.1.3. Estilo
 - 3.2. Crónica
 - 3.2.1. Clasificación
 - 3.2.2. Estructura
 - 3.2.3. Guión
 - 3.2.4. Realización
 - 3.3. Radio reportaje
 - 3.3.1. Organización
 - 3.3.2. Estructura
 - 3.3.3. Realización
- 4. Determinación del perfil.
 - 4.1. Definición
 - 4.2. Revestimiento
 - 4.3. Sistemas de programación
 - 4.4. Barra de programas
 - 4.4.1. Programas de bloqueo
 - 4.5. Fidelidad del perfil
 - 4.6. El perfil y la tecnología
 - 4.6.1. Adelantos tecnológicos.

TALLER DE PRODUCCION AUDIOVISUAL II *

- 1. T.V. Noticiero
 - 1.1. Elaboración de noticias para T.V.
 - 1.2. Elaboración de guión para noticero
 - 1.3. Producción
- 2. T. V. educativa y cultural.
 - 2.1. Investigación del tema
 - 2.3. Producción
- 3. T.V. Creativa
 - 3.1. Creación de anuncios comerciales, videos, programas alternativos en televisión
 - 3.2. Elaboración del guión
 - 3.3. Producción

I. FUNDAMENTACION DEL AREA DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL

Una de las deficiencias centrales del actual plan de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, es la ausencia de un cuerpo de materias enfocadas a aportar los conocimientos básicos que sobre la organización y administración empresarial o institucional requiere un profesional de esta carrera.

En los hechos, la curricula vigente, está enfocada principalmente a dos aspectos: el estudio teórico general y la investigación académica, los cuales no restándoles importancia, acaparan la mayor parte de las materias que se imparten, en tanto que, en un segundo término y casi de relleno, aparecen apenas doce materias (de 43) orientadas al manejo técnico y a la conducción de contenidos en los medios en tanto instrumentos.

Lo anterior repercute, sin duda, en el desenvolvimiento profesional del egresado, quien limitado en sus posibilidades es empleado en las empresas privadas o públicas, en puestos donde se mantiene en relación de subordinado a un nivel de simple operario, con reducidas expectativas de arribar a cargos de mayor jerarquía o de conducción.

Es notable además, que los alumnos carecen de una formación como organizadores, tanto en su desenvolvimiento personal como en la integración de equipos de trabajo. Si la vida social implica en todos los niveles la organización, desde la familia, hasta el proyecto de conducción de un país en donde la comunicación juega un papel fundamental en su integración, entonces, es necesario que la formación profesional del comunicólogo contemple mayores conocimientos sobre la relación que hay entre la comunicación y

la organización (Comunicación Organizacional)

Si añadimos a todo lo anterior, que el campo profesional la comunicación no se limita a los medios masivos de información, sino que abarca otras múltiples opciones y diversos sectores como el rural, educativo, publicidad, relaciones públicas, propaganda y organización de eventos. Resulta conveniente ampliar las expectativas ocupacionales dentro de nuestro plan de estudios, cuestión que no es un mero voluntarismo, sino una respuesta fundamentada en las necesidades del entorno.

1. OBJETIVOS DEL AREA DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL

1. Conocer los procesos de sistematización de información, que contribuyen a lograr el máximo aprovechamiento de este, en la toma de decisiones.

2. Obtener los conocimientos mínimos que requiere un profesionista en este campo, para ocupar puestos directivos.

3. Conocer los elementos de comunicación que hacen posible la integración de grupos humanos.

4. Capacitar en los aspectos de evaluación, ejecución y desarrollo de programas de opinión pública.

5. Instrumentos prácticos en las áreas de teorías, metodologías y de producción audiovisual, orientada a conocer el entorno.

2. MATERIAS Y CONTENIDOS TEMATICOS DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL

Tercer semestre

INTRODUCCION A LA COMPUTACION

1. Definiciones: sistemas en general.
 - 1.1. Objetivos, estructuras, fronteras
 - 1.2. Clasificación de sistemas
 - 1.3. Niveles de comportamiento
 - 1.4. Propiedades y ambiente
2. Sistemas de información.
 - 2.1. Sistemas de operación: producción
 - 2.2. Sistemas directivos
 - 2.2.1. Toma de decisiones: tiempo, número de variables, grado de incertidumbre
 - 2.2.2. Informática
 - 2.3. Evolución técnica
 - 2.4. Datos de información
 - 2.5. Planeación, control (administrativo), electromecánico, eléctrico (cibernético)
3. La computadora (taller).
 - 3.1. Primera a quinta generación
 - 3.2. Programas y equipos
 - 3.3. Organización de archivos: secuenciales y directivos
4. Metodología de la construcción de sistemas.
 - 4.1. Diagnóstico, diseño, construcción e implantación
 - 4.2. Paquetes 123-LOTUS, Base de datos (D-BASE III) y organización de archivos
 - 4.3. Procesadores de palabras: WORDSTAR 4.0 y 6.0

Sexto semestre

COMUNICACION ORGANIZACIONAL

1. Introducción a la Comunicación Organizacional.
 - 1.1. La organización como un intento de resolver las necesidades dentro de la colectividad
 - 1.2. El papel de la comunicación en la cohesión social
 - 1.3. Organizaciones con relativa permanencia

- 1.3.1. La familia
- 1.3.2. Comunidad rural
- 1.3.3. Comunidad urbana
- 1.3.4. Asociaciones civiles
- 1.3.5. Partidos políticos
- 1.3.6. Estado-Nación
- 1.3.7. Sindicatos
- 1.4. Organizaciones coyunturales
 - 1.4.1. Panel
 - 1.4.2. Conferencia
 - 1.4.3. Mesa redonda
 - 1.4.4. Asamblea
 - 1.4.5. Congreso
 - 1.4.6. Mitin
 - 1.4.7. Frente civil
- 2. Las redes de comunicación.
 - 2.1. Conceptualización de la comunicación formal
 - 2.2. Conceptualización de la comunicación informal
 - 2.3. "Juegos" dentro de las organizaciones: el papel psicológico de los individuos
- 3. La comunicación y las conductas del sistema.
 - 3.1. La conducta de la organización
 - 3.2. El sistema social como unidad de decisión
 - 3.3. Modelo de decisiones organizacionales
 - 3.4. El sistema de decisiones autocontrolado
 - 3.5. El papel de la información en los modelos de conducta de la organización

Séptimo semestre

PROPAGANDA

1. Definición de propaganda.
 - 1.1. Diferencia con la publicidad
 - 1.2. El proceso de formación de la opinión pública
 - 1.2.1. Dimensiones
 - 1.2.2. Intensidad
2. Clasificación de la propaganda.
 - 2.1. Integración
 - 2.2. Agitación
 - 2.3. Acción psicológica
 - 2.4. Electoral
 - 2.5. De guerra
 - 2.6. Contrapropaganda
3. Los recursos propoagandísticos.
 - 3.1. Medios masivos
 - 3.2. Mitin
 - 3.3. Eslogan
 - 3.4. Emblema
 - 3.5. El rumor
4. La planificación de la campaña propagandística.
 - 4.1. Delimitación
 - 4.2. Objetivos
 - 4.3. Investigación de opinión pública
 - 4.4. Fundamentos de la orientación de la campaña
 - 4.5. Creación y diseño del mensaje propagandístico
 - 4.6. Recursos materiales

- 4.7. Control de mensaje
- 4.8. Plan de contrapropaganda
- 4.9. Cronograma
- 4.10. Evaluación

RELACIONES PUBLICAS

- 1. Qué son la relaciones públicas.
 - 1.1. Evaluación de las relaciones públicas
 - 1.2. Diferencia entre opinión pública y relaciones públicas
- 2. Tipos de Organizaciones.
 - 2.1. Interna y externa
 - 2.2. Formal e informal
 - 2.3. Evaluación y estudios
 - 2.4. Investigación y encuesta
- 3. Organización del departamento de relaciones públicas
 - 3.1. Planeación
 - 3.2. Funcionamiento
 - 3.3. Ubicación
 - 3.4. Asesoría
- 4. Las relaciones públicas y su relación con los medios
 - 4.1. Publicidad en relaciones públicas: objetivos principales
 - 4.1.1. Publicidad en prensa
 - 4.1.2. Publicidad en cine
 - 4.1.3. Publicidad en Radio
 - 4.1.4. Publicidad en T.V.

4.2. Eventos especiales

- 4.2.1. Relaciones con empleados, accionistas y distribuidores

5. Vínculos entre relaciones públicas y relaciones humanas.

5.1. Función de las relaciones humanas

- 5.1.1. Organización del personal

5.1.2. Reclutamiento

- 5.1.3. Selección

- 5.1.4. Permanencia

- 5.1.5. Despido

Octavo semestre

PUBLICIDAD

1. Antecedentes de la publicidad y la mercadotecnia.

- 1.1. Conceptos

- 1.2. Sistema de mercadotecnia

- 1.3. Medio ambiente de la mercadotecnia

- 1.4. Segmentación de mercados

2. Organización de la publicidad.

- 2.1. Objetivos de la publicidad

- 2.2. Tipos de publicidad

- 2.3. Los medios publicitarios

3. Campaña de publicidad.

- 3.1. Planeación

- 3.2. Estudio de mercado

- 3.3. Etapa creativa

- 3.4. Selección de medios

- 3.5. Lanzamiento

J. FUNDAMENTACION DEL AREA DE INVESTIGACION

Dentro de los rasgos distintivos del ser humano, se encuentra su facultad indagadora y preocupación por explicar los fenómenos del entorno. Esta característica se manifiesta con mayor claridad en los procesos de la formación profesional de los educandos. Como profesional, el estudio de las Ciencias de la Comunicación necesita de un conjunto de conocimientos para realizar sus actividades en forma sistemática. Este fin sólo puede adquirirse en la medida que se profundice en aspectos teórico metodológicos instrumentales y con un origen del conocimiento en la sociedad.

Sin embargo, para que la formación metodológica instrumental no sea simple objeto de la abstracción, los modelos y/o paradigmas han de relacionarse con la actividad cotidiana que el especialista realiza en las distintas operaciones de la comunicación Social.

Por otra parte la dinámica de los procesos sociales obliga a permanecer constantemente atentos a la evaluación de los mismos. Esta atención sólo será posible mediante la investigación científica.

El estudiante de ciencias de la Comunicación necesita contar con herramientas metodológicas que la permita conocer explicar y predecir conductas de los diferentes problemas de comunicación que está investigando. El area de investigación en Ciencias de la Comunicación se integrará con las materias, donde el alumno aprenderá desde los primeros pasos del proceso de investigación hasta conocimiento, para indagar y profundizar

sobre problemas concretos relacionados al proceso de la comunicación.

1. OBJETIVOS DEL AREA DE INVESTIGACION

- 1.- Conocer particularidades del proceso de la investigación científica.
- 2.- Comprender las diferencias y complementariedades entre teorías, métodos y técnicas de investigación.
- 3.- Aplicar el proceso de la investigación científica a diversos campos de la comunicación social.
- 4.- Orientar el quehacer científico al análisis de los problemas regionales y nacionales en materias de comunicaciones.

2. MATERIAS Y CONTENIDOS TEMATICOS DEL AREA DE INVESTIGACION

Primer semestre

INTRODUCCION A LA INVESTIGACION

1. Elección del tema.
2. Delimitación del tema.
3. Planteamiento del problema.
4. Justificación del trabajo.
5. Elaboración de objetivos.
6. Marco teórico.
7. Planteamiento de hipótesis.
8. Técnicas de recopilación de datos.
9. Vaciado de datos.
10. Presentación del informe final.

Segundo semestre

ESTADISTICA

1. Objetos de estudio de la estadística.
 - 1.1. Definición entre estadística descriptiva e inferencial
 - 1.2. Estadística de investigación
 - 1.3. Agrupamiento de datos
 - 1.4. Medidas de tendencia central
 - 1.4.1. Notación simbólica
 - 1.4.2. Media, mediana, moda
 - 1.4.3. Desviación estandard
2. Muestreo
 - 2.1. Condiciones de las muestras
 - 2.2. Elección de la muestra
 - 2.3. Error y tamaño de la muestra
3. Análisis estadístico.
 - 3.1. Noción y tipos de análisis
 - 3.2. Asociación entre variables
 - 3.3. Prueba de hipótesis

Tercer Semestre

METODOS DE INVESTIGACION EN COMUNICACION

1. Las principales escuelas metodológicas en comunicación.

- 1.1. El empirismo sociológico
 - 1.2. El formalismo sociológico
 - 1.3. El estructuralismo
 - 1.4. El método en Weber
 - 1.5. El método Marxista
2. Perspectivas más importantes en los análisis sobre comunicación de masas.
 - 2.1. Psicológica
 - 2.2. Sociológica
 - 2.3. Lingüística-semiológica
 3. Diseño de anteproyecto de investigación.
 - 3.1. Elección del tema
 - 3.2. Delimitación
 - 3.3. Planteamiento
 - 3.4. Justificación
 - 3.5. Objetivos

Quinto semestre

SEMINARIO DE INVESTIGACION I *

1. Mensajes de prensa (Análisis Hemerográfico).
 - 1.1. Análisis y desarrollo de la hemerografía
 - 1.2. Características de los diarios
 - 1.3. Hemerografía registral
 - 1.4. Análisis morfológico
 - 1.4.1. Examen heroscópico de la infraestructura material
 - 1.4.2. Las grandes superficies
 - 1.4.2.1. Superficies redaccionales
 - 1.4.2.2. Superficies administrativas
 - 1.4.2.3. Superficies publicitarias
 - 1.4.3. Unidades redaccionales
 - 1.4.3.1. Géneros informativos
 - 1.4.3.2. Origen de los mensajes
 - 1.4.3.3. Marco geográfico de los temas
 - 1.4.3.4. Móvil de los temas
 - 1.4.3.5. Fuentes informativas
 - 1.4.3.6. Temas tratados
2. Mensajes en Televisión y Radio (Análisis de contenido).
 - 2.1. Origen y tendencias
 - 2.2. Unidades de análisis
 - 2.2.1. Unidades de análisis de base gramatical
 - 2.2.1.1. Vocablos
 - 2.2.1.2. Frases

- 2.2.2. Unidades de base no gramatical
 - 2.2.2.1. Documentos íntegros
 - 2.2.2.2. El espacio
 - 2.2.2.3. Los caracteres
- 2.3. Los cuadros de análisis
 - 2.3.1. Selección de categorías
 - 2.3.1.1. Categorías de materias
 - 2.3.1.2. Categorías de forma
 - 2.3.1.3. Categorías de apreciación
 - 2.3.1.4. Categorías de personas y actores
 - 2.3.1.5. Categorías de origen y destino
- 3. Mensajes en cine e historieta (Aplicación del análisis semiológico).
 - 3.1. El análisis Barthiano
 - 3.1.1. El mensaje lingüístico
 - 3.1.2. El mensaje icónico literal
 - 3.1.3. El mensaje icónico simbólico
 - 3.2. El análisis retórico
 - 3.2.1. La clasificación retórica de Duran
 - 3.2.2. Retórica e ideología: Eco
 - 3.2.3. Las funciones lingüísticas en G. Péninou

Sexto semestre

SEMINARIO DE INVESTIGACION II *

- 1. El proceso de la encuesta de opinión
 - 1.1. Fijación del problema
 - 1.2. Estudio preliminar
 - 1.3. Creación del diseño de encuesta
 - 1.4. Consecución de la información
- 2. Recomendaciones para la elaboración del cuestionario
- 3. Tipos de encuesta
- 4. Clases de investigación pública
 - 4.1. Estudios de imagen
 - 4.2. Estudios motivacionales
 - 4.3. Estudios de efectividad
 - 4.4. Análisis de contenido

- 4.5. Análisis de públicos individuales
- 5. Mercadotecnia
 - 5.1. El concepto de mercadotecnia
 - 5.2. El medio ambiente de la mercadotecnia
 - 5.3. Segmentación de mercado
 - 5.4. Las cuatro "O"
 - 5.5. Las cuatro "P"
 - 5.6. Estrategias de mercadotecnia
- 6. Vinculación de la investigación con la mercadotecnia

Décimo semestre

PLANEACION DE LA COMUNICACION

- 1. Entre las "acciones espontáneas" y las acciones como resultado sistemático de fases sujetas a programación y evaluación.
 - 1.1. Ante la complejidad de los procesos institucionales, garantizar la consecución de metas con el menor esfuerzo y el más corto tiempo
 - 1.2. La planeación, un recurso al servicio de los procesos burocráticos o participativos
- 2. De la improvisación operativa a la "optimización" del funcionamiento organizacional.
 - 2.1. Fases necesarias al funcionamiento sistemático de los procesos
 - 2.1.1. Fase I. Situación y problema (Diagnóstico, Formulación de objetivos, Adopción de decisiones, Programación: control y evaluación de actividades)
 - 2.1.2. Fase II. Implementación
 - 2.1.3. Ejecución
 - 2.1.4. Consecución de metas y evaluación global
- 3. El plan de comunicación institucional.
 - 3.1. La componente comunicativa "interna" a toda institución.
 - 3.2. La comunicación exógena-externa a la institución
 - 3.3. La vigorosa presencia de la "comunicación participativa"
 - 3.3.1. El despertar de la sociedad civil
 - 3.3.2. La manifestación espontánea no es sinónimo de acciones aleatorias
 - 3.3.3. El "actor activo" resuelve sus problemas

K. FUNDAMENTACION DEL AREA FORMATIVO CONTEXTUAL

Si partimos de que la comunicación es hoy uno de los fenómenos sociales más relevantes, dada la complejidad de interacciones que lo engendraron y rodean, tenemos que para estudiarlo y entenderlo requerimos de toda una serie de conocimientos generales acerca del desarrollo y evolución que permitió su surgimiento, así como de los factores económicos, sociales, políticos e ideológicos que contribuyeron a conformarlo.

Ahora bien, en la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación se pretende que el egresado sea, en tanto estudioso profesional del fenómeno, un elemento capaz de "comprender y analizar el desarrollo de los procesos comunicativos como expresión de la cultura", es decir, que ni las teorías de la comunicación pueden abordarse separadas de la Economía, la Sociología, la Historia, ni a la inversa, las demás disciplinas pueden prescindir del estudio de los fenómenos comunicacionales si se quiere realmente dar una visión integral del contexto en que estamos inmersos.

1. OBJETIVOS DEL AREA FORMATIVO CONTEXTUAL

1.- Fortalecer el análisis y la formación teórico crítica del estudiante de Ciencias de la Comunicación, al ubicarlo como sujeto integrante de la propia sociedad que estudia.

2.- Comprender la sociedad contemporánea en todas sus manifestaciones como resultante de un proceso general en donde el hombre es el hacedor de su propia historia.

3.- Mostrar la relación interactuante entre la comunicación y el resto de las Ciencias Sociales.

4.- Presentar, analizar y cuestionar las corrientes de pensamiento más representativas en el estudio social contemporáneo.

5.- Capacitar al alumno en el manejo de la categorías fundamentales para el estudio y comprensión de la sociedad actual.