

CCC
AJ
0169

UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO
FACULTAD DE PSICOLOGIA.
UNIDAD NUEVO LAREDO.

PSICOLOGIA GENERAL

CLAVE:

REQUISITO:

PROPOSITOS GENERALES: Facilitar al alumno de Psicología una visión integradora de su objeto de estudio; esto se realiza mediante la exposición de las bases filosóficas de la Psicología, así como una breve revisión de las tres grandes vertientes de la misma como son: El Psicoanálisis, Conductismo y Humanismo y sus derivados teóricos, además se vera una introducción al enfoque crítico.

OBJETIVOS TERMINALES: a) El alumno describirá la noción de alma entre los griegos de la edad antigua, b) las principales escuelas de la era cristiana, c) las principales escuelas de la época moderna, d) las principales escuelas de la época contemporánea, e) los dos posturas filosóficas en las que se han agrupado las diversas escuelas, f) las tres posturas psicológicas en las que se han agrupado las diversas escuelas, g) el alumno cuestionara desde el punto de vista de la epistemología las diversas posturas.

TEMARIO:

TEMA I LA NOCION DE ALMA ENTRE LOS GRIEGOS:

- a) Grecia primitiva.
- b) nacimiento de la exigencia racional.
- c) la Psicología médica en la antigüedad.
- d) la enseñanza de los sofistas y el método socrático.
- e) la Psicología de Platón.
- f) la Psicología de Aristotéles.
- g) el epicureísmo y el estoicismo.

TEMA II ERA CRISTIANA:

- a) el pensamiento hebraico.
- b) el neoplatonismo.
- c) la Psicología Cristiana.
- d) San Agustín.
- e) Santo Tomás de Aquino.

TEMA III LA ERA MODERNA:

- a) ruptura con la tradición y la constitución del mundo moderno.
- b) la Psicología del renacimiento.

- c) el dualismo cartesiano.
- d) las reacciones a Descartes.
- e) la Psicología en el siglo de las luces.
- f) la Psicología Alemana del siglo XIX.
- g) de Maine de Biran a Bergson.

TEMA IV LA NUEVA PSICOLOGIA:

- a) nacimiento y desarrollo de la Psicología científica.
- b) la formación de escuelas en el siglo XX.

TEMA V POSICIONES FILOSOFICAS ACTUALES:

- a) el idealismo.
- b) el positivismo.
- c) el materialismo.

TEMA VI EL ENFOQUE CRITICO POR EXCELENCIA EN CIENCIAS SOCIALES:

- a) Materialismo científico.
- b) Psicoanálisis.

CONCEPTO ESPECIFICO DE APRENDIZAJE: El alumno describirá la diferencia entre las diversas posiciones tanto filosóficas - como psicológicas y su relación, así como el contexto del desarrollo histórico de la Psicología.

EXPERIENCIAS DE APRENDIZAJE:

- a) se fomentara el trabajo de investigación, individual y grupalmente.
- b) se fomentara el cuestionamiento de los diversos postulados.

MEDIOS Y PROCEDIMIENTOS DE EVALUACION:

- a) participación.
- b) asistencia.
- c) exámenes parciales: El primero comprenderá los dos primeros temas.
El segundo comprenderá el tercero y cuarto tema.
El tercero comprenderá el quinto y sexto tema.

El criterio de excención de examen final será de 90.

BIBLIOGRAFIA.

- a) HISTORIA DE LA PSICOLOGIA.
F.L. MUELLER.
FCE.
- b) RAICES FILOSOFICAS DE LA PSICOLOGIA.
HENRY MISIAK.
- c) PSICOLOGIA: IDEOLOGIA Y CIENCIA.
N. A. BRAUNSTEIN Y COLABORADORES.
EDIT. SIGLO XXI.
- d) PSICOPATOLOGIA Y PERSONALIDAD.
THEODORE MILLON.
EDIT. INTERAMERICANA.

UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

GUIONES DE CINE Y T.V.

CLAVE: LCC-56

REQUISITO: LCC-42

OBJETIVO GENERAL: El alumno aprenderá a realizar guiones cinematográficos, primero conociendo cada uno de los -- elementos que los forman y luego redactando varios guiones para los diferentes tipos de filmes.

UNIDAD I: FUNDAMENTOS TEORICOS

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno aprenderá cada uno de los elementos que integran un guión cinematográfico y la -- terminología técnica y estructural del mismo.

TEMA I: EL PROCESO DE LA CREACION CINEMATOGRAFICA

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno conocerá cada una de las fases - de la realización fílmica para ubicar el - papel que juega el guión dentro de la pelí- cula.

- 1.1 pre-producción
- 1.2 producción
- 1.3 post-producción
- 1.4 pre-producción
 - 1.4.1 la idea
 - 1.4.2 el argumento
 - 1.4.3 el guión

TEMA II: EL GUION

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno conocerá la definición y las ca- racterísticas principales de un guión ci- nematográfico.

- 2.1 definición de guión cinematográfico
- 2.2 definición de guión televisivo
- 2.3 tipos de guiones
- 2.4 la historia
- 2.5 imagen y sonido

TEMA III: LENGUAJE CINEMATOGRAFICO

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno aprenderá la terminología y los elementos visuales y auditivos que forman el lenguaje cinematográfico, para su apli- cación en los guiones.

- 3.1 lenguaje literario y lenguaje cinematográfico
- 3.2 lenguaje de cine y TV: imagen y sonido
- 3.3 código visual: el fotograma
- 3.4 lo que vemos y como lo vemos
 - 3.4.1 encuadre
 - 3.4.2 plano
 - 3.4.3 movimiento de cámara
 - 3.4.4 eje y dirección
- 3.5 código auditivo: la banda sonora
- 3.6 Elementos de la banda sonora
 - 3.6.1 diálogo
 - 3.6.2 música
 - 3.6.3 efectos especiales
 - 3.6.4 narración

- 3.7 contando historias
 - 3.7.1 plano
 - 3.7.2 escena
 - 3.7.3 secuencia
 - 3.7.4 el filme
- 3.8 Recursos narrativos
 - 3.8.1 narración lineal o cronológica
 - 3.8.2 flash back
 - 3.8.3 flash forward
 - 3.8.4 montajes paralelos
 - 3.8.5 montajes en contrapunto
 - 3.8.6 cámara subjetiva

TEMA IV: TIPOS DE GUIONES

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno aprenderá cómo se integran los guiones para comercial, documental e historia dramática, mediante la utilización de los recursos narrativos y los elementos del lenguaje cinematográfico.

- 4.1 el comercial
- 4.2 el documental
- 4.3 la historia dramática

TEMA V: REDACTANDO EL GUIÓN

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno aprenderá cada una de las fases de la creación de un guión cinematográfico o televisivo, incluyendo las diferentes fuentes en los casos de adaptación y creación; centrará su atención en el guión dramático dada su complejidad.

- 5.1 adaptación (definición)
- 5.2 guión original (definición)
- 5.3 idea
- 5.4 argumento (sinopsis)
- 5.5 personajes
- 5.6 escaleta
- 5.7 desarrollo del guión: primer tratamiento y guión definitivo.

UNIDAD II: ANALISIS DE GUIONES

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno identificará y analizará los elementos aprendidos en la unidad anterior, en una serie de guiones y películas que les serán mostradas durante la unidad.

TEMA I: EL COMERCIAL

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno identificará los elementos y estructura usados en los guiones de tipo comercial que le serán expuestos.

TEMA II: DOCUMENTAL

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno identificará los elementos y estructura usados en los guiones de adaptación de una novela o cuento que le serán expuestos; además, los cotejará con la obra de la que fueron tomados.

TEMA III: CREACION ORIGINAL

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno identificará los elementos y estructuras usadas en los guiones originales para cine y televisión que le serán expuestos.

UNIDAD III: REDACCION DE GUIONES

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno, partiendo de los conocimientos adquiridos durante el curso, redactará un guión de cada uno de los tipos aprendidos.

TEMA I: COMERCIAL

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno elaborará un guión para un comercial de 30 segundos.

TEMA II: DOCUMENTAL

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno elaborará un guión para un documental de 15 minutos.

TEMA III: ADAPTACION

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno elaborará un guión, realizando una adaptación de algún texto autorizado por el catedrático, con duración de 30 minutos.

TEMA IV: CREACION ORIGINAL

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno elaborará un guión de creación original con duración de 30 minutos.

BIBLIOGRAFIA:

- * Mario Raimondo Souto. TECNICA DE CINE DOCUMENTAL Y PUBLICITARIO. Omega
- * Louis D. Gianneti. UNDERSTANDING MOVIES. Prentice-Hall.
- * Robert L. Hilliard. WRITING FOR TELEVISION AND RADIO. Hastings House.

TECNICA DE ENSEÑANZA:

- a) Exposición de clase con preguntas. El maestro impartirá la cátedra, siguiéndola de preguntas directas para probar en qué medida se han entendido los conceptos.
- b) El alumno analizará en clase diversos guiones para identificar sus elementos.

METODO DE EVALUACION:

- a) Un examen escrito para la I Unidad..... 12.5 pts.
- b) Un examen escrito para la II Unidad..... 12.5 pts.
- c) Asistencia y participación..... 25 pts.
- d) Trabajos finales (cuatro guiones)..... 50 pts.

UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

GENEROS PERIODISTICOS INFORMATIVOS

(TALLER DE REDACCION PERIOD. I)

CLAVE: LCC-31

REQUISITO: LCC-26

OBJETIVO GENERAL: El alumno, al finalizar el curso, estará capacitado para identificar los distintos géneros periodísticos, podrá manejar con propiedad el lenguaje periodístico y será capaz de redactar los tipos de notas y crónicas estudiadas en clase.

UNIDAD I: FUNDAMENTOS DE REDACCION PERIODISTICA

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno distinguirá entre género literario y género periodístico, y estudiará las características del lenguaje periodístico.

TEMA I: LITERATURA Y PERIODISMO

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno analizará las diferencias existentes entre lenguaje literario y lenguaje periodístico.

1.1 El modelo piramidal de la estructura literaria y de la estructura noticiosa

1.2 Lengua literaria y lenguaje periodístico

1.3 Rasgos diferenciales del estilo periodístico

LECTURA: José Luis Martínez Albertos. REDACCION PERIODISTICA. A.T.E. pp. 13-23

TEMA II: IDENTIFICACION DEL VALOR NOTICIOSO

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno estudiará los criterios que se deben emplear para identificar el valor noticioso de los sucesos o eventos determinados.

2.1 Criterios tradicionales

2.1.1 intuición

2.1.2 experiencia

2.2 Criterios profesionales

2.2.1 novedad

2.2.2 proximidad (geográfica y humana)

2.2.3 afectabilidad

2.2.4 alteración del status quo

2.2.5 prominencia

2.2.6 curiosidad

LECTURAS: -Stanley Johnson y Julian Harris. EL REPORTERO PROFESIONAL, pp.33-36

-Raúl Rivadeneira. PERIODISMO. Trillas, pp. 55-59

-Martínez Albertos, op. cit., pp.89-90

-Carl Warren. GENEROS PERIODISTICOS INFORMATIVOS. pp. 23-39

TEMA III: LENGUAJE PERIODISTICO

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno estudiará las características de estilo que deben manejarse en el lenguaje periodístico, y algunas reglas encaminadas a mejorar la redacción.

- 3.1 naturalidad, claridad y concisión
- 3.2 reglas para mejorar la redacción
 - 3.2.1 eliminar artículos innecesarios
 - 3.2.2 " " " formas verbales indirectas
 - 3.2.3 " " " adjetivos, adverbios y preposiciones
 - 3.2.4 " " " palabras elevadas, tecnicismos, términos confusos o inexactos
 - 3.2.5 eliminar superlativos
 - 3.2.6 " " " frases hechas
 - 3.2.7 " " " "queísmos" y redundancias
 - 3.2.8 " " " uso del don
- 3.3 Redacción
 - 3.3.1 redacción clara y correcta
 - a) preferir oración simple
 - b) entradas novedosas
 - 3.3.2 párrafos cortos (máximo 30 palabras)
- 3.4 citas textuales
- 3.5 citas indirectas
- 3.6 parafrases
- 3.7 uso cuidadoso de iniciales (ONU, CTM)

UNIDAD II: LA ENTRADA NOTICIOSA

OBJETIVO PARTICULAR: el alumno aprenderá a identificar las características de las entradas noticiosas y, al finalizar la unidad, será capaz de redactar sus diferentes tipos.

TEMA I: LAS SEIS PREGUNTAS

OBJETIVO ESPECIFICO: el alumno se percatará de que la información periodística gira alrededor de seis preguntas básicas: qué, cuándo, dónde, cómo, quién, por qué.

- 1.1 el "qué"
- 1.2 el "cuándo"
- 1.3 el "dónde"
- 1.4 el "cómo"
- 1.5 el "quién"
- 1.6 el "por qué"

TEMA II: LA ENTRADA NOTICIOSA (teoría)

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno analizará cómo se efectuaba anteriormente la redacción de las entradas periodísticas, y aprenderá los lineamientos que se aconsejan hoy en día para ello.

- 2.1 entradas tradicionales de "tendedero"
- 2.2 entradas modernas una o dos preguntas por párrafo
 - 2.2.1 la pregunta más relevante
 - 2.2.2 entrada con "qué"
 - 2.2.3 " " " " "quién"
 - 2.2.4 " " " " "cuándo"
 - 2.2.5 " " " " "dónde"
 - 2.2.6 " " " " "cómo"
 - 2.2.7 " " " " "por qué"

LECTURAS:

- Raúl Rivadeneira. PERIODISMO. Trillas. pp-205-8
- Manual de EL NORTE
- Johnson y Harris, op. cit., pp. 63-71

TEMA III: LA ENTRADA NOTICIOSA (ejercicios)

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno se ejercitará en la redacción de los distintos tipos de entradas noticiosas, y deberá mostrar en sus escritos que ha asimilado lo aprendido en la Unidad I y en la Unidad II sobre redacción periodística.

- EJERCICIOS de entradas con:

- 3.1 qué
- 3.2 quién
- 3.3 cuándo
- 3.4 dónde
- 3.5 cómo
- 3.6 por qué

UNIDAD III: REDACCION DE NOTICIAS

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno se ejercitará mediante prácticas de redacción en el salón de clases, en la redacción de noticias periodísticas políticas, sociales, deportivas y policiacas.

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno redactará por lo menos cinco noticias completas en las siguientes áreas temáticas, con datos que le serán proporcionados por el catedrático.

- 1.1 notas políticas
- 1.2 sociales / culturales
- 1.3 deportivas
- 1.4 policiacas

LECTURA: - Apuntes de clases

UNIDAD IV: GENEROS PERIODISTICOS

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno aprenderá a reconocer la existencia de distintos géneros periodísticos, así como las características que identifican a cada uno de ellos.

TEMA I: LOS GENEROS PERIODISTICOS

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno estudiará la definición de género periodístico y se familiarizará con los distintos criterios que diferencian entre géneros informativos y géneros interpretativos.

- 1.1 definición de género periodístico
- 1.2 antecedentes históricos de los géneros periodísticos
 - 1.2.1 periodismo ideológico
 - 1.2.2 periodismo informativo
 - 1.2.3 periodismo explicativo o interpretativo
- 1.3 Géneros periodísticos
 - 1.3.1 géneros informativos y géneros interpretativos
 - 1.3.2 los cuatro géneros según Mtz. Albertos
 - 1.3.2.1 información
 - 1.3.2.2 reportaje
 - 1.3.2.3 crónica
 - 1.3.2.4 artículo o comentario

- 1.4 géneros predominantes en el periodismo interpretativo
 1.5 periodismo especializado

LECTURA: Martínez Albertos, op. cit., pp. 69-85

TEMA II: ORGANIZACION DEL TRABAJO PERIODISTICO

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno conocerá las distintas técnicas de recopilación de información con las que cuenta el reportero, y será capaz de utilizarlas en ejercicios desarrollados fuera de clase.

- 2.1 documentación
- 2.2 entrevistas
- 2.3 conferencias
- 2.4 discursos
- 2.5 conversaciones telefónicas
- 2.6 encuestas
- 2.7 investigaciones
- 2.8 ejercicios
 - 2.8.1 redactar nota con documentación bibliográfica en la Biblioteca Municipal
 - 2.8.2 redactar nota en base a entrevista con persona asignada por el maestro
 - 2.8.3 redactar nota en base a discurso escrito provisto por el maestro

BIBLIOGRAFIA:

- + José Luis Martínez Albertos. REDACCION PERIODISTICA. A.T.E.
- + Raúl Rivadeneira. PERIODISMO. Trillas
- + Johnson y Harris. EL REPORTERO PROFESIONAL. Trillas
- + Manual de EL NORTE de Monterrey
- + Manual de la UPI
- + Apuntes del maestro

TECNICA DE ENSEÑANZA:

- a) Los segmentos teóricos del curso serán sustentados por medio de exposición oral del maestro, seguida por preguntas para detectar en qué medida los alumnos han asimilado las explicaciones.
- b) Los segmentos prácticos se efectuarán como taller de redacción. El maestro proporcionará los datos y los alumnos deberán redactar en clase los distintos ejercicios. En todo momento el maestro supervisará el trabajo de los alumnos y orientará a éstos, clarificando cualquier duda que pudieran tener.

METODO DE EVALUACION:

- a) dos exámenes parciales escritos..... 50 %
- b) ejercicios de redacción periodística..... 50 %

Lic. José Carlos Lozano

LABORATORIO DE COMUNICACION VERBAL

CLAVE: LCC-21

REQUISITO: LCC-11

OBJETIVO GENERAL: Al finalizar el curso, el alumno deberá conocer el proceso de comunicación oralmente, así como haber aprendido a transmitir y recibir información oral con fluidez, precisión y claridad; entendiendo que estos conocimientos deben correlacionarse estrechamente con lo que ha aprendido ya del proceso de la comunicación y con su propio desarrollo como profesional.

UNIDAD I: LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACION ORAL

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno estudiará las diferentes consideraciones que a la comunicación oral pueden hacerse, entregándolas al estudio semántico para tener un concepto más amplio de la materia.

TEMA I:

- 1.1 consideraciones sobre la conducta verbal
 - 1.1.1 el significado de las palabras
 - 1.1.2 el lenguaje
 - 1.1.3 símbolos y signos
- 1.2 consideraciones sobre la percepción
- 1.3 consideraciones sobre la comunicación
 - 1.3.1 la comunicación es un proceso
 - 1.3.2 la comunicación es inevitable
 - 1.3.3 el espacio físico en la comunicación
- 1.4 Las funciones de la comunicación lingüística
 - 1.4.1 función referencial
 - 1.4.2 función apelativa
 - 1.4.3 función sintomática
- 1.5 Las modalidades del idioma
 - 1.5.1 modalidad geográfica
 - 1.5.2 modalidad histórica
 - 1.5.3 modalidad social

TEMA II: FORMAS BASICAS DE LA COMUNICACION ORAL

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno deberá estudiar las diferentes formas que tenemos los humanos de comunicarnos oralmente. En el presente tema se estudian dos de ellas, dejando la tercera (por razones de extensión) como material de la siguiente unidad.

- 2.1 La comunicación entre dos personas
 - 2.1.1 ¿qué es el diálogo?
 - 2.1.2 condiciones para un diálogo
 - 2.2.3 problemas
- 2.2 comunicación en grupos pequeños
 - 2.2.1 características de los grupos pequeños
 - 2.2.2 preparación para una discusión
 - 2,2.3 funciones de un coordinador

UNIDAD II: COMUNICACION EN GRUPOS NUMEROSOS

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno conocerá las características de la comunicación en público y su utilidad en esta carrera.

TEMA I: CONFERENCIAS

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno aprenderá a considerar a la expresión oral como un arte, en el sentido de que una conferencia debe tener cualidades estéticas, armonía y forma de presentación.

- 1.1 Factores fundamentales de una conferencia
- 1.2 método de presentación
- 1.3 preparación de una conferencia
- 1.4 mejoramiento del comportamiento comunicativo

TEMA II: PRACTICA ORAL

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno pondrá en práctica los conocimientos aprendidos, a través de presentaciones personales que le permitirán desenvolverse en público.

- 2.1 formulación de una idea
- 2.2 cristalización de un tema
- 2.3 investigación de una idea
- 2.4 presentación de un tema

BIBLIOGRAFIA:

- Rangel Hinojosa, Mónica. COMUNICACION ORAL. Ed. Trillas. México.
- Avila, Raúl. LA LENGUA Y LOS HABLANTES. Ed. Trillas. México.
- Zacharis y Coleman. COMUNICACION ORAL: UN ENFOQUE RACIONAL. Ed. Limusa.

TECNICA DE ENSEÑANZA:

Exposición de clase con preguntas. En algunas exposiciones se pedirá con anticipación que los alumnos expongan clase. Cuando el curso se encuentre en la Unidad II se organizarán grupos de discusión dentro de clase para que los mismos alumnos se evalúen, como indica el texto de Zacharis y Coleman. Al llegar al tema II de la Unidad II se procederá a practicar individualmente la conferencia en público.

METODO DE EVALUACION:

- a) dos o tres exámenes escritos..... 45 %
- b) un examen ordinario final..... 45 %
- c) participación en clase y tareas..... 10 %

Lic. Beatriz Rojas de Ortega

SEM. DE COMUNICACION MASIVA

CLAVE: LCC-35

REQUISITO: LCC-11

OBJETIVO GENERAL: El alumno conocerá el desarrollo de la investigación y las corrientes principales de la comunicación de masas identificando las características de cada enfoque y -- sus diferencias teóricas y metodológicas.

UNIDAD I: SOCIEDAD Y CULTURA DE MASAS

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno relacionará la concepción de la sociedad "masificada" de principios de siglo con el inicio del estudio de la comunicación de masas, y conocerá las diversas posturas que surgieron en él.

TEMA I: SURGIMIENTO DE LA SOCIEDAD Y LA CULTURA DE MASAS

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno analizará los factores económicos, sociales y políticos que llevaron al surgimiento de los conceptos de sociedad y cultura de masas.

- 1.1 La industrialización como causa básica de la sociedad de masas
- 1.2 concepción de la masa
- 1.3 alfabetismo y democracia
- 1.4 concepto de cultura de masas

LECTURAS:

- * Denis McQuail, SOCIOLOGIA DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION. Paidós. Capítulo II
- * Alan Swingewood, THE MYTH OF MASS CULTURE. Mcmillan cap. I
- * Melvin L. DeFleur, TEORIAS DE LA COMUNICACION MASIVA. Paidós, pp. 148 a 164

TEMA II: APOCALIPTICOS E INTEGRADOS

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno estudiará las posturas teóricas filosóficas que surgieron en contra y a favor de la cultura de masas, distinguiendo entre posturas pesimistas (apocalípticas) y posturas optimistas (integradas).

- 2.1 La postura aristocrática
- 2.1.1 Alexis de Tocqueville
- 2.1.2 Federico Nietzsche

- 2.1.3 José Ortega y Gasset
- 2.2. La postura neo-marxista
- 2.2.1 La Escuela de Frankfurt (Adorno, Horkheimer, Marcuse)
- 2.2.2 C. Wright Mills

- 2.3 La postura optimista
- 2.3.1 Edward Shils
- 2.3.2 Daniel Bell

LECTURAS:

- * Alan Swingewood., op. cit. capítulo 1
- * José Ortega y Gasset. LA REBELION DE LAS MASAS. Col. Austral
- * Theodor Adorno y Max Horkheimer. "La Industria de la Cultura: La Ilustración como Engaño de las Masas", - en James Curran et. al. (eds) SOCIEDAD Y COMUNICACION DE MASAS. Fondo de Cultura Económica. (
- * Umberto Eco. APOCALIPTICOS E INTEGRADOS. Ed. Lumen, - pp. 11 a 78
- * Herbert Marcuse. EL HOMBRE UNIDIMENSIONAL. Joaquín Mortíz. Cap. 1

TEMA III: TEORIA MECANICISTA "ESTIMULO-RESPUESTA"

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno relacionará el impacto de la propaganda y la publicidad en las primeras décadas del siglo, -- con las concepciones científicas en boga: teoría -- del instinto o teoría mecanicista estímulo-respuesta. El alumno comprenderá que ambas llevaron a la -- idea de los MMC como todo poderosos.

- 3.1 Propaganda en la I Guerra Mundial
- 3.2 Publicidad en los EEUU
- 3.3 Teoría mecanicista Estímulo-Respuesta

LECTURA: * Melvin L. De Fleur, op. cit. pp. 165-174
* James D. Halloran. LOS EFECTOS DE LA TELEVISION.
ED. Nacional. pp. 35-44

UNIDAD II: LA INFLUENCIA PERSONAL

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno analizará cómo, a través de los estudios de P Paul Lazarsfeld, se derrumbó la teoría de la omnipotencia de los MMC, dando paso a la teoría del flujo de la comunicación en dos pasos y al descubrimiento de la influencia ejercitada por los líderes de opinión y los -- grupos primarios en el individuo.

TEMA I: INICIOS DE LA INVESTIGACION EMPIRICA

OBJETIVOS ESPECIFICOS: El alumno se familiarizará con las circunstancias -- específicas que propiciaron el inicio de la investigación empírica, relacionándola con las necesidades comerciales y administrativas de los MMC.

- 1.1 Antecedentes que propiciaron la investigación empírica
- 1.2 funciones comerciales de la investigación empírica
- 1.3 La investigación de la audiencia

LECTURAS: * Denis McQuail, op. cit., pp. 55-64
* Melvin L. De Fleur, op. cit., 165-174.

TEMA II: EL ESTUDIO DE OHIO

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno estudiará la investigación realizada por -- Paul Lazarsfeld en la campaña electoral de 1940 en -- USA, y analizará los resultados que llevaron al descubrimiento de la influencia personal y de los líderes de opinión.

- 2.1 Antecedentes
- 2.2 Metodología de la investigación
- 2.3 Resultados del estudio

LECTURA: * Paul Lazarsfeld (1953) "La Campaña Electoral ha terminado", -- ha terminado" Moragas (ed.) SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION DE -- MASAS. Gustavo Gili.

TEMA III: INVESTIGACION POSTERIOR

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno analizará el impacto de la investigación -- de Lazarsfeld en el estudio posterior de la comunicación de masas, y se familiarizará con los postulados básicos surgidos de este enfoque.

- 3.1 la investigación después de Lazarsfeld en USA (1940-1960)
- 3.2 estudios de Kurt Lewin
- 3.3 estudios de Robert K. Merton
- 3.4 Elihu Katz y Paul Lazarsfeld
- 3.5 Postulados básicos de este enfoque: Klapper

LECTURAS: * Gianni Statera. "Las investigaciones sobre los efectos de los -- "mass media", en Miquel de Moragas (ed.) op. cit., pp. 49-65.
* Paul Lazarsfeld y Herbert Menzel, "Medios de Com. Colectiva e -- Influencia Personal", en Schramm (Ed)

LA CIENCIA DE LA COMUNICACION HUMANA. ED. Reble.

* Joseph T. Klapper. "Los Efectos Sociales de la Comunicación de Masas", en Schramm (ed), op. cit., pp. 75-86

UNIDAD III: ANALISIS FUNCIONALISTA

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno relacionará el empleo del análisis funcional con los descubrimientos del tema anterior y conocerá las cuatro funciones básicas que cumple la comunicación de masas según el funcionalismo.

TEMA I: CARACTERISTICAS DEL FUNCIONALISMO

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno analizará las características básicas del enfoque funcionalista en la sociología general.

- 1.1 concepto de sociedad para el funcionalismo
- 1.2 las funciones y las instituciones
- 1.3 equilibrio y conflicto
- 1.4 la estructura social

LECTURA: * J. Antonio Paoli. COMUNICACION. Edicol. Cap. II

TEMA II: FUNCIONES DE LA COMUNICACION DE MASAS

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno estudiará las cuatro funciones que cumple la comunicación masiva en el sistema social, según el funcionalismo.

- 2.1 Las cuatro funciones de la comunicación masiva
- 2.2 funciones manifiestas y funciones latentes
- 2.3 disfunciones

LECTURA; CHARLES R. WRIGHT. LA COMUNICACION DE MASAS. Paidós, Cap. 1

TEMA III: CRITICAS AL ANALISIS FUNCIONAL

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno conocerá las críticas que teóricos de otras tendencias hacen al análisis funcional.

- 3.1 Insuficiencia teórica (perspectiva del consenso vs. perspectiva del conflicto)
- 3.2 Insuficiencia metodológica (los condicionantes de las técnicas empíricas)
- 3.3 El funcionalismo como reforzador del status quo

LECTURAS: * Armand Mattelart. "Críticas a la Communication Research", en Jaime Laredo (ed.) LOS MEDIOS DE LA COMUNICACION COLECTIVA. Unam pp. 165-180

* Peter Galding and Graham Murdock. THEORIES OF COMMUNICATION AND THEORIES OF SOCIETY, en "COMMUNICATION RESEARCH, Vol. 5 no. 3, Julio 1978

UNIDAD IV: TEORIA DE LOS USOS Y LAS GRATIFICACIONES

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno continuará estudiando las ramificaciones que tomó la investigación de la comunicación masiva a partir del descubrimiento de la influencia personal, aprendiendo las características de la teoría de los usos y las gratificaciones.

4. 4.1 características generales del enfoque
- 4.2 principales aportes de investigación
- 4.3 críticas a este enfoque

TEXTOS: * Denis McQuail. SOCIOLOGIA DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION. Paidós. Cap. 4, pp. 96-100

* Denis McQuail, Jay Blumler and J.R. Brown, "The Television Audience: a revised perspective", en Denis McQuail (ed.) - SOCIOLOGY OF MASS COMMUNICATIONS. Penguin books.

* Robin McCran. "The Uses and Gratifications approach to the study of media audiences". Centre for Mass

UNIDAD V: EL "NEW LOOK" O O ENFOQUE LIBERAL-PLURALISTA

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno analizará cómo, dentro de la propia investigación empírica, se empezó a reevaluar el poderío de los MMC y su influencia en los públicos.

TEMA I: ANTECEDENTES DEL "NEW LOOK"

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno, partiendo de un análisis de la "nueva ortodoxia" impuesta por Lazarsfeld y demás investigadores sobre la excesiva influencia de los MMC, estudiará el surgimiento de un nuevo enfoque que propone investigar los efectos de los medios -- desde otro punto de vista.

- 1.1 Los MMC como simples reforzadores de actitudes
- 1.2 Influencia a corto plazo vs. influencia a largo plazo
- 1.3 Influencia sobre actitudes vs. influencia sobre cogniciones

TEMA II: APORTES DE INVESTIGACION

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno conocerá algunas de las aportaciones -- del enfoque liberal-pluralista al conocimiento -- de los procesos de influencia de los MMC sobre la audiencia.

- 2.1 Los MMC como establecedores de la agenda de temas de discusión pública
- 2.2 Relaciones entre los medios de comunicación y la política
- 2.3 Los efectos políticos de la TV

LECTURAS: * James Curran, Michael Gurevitch and Janet Woollacott. "The study of the Media: theoretical approaches", en -- Gurevitch et al. CULTURE, SOCIETY AND THE MEDIA". Methuen

- * Denis McQuail. "Influencia y efectos de los medios masivos", en James Curran et al. (eds.) SOCIEDAD Y COMUNICACION DE MASAS. Fondo de Cultura Económica
- * Michael Gurevitch y Jay G. Blumler. "Relaciones entre -- los medios de comunicación de masas y la política", en James Curran et al. (eds.) SOCIEDAD Y COMUNICACION DE MASAS. Fondo de Cultura Económica.
- * Jay G. Blumler. "Los Efectos Políticos de la TV", en James Halloran (ed.) LOS EFECTOS DE LA TV. Ed. Nacional
- * Maccombs., en Murgas (ed.) op. cit.

UNIDAD VI: LOS ENFOQUES CRITICOS

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno conocerá aquellos enfoques al estudio de la comunicación de masas que, rechazando el empirismo, el positivismo, el conductismo y el servicio "administrativo" en la investigación, proponen cuestionar el sist. social y proponen alternativas para el cambio.

OBJETIVOS ESPECIFICOS: De los siguientes enfoques, el alumno conocerá sus aspectos teóricos y metodológicos más importantes, así como sus críticas más relevantes a la investigación convencional y -- sus aportaciones al estudio de la comunicación de masas.

- 6.1 Panorama general de la investigación crítica en la comunicación masiva.
 - 6.1.1 surgimiento de los enfoques críticos en el estudio - de la comunicación masiva.
 - 6.1.2 taxonomía de los diversos enfoques críticos
 - 6.1.3 puntos comunes de los enfoques críticos
 - 6.1.3.1 rechazo al empirismo
 - 6.1.3.2 rechazo al positivismo
 - 6.1.3.3 rechazo al conductismo
 - 6.1.3.4 rechazo al "servicio administrativo" de la - investigación
 - 6.1.3.5 énfasis en el uso de la teoría para guiar la investigación
- 6.2 Enfoques Marxistas
 - 6.2.1 Ralph Miliband
 - 6.2.2 Armand Mattelart
 - 6.2.3 Herbert Schiller
 - 6.2.4 Juan Somavía
 - 6.2.5 Peter Golding y Graham Murdock
- 6.3 Enfoque Estructuralista
 - 6.3.1 Levi-Strauss
 - 6.3.2 Roland Barthes
 - 6.3.3 Umberto Eco
- 6.4 Enfoque de los Estudios Culturalistas
 - 6.4.1 Stuart Hall
 - 6.4.2 Raymond Williams
 - 6.4.3 James Carey
- 6.5 Enfoque sociológico "holístico"
 - 6.5.1 Tapio Varis
 - 6.5.2 Cees J. Hamelink
 - 6.5.3 James D. Halloran

- LECTURAS:
- * James D. Halloran. THE CONTEXT OF MASS COMMUNICATION RESEARCH. Unesco Papers.
 - * Herbert Schiller. "A la espera de órdenes. Tendencias generales en la inv. de la comunicación de - masas en Estados Unidos", en M. de Moragas (ed.)- SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION DE MASAS. Gustavo - Gili.
 - * Peter Golding y Graham Murdock. "Capitalismo, Comunicaciones y Relaciones de Clase", en Curran - et al. (eds.) SOCIEDAD Y COMUNICACION DE MASAS. - Fondo de Cultura Económica
 - * Roland Barthes. "La Actividad Estructuralista", - en J. Antonio Paoli. LA COMUNICACION. Edicol.
 - * J. Antonio Paoli, op. cit, Cap. 3
 - * Florence Toussaint. CRITICA DE LA INFORMACION DE- MASAS. Anúes. Cáp.
 - * James Carey. "La inv. sobre la comunicación de - masas y los estudios culturales: una visión norte americana", en Curran et al. (eds.) SOCIEDAD Y COMUNICACION DE MASAS. F.C.E.
 - * Kaarle Nordenstreng. "Las nuevas tendencias de la teoría de la comunicación", en Moragas (ed) op. - cit.
 - * C. Wright Mills. LA IMAGINACION SOCIOLOGICA. Capítulo 3. F.C.E.

BIBLIOGRAFIA:

- * James Curran, Michel Gurevitch y Janet Woollacott. SOCIEDAD- Y COMUNICACION DE MASAS. Fondo de Cultura Económica, México.

- * Melvin L. De'Fleur. TEORIAS DE LA COMUNICACION MASIVA. Paidós, Buenos Aires.
- * Umberto Eco. APOCALIPTICOS E INTEGRADOS. Ed. Lumen., España.
- * Jaime Goded (ed.) LOS MEDIOS DE LA COMUNICACION COLECTIVA. - Unam.
- * Peter Golding and Graham Murdock. "Theories of Communication- and Theories of Society", en COMMUNICATION RESEARCH, Vol.5,- No. 3, Julio 1978.
- * Michael Gurevitch, Tony Bennett, James Curren and Janet Woollacott (eds.) CULTURE, SOCIETY AND THE MEDIA. Methuen, - London.
- * James D. Halloran. LOS EFECTOS DE LA TELEVISION. Ed. Nacio-- nal, Madrid.
- * James D. Halloran. THE CONTEXT OF MASS COMMUNICATION RESE--- ARCH. Unesco Papers.
- * Herbert Marcuse. EL HOMBRE UNIDIMENSIONAL. Joaquín Mortiz. -
- * Denis McQuail. SOCIOLOGIA DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICA- CION. Paidós.
- * Robin McCron. "The uses and gratifications approach to the - study of media audiences", Centre for Mass Communication -- Research, University of Leicester, Mimeo.
- * Miguel de Marzaga (ed.) SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION DE MA- SAS. Gustavo Gili, Barcelona.
- * José Ortega y Gasset. LA REBELION DE LAS MASAS. Col. Austral
- * J. Antonio Paoli. COMUNICACION. Edicol.
- * Wilbur Schramm (ed.) LA CIENCIA DE LA COMUNICACION HUMANA. - Ed. Roble.
- * Alain Swingewood. THE MYTH OF MASS CULTURE. MacMillan press.
- * Florence Toussaint. CRITICA DE LA INFORMACION DE MASAS. - Anúes.
- * Charles R. Wright. COMUNICACION DE MASAS. Paidós.
- * G. Wright Mills. LA IMAGINACION SOCIOLOGICA. Fondo de G. EC.

TECNICAS DE ENSEÑANZA:

SEMINARIO. El alumno realizará las lecturas señaladas para cada tema y unidad, y discutirá en grupo los conceptos ma- nejados en cada enfoque y por cada autor. El maestro dirigirá las discusiones y explicará los puntos difi- ciles u oscuros.

METODO DE EVALUACION:

Participación en clase.....	40 %
Un examen parcial escrito.....	20 %
Un trabajo final (ensayo).....	40 %

Lic. José Carlos Lozano R.

UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

TEORIA DE LA COMUNICACION

CLAVE: LCC-11

REQUISITO: Bachillerato en C. Soc. y Hum.

OBJETIVO GENERAL: El alumno, al finalizar su instrucción, conocerá los elementos básicos del proceso de la comunicación, -- identificará sus diferentes tipos, y podrá analizar y evaluar los distintos enfoques teóricos a su estudio.

UNIDAD I: ELEMENTOS BASICOS DEL PROCESO DE LA COMUNICACION.

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno reconocerá la necesidad de optar por un enfoque interdisciplinario al estudio de la comunicación, conocerá distintas definiciones de esta materia según investigadores de varias tendencias e identificará los elementos básicos del proceso de la comunicación.

TEMA I: LA COMUNICACION: ¿CIENCIA O CAMPO DE ESTUDIO?

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno comprenderá las aportaciones de las distintas disciplinas científicas al estudio de la comunicación, e identificará como enfoques teóricos más importantes el conductismo, el funcionalismo y la sociología crítica.

- 1.1 Aportes interdisciplinarios
- 1.2 El conductismo
 - a) características generales
 - b) método de investigación (experimental)
 - c) aportes al estudio de la comunicación
- 1.3 El funcionalismo
 - a) características generales
 - b) métodos de investigación (encuesta y téc. empíricas)
 - c) aportes al estudio de la comunicación
- 1.4 Sociología Crítica
 - a) el rechazo al empirismo y al positivismo
 - b) el rechazo al conductismo
 - c) características generales
 - d) método de investigación (hermenéutica)
 - e) aportes al estudio de la comunicación

TEXTOS: Denis McQuail. COMUNICACION. Longman, pp.37-38
J. Antonio Paoli. COMUNICACION. Epícol. Caps. 2 y 4
Armand Mattelart. "Críticas a la Communication Research", en Godes (ed.) LOS MEDIOS DE LA COM. COLECTIVA. UNAM.

TEMA II: DEFINICIONES DE LA COMUNICACION

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno conocerá las distintas explicaciones que intentan delimitar el objeto de estudio de la comunicación, y sabrá diferenciar entre definiciones psicológicas y definiciones sociológicas.

- 2.1 Definiciones psicológicas
 - a) David Berle

- b) Carl Havland
- c) Wilbur Schramm

2.2 Definiciones sociológicas

- a) Charles R. Wright
- b) Denis McQuail
- c) Michael Gurevitch
- d) Raymond Williams

TEMA III: MODELOS DEL PROCESO DE LA COMUNICACION.

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno identificará los elementos básicos del proceso de la comunicación y los analizará en modelos propuestos por distintos teóricos.

- 3.1 el modelo de Aristóteles
- 3.2 la fórmula de Lasswell
- 3.3 el modelo de Berlo
- 3.4 modelos de Schramm
- 3.5 modelo sociológico de Riley y Riley

TEXTOS: -David K Berlo. EL PROCESO DE LA COMUNICACION. El Ateneo
 -Florence Toussaint. CRITICA DE LA INFORMACION DE MASAS. Anules.
 -Denis McQuail and Sven Windahl. COMMUNICATION MODELS. Longman.
 -CIENCIAS DE LA COMUNICACION. Unam, pp. 13 a 36.

UNIDAD II: TIPOS DE COMUNICACION.

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno conocerá las características de los distintos tipos de comunicación (no-verbal, interpersonal y masiva), así como su importancia en las situaciones de interacción social.

TEMA I: COMUNICACION NO-VERBAL

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno conocerá las características generales de la comunicación no-verbal e identificará los principales códigos y canales con los que se lleva a cabo.

- 1.1 Definición y caract. generales
- 1.2 Importancia de la comunicación no verbal en las relaciones humanas
- 1.3 Códigos y Canales de comunicación no verbal

TEMA II: COMUNICACION INTERPERSONAL

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno conocerá las caract. generales de la comunicación interpersonal e identificará los principales códigos y canales por los que se efectúa.

- 2.1 Definición y caract. generales
- 2.2 Códigos y canales de comunicación interpersonal
- 2.3 Importancia de la comunicación interpersonal en las relaciones humanas.

TEMA III: COMUNICACION MASIVA

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno conocerá las caract. generales de la comunicación de masas de tal forma que pueda diferenciarla de los otros tipos de comunicación.

- 3.1 Definición de comunicación masiva
- 3.2 características de la comunicación masiva
- 3.3 consecuencias para la sociedad moderna

TEXTOS: -Mark L. Knapp. NONVERBAL COMMUNICATION IN HUMAN INTERACTION Holt, Rinehart & Winston.
 -Saundra Hybels y Richard Weaver III LA COMUNICACION. Logos.
 -Carlos Castilla del Pino. LA INCOMUNICACION. Ed. Península.
 -Denis McQuail. SOCIOLOGIA DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION. Paidós.

UNIDAD III: TEORIAS E INVESTIGACION DE LA COMUNICACION MASIVA

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno profundizará en el desarrollo de la investigación de la comunicación masiva, desde sus orígenes hasta nuestros días, analizando las perspectivas más influyentes en su estudio.

TEMA I: SOCIEDAD Y CULTURA DE MASAS

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno relacionará la concepción de la sociedad "masificada" de principios de siglo con el inicio de la investigación sobre la comunicación de masas, y conocerá las diversas posturas que surgieron en ella.

- 1.1 Surgimiento de la sociedad de masas
- 1.2 Sociedad de masas y cultura de masas
 - a) la postura aristocrática (T.S.Eliot, Ortega y G.)
 - b) la postura neo-marxista (Adorno, Marcuse)
- 1.3 Teoría mecanicista "Estímulo-Respuesta"

TEXTOS: -José Ortega y Gasset. LA REBELION DE LAS MASAS, Col. Austral.
 -Melvin DeFleur. TEORIAS DE LA COMUNICACION MASIVA. Paidós. Cap. 6
 -Denis McQuail. SOCIOLOGIA DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION. Paidós, pp. 25 a 53

TEMA II: LA INVESTIGACION EMPIRICA

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno advertirá el cambio en la concepción de impacto y poderío de los MMC que trae consigo la investigación empírica; a partir del "flujo de comunicación en dos pasos".

- 2.1 Teoría de la influencia personal
- 2.2 Análisis funcionalista
- 2.3 Teoría de los usos y las gratificaciones
- 2.4 El "new look" o enfoque liberal-pluralista

TEXTOS: -Paul Lazarsfeld. "La Campaña Electoral ha terminado", en M. de Moragas (ed.) SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION DE MASAS Serie Mass Media, Gustavo Gili.
 -Charles R. Wright. LA COMUNICACION DE MASAS. Paidós. Cap. I
 -Denis McQuail. SOCIOLOGIA DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION, Paidós. pp. 96 - 101
 -Jay G. Blumler and Michael Gurevitch. "The Political Effects of Mass Communication" en Gurevitch et al (eds.) CULTURE, SOCIETY AND THE MEDIA, Methuen, Univ. Press.

TEMA III: LA INVESTIGACION CRITICA.

OBJETIVO ESPECIFICO: el alumno conocerá aquellos enfoques que rechazando el empirismo, el positivismo y el conductismo, propugnan cuestionar el sistema social-

tismo, propugnan cuestionar el sistema social y proponen alternativas para el cambio.

- 3.1 Enfoque marxista
- 3.2 Enfoque estructuralista y semiótico
- 3.3 Enfoque sociológico-holístico

TEXTOS: -Florence Toussaint, CRITICA A LA INFORMACION DE MASAS. Anules.
-J. Antonio Paoli: COMUNICACION: Edicol.
-Kaarle Nordenstreng. "Las nuevas tendencias de la teoría de la comunicación", en M. de Moragas (ed.) SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION DE MASAS. Gustavo Gili.
-James D. Halloran. "Mass Media and Society: the Challenge of Research". Unesco Papers
-James D. Halloran. "Cambios en la inv. de las comunicaciones de masas", en Halloran (ed.) LOS EFECTOS DE LA TV. Ed. NACIONAL.

BIBLIOGRAFIA:

- * David K. Berle. EL PROCESO DE LA COMUNICACION. El Ateneo.
- * Jay G. Blumler and Michael Gurevitch. "The political effects of mass communications" en Gurevitch et al. (eds.) CULTURE, SOCIETY AND THE MEDIA. Methuen.
- * Carlos Castillo del Pino. LA INCOMUNICACION. Ed. Península
- * CIENCIAS DE LA COMUNICACION. Unam.
- * Sauhdra Hybel y Richard Weaver II. LA COMUNICACION. Logos.
- * Mark L. Knapp. NONVERBAL COMMUNICATION IN HUMAN INTERACTION. Holt Rinehart & Winston
- * Paul Lazarsfeld. "La Campaña Electoral ha terminado" en M. de Moragas (ed.) SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION DE MASAS. Gustavo Gili.
- * Denis McQuail. SOCIOLOGIA DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION. Paidós.
- * Denis McQuail. COMMUNICATION. Longman
- * Denis McQuail and Sven Windahl. COMMUNICATION MODELS. Longman
- * Armand Mattelart. "Críticas a la 'Communication Research", en Goded (ed.) LOS MEDIOS DE LA COMUNICACION COLECTIVA. Unam.
- * J. Antonio Paoli. COMUNICACION. Edicol.
- * José Ortega y Gasset. LA REBELION DE LAS MASAS. Coll Austral
- * Florence Toussaint. CRITICA DE LA INFORMACION DE MASAS. Anules.
- * Charles R. Wright. LA COMUNICACION DE MASAS. Paidós.
- * James Halloran. LOS EFECTOS DE LA TV. Editora Nacional. Cap. 3
- * James Halloran. MASS MEDIA AND SOCIETY: THE CHALLENGE OF RESEARCH Unesco Paper.

TECNICA DE ENSEÑANZA:

Exposición de clases con preguntas. El maestro impartirá la cátedra, siguiéndola de preguntas directas para probar en qué medida sehan entendido los conceptos.

METODO DE EVALUACION:

- a) Tres exámenes escritos (una para cada Unidad)..... 45%
- b) Un examen ordinario final..... 45%
- c) Participación en clase..... 10%

INTRODUCCION AL PERIODISMO

CLAVE: LCC-26

REQUISITO: LCC-11

OBJETIVO GENERAL: El alumno, al finalizar el curso, será capaz de identificar los conceptos esenciales de la teoría y la historia del periodismo escrito.

UNIDAD I: TEORIAS SOBRE LA FUNCION SOCIAL DE LA PRENSA

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno analizará las principales teorías que explican, desde sus diferentes posturas teóricas y metodológicas, la función social de la prensa como medio de comunicación de masas.

TEMA 1.1: ANALISIS FUNCIONAL

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno estudiará las cuatro funciones que según este enfoque cumple la prensa y demás medios masivos en un sistema social.

- 1.1.1 Naturaleza y función de la comunicación de masas según el funcionalismo
- 1.1.2 Las cuatro funciones de la comunicación de masas según Charles R. Wright

LECTURA: Charles R. Wright. COMUNICACION DE MASAS. Paidós. Cap. I

TEMA 1.2: USOS Y GRATIFICACIONES

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno estudiará las funciones que este enfoque atribuye a la comunicación de masas a nivel del individuo receptor.

- 1.2.1 Características generales del enfoque usos y gratificaciones
- 1.2.2 Función de la prensa según este enfoque

LECTURAS: * Denis McQuail. SOCIOLOGIA DE LOS MMC. Paidós. pp.96-100
* Elihu Katz, Jay G. Blumler y Michael Gurevitch, "Usos y Gratificaciones de la Comunicación de Masas", en Miguel de Moragas (ed.) SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION DE MASAS (2a. ed.) Editorial Gustavo Gili. pp.252-286

TEMA 1.3: TEORIA LIBERAL-PLURALISTA

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno analizará las ideas de la prensa como el 4to. Poder y como foro democrático de los grupos sociales que propone la teoría liberal pluralista.

- 1.3.1 Características generales del enfoque liberal-pluralista
- 1.3.2 Medios de Comunicación y Política
- 1.3.3 El concepto de la libertad de prensa

LECTURAS: * Michael Gurevitch y Jay G. Blumler, "Relaciones entre los medios de comunicación de masas y la política", en James Curran et al. (eds.) SOCIEDAD Y COMUNICACION DE MASAS. Fondo de Cultura Económica
* Ernest C. Hynds. PERIODISMO NORTEAMERICANO DE HOY. Editores Asociados. pp. 213-228
* Raúl Rivadeneira. PERIODISMO. Trillas. pp. 273-278

TEMA 1.4: TEORIA CRITICA

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno analizará las teorías que acusan a la prensa de servir a los intereses de las clases privilegiadas y de las élites económicas y políticas, y de reforzar el status quo.

- 1.4.1 Periodismo y control social
- 1.4.2 La propiedad y el control de los MMC
- 1.4.3 Funciones de la comunicación masiva

LECTURAS: * Camilo Taufic. PERIODISMO Y LUCHA DE CLASES. Ed. Nueva Imagen. Capítulos I, II y III
 * Graham Murdock y Peter Golding, "For a Political Economy of Mass Communications", en THE SOCIALIST REGISTER, 1973.

UNIDAD II: BREVE BOSQUEJO HISTORICO DE LA PRENSA

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno estudiará los orígenes y antecedentes de la prensa contemporánea, tanto a nivel mundial como a nivel nacional.

TEMA 2.1: HISTORIA DE LA PRENSA MUNDIAL

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno estudiará los antecedentes históricos del periodismo actual, desde el feudalismo hasta nuestros días.

- 2.1.1 La época feudal
- 2.1.2 Los Estados Absolutistas
- 2.1.3 La época industrial
- 2.1.4 La prensa de masas
- 2.1.5 La situación actual de la prensa en el mundo

LECTURAS: * Unam. CIENCIAS DE LA COMUNICACION. Col. "Las Humanidades en el Siglo XX", pp. 69-82
 * Raúl Rivadeneira, op. cit., pp. 11-17

TEMA 2.2: HISTORIA DE LA PRENSA EN MEXICO

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno estudiará los antecedentes históricos más importantes de la prensa en México, desde el Virreinato hasta nuestros días.

- 2.2.1 Antecedentes del periodismo en la época colonial
- 2.2.2 El periodismo en la Independencia
- 2.2.3 El periodismo a principios de siglo
- 2.2.4 La prensa contemporánea en México: una revisión crítica

LECTURAS: Unam. CIENCIAS DE LA COMUNICACION, pp. 83-94
 * Oscar Olvera y Pablo Gómez, "Industria y Consumo del Mensaje Impreso", en CONNOTACIONES no. 3, Revista de la AMIC, pp. 7-16

UNIDAD III: FUNDAMENTOS DE PERIODISMO

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno analizará la definición de periodismo y conocerá las características de una organización periodística, así como los tipos de periódicos y las diversas fuentes de información.

TEMA 3.1: DEFINICION

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno estudiará la definición de periodismo que ofrece Rivadeneira y analizará sus características esenciales.

- 3.1.1 definición
- 3.1.2 actualidad
- 3.1.3 universalidad
 - 3.1.3.1 geográfica
 - 3.1.3.2 temática
 - 3.1.3.3 social
- 3.1.4 perioricidad
- 3.1.5 acceso público

LECTURA: Raúl Rivadeneira, op. cit., pp. 34-39

TEMA 3.2: AREAS FUNDAMENTALES DE UN PERIODICO

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno estudiará las áreas básicas del periódico para tener una idea cabal del proceso de la producción periodística.

- 3.2.1 Organización del periódico
- 3.2.2 Redacción
- 3.2.3 Administración
- 3.2.4 Talleres
- 3.2.5 Circulación

LECTURAS: * Rivadeneira, op. cit., 39-40

* Stanley Johnson y Julian Harris. EL REPORTERO PROFESIONAL. Trillas. pp. 20-24

TEMA 3.3: TIPOS DE PERIODICOS

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno analizará las diferencias existentes entre los tipos de periódicos que existen en el mercado.

- 3.3.1 Diarios
 - 3.3.2 matutinos
 - 3.3.3 vespertinos
- 3.3.2 suplementos
- 3.3.3 ediciones regionales
- 3.3.4 semanarios
- 3.3.5 periódicos especializados
 - 3.3.5.1 financieros (Wall Street, El Financiero)
 - 3.3.5.2 deportivos (Esto)
 - 3.3.5.3 otros
- 3.3.6 revistas especializadas
 - 3.3.6.1 géneros más comunes
 - 3.3.6.2 semanarias
 - 3.3.6.3 mensuales
- 3.3.7 periodismo electrónico: Radio y Televisión

TEMA 3.4: FUENTES DE INFORMACION

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno estudiará las diversas fuentes de información de que dispone un periódico.

- 3.4.1 tipos de fuentes
 - 3.4.1.1 fuente acontecimiento
 - 3.4.1.2 fuente informante
 - 3.4.1.3 fuente intención
- 3.4.2 fuentes internacionales
- 3.4.3 fuentes nacionales
- 3.4.4 fuentes locales
 - 3.4.4.1 fijas o permanentes
 - 3.4.4.2 ocasionales

LECTURAS: * Rivadeneira, op, cit., pp. 63-72
 * Johnson y Harris, op. cit., 24-26

UNIDAD IV: LA NOTICIA

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno estudiará la naturaleza de la noticia, así como el proceso por el que atraviesa desde que se genera hasta que es recibida por el lector.

TEMA 4.1: NATURALEZA DE LA NOTICIA

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno estudiará la diferencia entre hechos naturales y hechos humanos, y aprenderá la definición de noticia que ofrece Rivadeneira.

- 4.1.1 hechos naturales y humanos
- 4.1.2 definiciones de noticias
- 4.1.3 el concepto de "interés"

LECTURA: * Rivadeneira, op. cit., pp. 45-53

TEMA 4.2: ITINERARIO DE LA NOTICIA

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno analizará el proceso por el cual atraviesa la comunicación noticiosa.

- 4.2.1 el valor noticioso
- 4.2.2 criterios para evaluar el valor noticioso
 - 4.2.2.1 intuición y experiencia
 - 4.2.2.2 novedad, proximidad y afectabilidad
- 4.2.3 criterios intervinientes en la evaluación de los datos
- 4.2.4 corrección de estilo
- 4.2.5 fases de elaboración técnica

LECTURA: Rivadeneira, op. cit., Capítulo IV

UNIDAD V: PERIODISMO OBJETIVO Y PERIODISMO COMPROMETIDO

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno analizará críticamente las diferencias entre la defensa del objetivismo y la apología del periodismo comprometido.

TEMA 5.1: EL CONCEPTO DE OBJETIVIDAD

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno conocerá las definiciones de términos como "objetividad", "neutralidad" e "imparcialidad", y estudiará las críticas a ellos.

- 5.1.1 definiciones de objetividad, neutralidad e imparcialidad
- 5.1.2 críticas al objetivismo

LECTURAS: * Juan Somavía. "La Estructura Transnacional del Poder y la Información Internacional", en LA INFORMACION EN EL NUEVO ORDEN INFORMATIVO INTERNACIONAL. Ilet pp.29-47
 * Camilo Taufic, op. cit., pp. 195-204

TEMA 5.2: "GUARDABARRERAS Y COMPROMETIDOS"

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno estudiará las dos posturas antagónicas que se encuentran en el periodismo contemporáneo.

- 5.2.1 modelos profesionales del periodista: el "guardabarreras" y el "comprometido"
- 5.2.2 características del "guardabarreras"
- 5.2.3 características del "comprometido"

LECTURA: * Morris Janowitz. "Professional Models in Journalism: the Gatekeeper and the Advocate", en JOURNALISM QUARTERLY, Vol. 52 No. 4, 1975.

TECNICA DE ENSEÑANZA:

Exposición de clase con preguntas. El maestro expondrá la cátedra, y la seguirá de preguntas a los alumnos para evaluar hasta qué punto se han entendido sus conceptos.

El alumno deberá haber leído en casa los textos mencionados para cada tema el día en que éstos se vayan a desarrollar.

METODO DE EVALUACION:

Evaluación continua (5 exámenes; uno para cada Unidad)...80 %
Participación en clase y asistencia.....20 %

Lic. José Carlos Lozano R.

UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO.
ESPAÑOL SUPERIOR.

OBJETIVO GENERAL: El alumno conocerá los fundamentos de la Semiotica y será capaz de aplicarlos para el estudio de la cultura.

UNIDAD I: Introducción a la Semiotica.

OBJETIVOS PARTICULARES: El alumno comprenderá los conceptos básicos de la Semiótica, así como los alcances postulados y el desarrollo de esta ciencia.

TEMA 1: Historia de la Semiótica.

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno conocerá el origen y desarrollo de la Semiotica.

- 1.1 La Semiología de Saussure.
- 1.2 La Semiótica de Pierre.
- 1.3 Diferencias entre ambas proposiciones.

TEMA 2: Los umbrales y fronteras de la Semiótica.

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno será capaz de delimitar los alcances de la Semiótica y Ubicarla en el contexto de las ciencias sociales.

- 2.1 Los umbrales inferior, superior y epistemológico.
- 2.2 Los impuestos básicos de la Semiótica.

TEMA 3: La señal y el sentido.

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno diferenciará los conceptos señal y signo a través de la presencia del sentido.

- 3.1 La señal como impulso físico.
- 3.2 El sentido como elemento cultural de semiosis.

TEMA 4: Conceptos fundamentales.

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno comprenderá y manejará los conceptos fundamentales de la Semiotica, desde los componentes del signo hasta los códigos.

- 4.1 El signo.
- 4.2 El significante.
- 4.3 El significado y el sistema semántico.
- 4.4 Los modos de significación.
- 4.5 El referente.
- 4.6 El interpretante.
- 4.7 El código.
- 4.8 Motivación y arbitrariedad.

LECTURAS: Umberto Eco. La Estructura Ausente. Lumen. 1978. pp. 13 a 152.

Umberto Eco. Tratado de Semiotica General. Lumen. 1980. secciones 0, 1 y 2.

Pierre Guiraud. La Semiología. Siglo XXI 1979 pp. 7 a 10 y capítulo. 2.

Oswald Ducrot y Tzvetan Todorov. Diccionario Enciclopédico de las ciencias del lenguaje. Siglo XXI 1981.

UNIDAD II: Aportaciones básicas.

OBJETIVOS PARTICULARES: El alumno conocerá las aportaciones a la -
Semiótica posteriores a su fundación como
ciencia.

TEMA 1: El paradigma de Jakobson.

OBJETIVOS ESPECIFICOS: El alumno aprenderá a reconocer la función -
signo a partir del referente.

- 1.1 Los componentes del proceso de la comunicación.
- 1.2 Las funciones del signo.

TEMA 2: La fórmula térmica de Mc. Luhan

OBJETIVOS ESPECIFICOS: El alumno entenderá los conceptos "frío" y-
"caliente" para la MMC y todos los objetos -
culturales.

- 1.1 La temperatura de los MMC.
- 1.2 La temperatura de las culturas.
- 1.3 Hipo e hipercodificación.

TEMA 3: La escuela glosemática de Hjelmslev.

OBJETIVOS ESPECIFICOS: El alumno diferenciará los planes del signo-
de acuerdo con la definición glosemática.

- 3.1 Planos de la expresión y el contenido.
- 3.2 Substancia y forma.
- 3.3 Materia.

LECTURAS: PIERRE GUIRAUD 1979. CAPITULO I.

UMBERTO ECO. 1980 pp. 99 a 114 y 238 a 243.

OSWALD DUCROT Y TZVETAN TODOROV. 1981 pp. 35 a 39.

BESTIL MALBERG. LOS NUEVOS CAMINOS DE LA LINGUISTICA.
SIGLO XXI 1981. PP. 154 a 173.

MIGUEL DE MORAGAS SPA. SEMIOTICA Y COMUNICACION DE MASAS

PENINSULA 1980pp. 29 a 39

UNIDAD III: Los códigos.

OBJETIVOS PARTICULARES: El alumno comprenderá la naturaleza de los-
distintos códigos que envuelven a los sig -
nos y sus articulaciones.

TEMA 1: Definición de código y sus articulaciones.

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno, entenderá el concepto de código ---
através de sus componentes semánticos articu -
lados.

- 1.1 Definición de código y articulaciones.
- 1.2 Código de dos articulaciones.
- 1.3 Código de una articulación.
- 1.4 Códigos sin articulación.
- 1.5 Códigos con articulación móvil.
- 1.6 Otros Códigos (cinematográfico y musicales).

TEMA 2: Tipos de códigos.

OBJETIVOS ESPECIFICOS: El alumno conocerá la naturaleza de los ---
principales códigos.

- 1.1 Lógicos.
- 1.2 Estéticos.
- 1.3 Sociales.
- 1.4 Ideológicos.
- 1.5 Retóricos.
- 1.6 Visuales.

LECTURAS: UMBERTO ECO. 1978 pp. 159 a 320.
 UMBERTO ECO. 1980 pp. 294 a 360 y 416 a 436.
 PIERRE GUIRAUD 1979. CAPITULOS 3,4 y 5.
 OSWALD DUCROT Y TZVETAN TODOROV. 1981 pp. 126 y 127.

UNIDAD IV: La investigación Semiótica.

OBJETIVOS PARTICULARES: El alumno conocerá las bases científicas que la Simiología aporta a la investigación social.

TEMA 1: Estructuralismo y ontología.

OBJETIVOS ESPECIFICOS: El alumno ubicará a la Semiología en el campo de las ciencias sociales y determinará su posición filosófica.

- 1.1 Estructura y estructuralismo.
- 1.2 Ontología.
- 1.3 Estructura y serie.
- 1.4 Estructura y ausencia.

TEMA 2: Los métodos y juicios de la Simiología.

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno reconocerá el método de la Simiología y su valor epistemológico para definir el alcance de sus juicios.

- 2.1 El método y su comprobación psicolingüística.
- 2.2 El modelo estructural y su génesis epistemológica.
- 2.3 Estructuralismo dialéctico
- 2.4 Juicios factuales y juicios semióticos.

LECTURAS: UMBERTO ECO. 1978 pp. 397 a 472 y 152 a 158--.
 UMBERTO ECO. 1980 pp. 268 a 275.

UNIDAD V: Semiología aplicada.

OBJETIVOS PARTICULARES: El alumno será capaz de estudiar la naturaleza semiótica de los objetos culturales en general, y de los mensajes masivos en particular.

TEMA I: Los mitos y valores culturales.

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno ubicará en el contexto de la comunicación social el papel de los valores culturales a través del enfoque semiótico.

- 1.1 Naturaleza y detección de los mitos.
- 1.2 Necesidad y límites de la mitología.
- 1.3 Los valores culturales a través del análisis de contenido.

TEMA 2: La naturaleza semiótica de la comunicación masiva.

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno conocerá los mensajes y medios masivos.

- 2.1 El mensaje literario.
- 2.2 El mensaje gráfico.
- 2.3 El mensaje radiofónico
- 2.4 El mensaje cinematográfico y televisivo.

LECTURAS: ROLAND BARTHES Mitología GRANADA 1981. pp. 109 a 159.
 MIGUEL DE MORAGAS spa. 1980. partes 2.y 3.
 J. Counter semiótica narrativa, y discursiva. Hachette 1980
 pp. 5 a 25.
 JOHN FISKE AND JOHN HARTLEY READING TELEVISION. METHUEN &
 CO. 1978 CAPITULOS 1 al 5.
 GIANFRANCO BETTINI PRODUCCION SIGNIFICANTE Y PUESTA EN ES
 CENA. GUSTAVO GILI 1977 pp. 130 a 150.
 J. DUDLEY ANDREW. LAS PRINCIPALES TEORIAS CINEMATOGRAFICAS
 GUSTAVO GILI 1977 pp. 207 a 233.

BIBLIOGRAFIA:

- .J. DUDLEY ANDREW. LAS PRINCIPALES TEORIAS CINEMATOGRAFICAS. GUSTAVO GILI.1978.
- .ROLAND BARTHES. MYTHOLOGIES. GRANADA 1981.
- .GIANFRANCO BETTINI. PRODUCCION DE SIGNIFICANTE Y PUESTA EN ESCENA. GUSTAVO GILI. 1977.
- .JOSEPH COURTES. SEMIOTICA NARRATIVA Y DISCURSIVA. HACHETTE.1980.
- .UMBERTO ECO. LA ESTRUCTURA AUSENTE. LUMEN 1978.
- .UMBERTO ECO. TRATADO DE SEMIOTICA. LUMEN 1980.
- OSWALD DUCROT Y TZVETAN TODOROV. DICCIONARIO ENCICLOPEDICO DE LAS --
 ciencias del lenguaje. SIGLO XXI 1981.
- .JOHN FISKE AND JOHN HARTLEY. READING TELEVISION.METHUEN 1978.
- .PIERRE GUIRAUD. LA SEMIOLOGIA. SIGLO XXI 1977.
- .BERTIL MALBERG. LAS NUEVOS CAMINOS DE LA LINGUISTICA SIGLO XXI 1981.
- .MIGUEL DE MORAGAS SPA. SEMIOTICA Y COMUNICACION DE MASAS. PENNISULA.
 1980.

UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

LABORATORIO DE CINE I

CLAVE: MMP 65

REQUISITO: LCC-56

OBJETIVO GENERAL: El alumno conocerá y aplicará los aspectos técnicos y teóricos que integran la realización cinematográfica.

UNIDAD I: IMAGEN

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno conocerá y manejará los aspectos y elementos que integran la fotografía cinematográfica.

TEMA I:

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno conocerá los diferentes elementos que componen la cámara así como su funcionamiento.

- 1.1 Principio del movimiento intermitente
- 1.2 Velocidad de la Cámara
- 1.3 Obturador
- 1.4 Visor y Sistemas
- 1.5 Motores
- 1.6 Magazines
- 1.7 Tipos de Cámaras

TEMA II: LENTES

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno conocerá los diferentes elementos que integran el lente, así como los fundamentos ópticos que determinan su funcionamiento.

- 2.1 F-Stops
- 2.2 Velocidad del lente
- 2.3 T-Stops
- 2.4 Foco
- 2.5 Profundidad de Campo
- 2.6 Distancia focal y perspectiva
- 2.7 Tipos de lente

TEMA III: ILUMINACION

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno conocerá las características físicas de las diferentes fuentes luminosas, así como su manejo y medición.

- 3.1 Características de la Luz
- 3.2 Tipos de luz
- 3.3 Medición de la luz
- 3.4 Tipos de iluminación
- 3.5 Temperatura de color
- 3.6 Equipo de iluminación

TEMA IV. EMULSION

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno conocerá los fundamentos básicos para efectuar la impresión de la imagen filmica, así como los diferentes tipos de emulsión y sus características.

- 4.1 Componentes
- 4.2 Características
- 4.3 Tipos de emulsión

UNIDAD II: SONIDO

OBJETIVO PARTICULAR: El alumno conocerá y manejará los aspectos y elementos que integran el sonido en el Film.

TEMA I: GRABADORAS

- 1.1 Tipos de Grabadoras
- 1.2 Elementos
- 1.3 Funcionamiento

TEMA II: MICROFONOS

OBJETIVOS ESPECIFICOS: El alumno conocerá los diferentes tipos de micrófonos, así como su funcionamiento y posibilidades técnicas aplicadas en la realización.

- 2.1 Funcionamiento
- 2.2 Tipos de Micrófonos
- 2.3 Aplicación Práctica

TEMA III. METODOS DE GRABACION

OBJETIVO ESPECIFICO: El alumno conocerá los diferentes métodos de grabación utilizados en el Cine, así como sus ventajas y desventajas .

- 3.1 Sonido Directo
- 3.2 Doblaje
- 3.3 Sonido Síncronico

UNIDAD III: REALIZACION DE EJERCICIOS PRACTICOS

OBJETIVO GENERAL: El alumno aplicará los conocimientos teóricos adquiridos a través de la realización de un costometraje.

BIBLIOGRAFIA:

- Cinematography. J. Kris Malkiewicz Ed. Vannoststrand Reinhold Company
- Photographic Theory for the Motion Picture Cameramen Russell Campbell Ed. Screen Textbook.

METODO DE ENSEÑANZA

Exposición de clase por el maestro con preguntas al alumno, conferencias de temas especializados.

METODO DE EVALUACION:

Evaluación continúa y examen final.

UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

CCC

AI

0169

CLAVE: LCC-15

MATERIA: LITERATURA HISPANOAMERICANA.

OBJETIVOS:

Al concluir el curso, el alumno será capaz de:

- Conocer la formación y la evaluación histórica de Hispanoamérica.
- Distinguirá las características esenciales de Hispanoamérica.
- Identificará los principales movimientos y tendencias literarias que sirvieron de base a la estructuración de la literatura hispanoamericana.
- Comprenderá la evaluación formal de la narrativa, la lírica y la dramática.
- Aplicará los conocimientos básicos de Teoría literarios y de Metodología de Análisis y Crítica Literarias a obras seleccionadas del programa.

UNIDAD 1.- La personalidad y el proceso de la Literatura Hispanoamericana.

- 1.1.- Proceso histórico.
- 1.2.- Períodos literarios.
- 1.3.- Virreinos del Perú y México.

UNIDAD 2.- Creación de una Sociedad Nueva.

- 2.1.- El descubrimiento del Nuevo mundo en la imaginación Europea.
- 2.2.- La conquista y colonización.
- 2.3.- La declaración de la Independencia.
 - 2.3.1.- Romanticismo y Anarquía.
 - 2.3.2.- Período de Organización.

UNIDAD 3.- Problemas de hoy.

- 3.1.- Movimientos Literarios.
 - 3.1.1.- Romanticismo.
 - 3.1.2.- Realismo.
 - 3.1.3.- Naturalismo.
 - 3.1.4.- Modernismo.
 - 3.1.5.- Criollismo.
 - 3.1.6.- Cosmopolismo.
 - 3.1.6.1.- Surrealismo.
 - 3.1.6.2.- Cubismo.
 - 3.1.6.3.- Realismo Mágico.
 - 3.1.6.4.- Existencialismo.
 - 3.1.7.- Neorrealismo.

LECTURAS:

México:

AURA - Carlos Fuentes.

Colombia:

El Coronel no tiene quien le escriba - Gabriel García Márquez.

Ecuador:

Huasipungo

Huaira pamushcas - Jorge Icaza.

Argentina:

Ficciones - Jorge Luis Borges.

Cuba:

El Siglo de las Luces - Alejo Carpentier.

BIBLIOGRAFIA :

Henriquez Ureña, Pedro = Las corrientes Literarias en la América Hispánica.

Biblioteca Americana

Fondo de Cultura Económica.

4a. Reimpresión 1978 México.

Lazo, Raimundo = Historia de la Literatura Hispanoamericana. Editorial Porrúa, S.A.

Colección "Sepan Cuantos". No. 38

4a. Edición 1979. México.

Menton, Seymour = El cuento Hispanoamericano (Antología Crítica-Histórica) -

Fondo de Cultura Económica.

7a. Reimpresión 1978. México.

Valverde, José Ma. = Historia de la Literatura Universal, Tomo 4 (La Literatura Hispanoamericana).

Editorial Planeta, S.A.

3a. Edición 1979, Barcelona.

METODOS DE EVALUACION .-

- 1.- Dos exámenes parciales (En las fechas marcadas por el calendario Escolar).
- 2.- Un examen final (En la fecha marcada por el calendario - escolar).
- 3.- Exámenes interparciales (Cuando el maestro lo considere - necesario).
- 4.- Análisis y críticas de lecturas.
- 5.- Trabajo de investigación documental.
- 6.- Elaboración de Albumes.

TECNICAS DE ENSEÑANZA .-

- 1.- Exposición de clase por el maestro.
 - 2.- Reja.
 - 3.- Entrevista del maestro al grupo.
 - 4.- Trabajo de Equipo (Binas Y/O Tríos).
-

ACTIVIDADES :

- a).- El Maestro: dirigirá y orientará al alumno en el estudio, análisis y crítica literarias de las obras - propuestas así como también - las investigaciones bibliográficas complementarias para el curso.
- b).- El Alumno: leerá las obras asignadas, realizará las investigaciones propuestas y elaborará estudios y comentarios críticos de los textos seleccionados del programa.

CCC
A5
0169

EL ENFOQUE CRITICO COMO ALTERNATIVA PARA LA INVESTIGACION DE LA COMUNICACION DE MASAS

Lic. José Carlos Lozano Rendón,
Escuela de C. de la Comunicación.
Universidad Valle del Bravo.

INTRODUCCION

Los medios masivos de comunicación se han vuelto una característica esencial de la sociedad moderna. Periódicos, revistas, películas y programas radiofónicos y televisivos son ahora completamente familiares para casi todos los miembros de un sistema social dado. Como Denis McQuail señala, es razonable pensar que hoy en día un cierto grado de exposición y uso de los medios es indicativo y aún requisito para formar parte de la sociedad moderna.

Las implicaciones de estos fenómenos en la vida social de los individuos fueron primeramente objeto de especulación por el público en general. Como Peter Golding demuestra en su libro The Mass Media (2), la mayor parte de las preocupaciones morales y sociales sobre la televisión y los demás medios masivos que en la actualidad se expresan, tienen una amplia tradición que se remonta hasta el siglo pasado al temor público sobre la potencia de la prensa popular y sobre los "perniciosos" efectos de la vulgaridad y crudeza del entretenimiento masivo en la sociedad industrial.

Debido a estas inquietudes públicas sobre los posibles efectos negativos de los medios masivos de comunicación, las ciencias sociales se interesaron en estudiarlos. Y este punto de partida tendría una enorme influencia en la forma en que los estudios e investigaciones de disciplinas como la psicología, la psicología social y la sociología se desarrollarían posteriormente. Otro factor que influiría en este desarrollo sería, como veremos más adelante, las escuelas de pensamiento científico que prevalecían en los años en que los primeros estudios fueron realizados (especialmente en los Estados Unidos), pues también condicionaron los tipos de enfoques y las áreas de atención en que se centrarían.

Así pues, para poder comprender la situación actual de la investigación de la comunicación de masas, es completamente necesario estudiar el desarrollo histórico de las preocupaciones populares sobre la efectividad de los medios masivos, y las teorías favorecidas en esos tiempos por las ciencias sociales involucradas en su estudio. Sin embargo, antes de pasar a realizar ese bosquejo histórico, es convenient

te señalar que, en la actualidad, los estudios sobre los medios de comunicación de masas están divididos básicamente en dos tradiciones --- científicas: El enfoque convencional y el enfoque crítico.

La investigación denominada "convencional" es aquella realizada principalmente en los Estados Unidos. Como el sociólogo británico James Halloran afirma (3), este enfoque está caracterizado por ser falsa mente objetivo, positivista, empirista, conductista y psicológicamente orientado. Desarrollado esencialmente como respuesta a los requerimientos de la sociedad industrial moderna de información empírica y cuantitativa sobre su funcionamiento, este enfoque tiende a cumplir una función comercial (al servir no a la ciencia sino a organizaciones privadas) y a mantener el status quo social sin contemplar ninguna posibilidad de cambio.

En contraste con este enfoque, la investigación crítica se caracteriza por la preocupación básica de estudiar a los medios masivos no aisladamente, sino dentro del amplio contexto social, a través de un análisis crítico del sistema socio-económico y cultural en el que están inmersos. Este enfoque, eminentemente sociológico, cuestiona los valores establecidos y el funcionamiento de la sociedad, aplicando criterios independientes, negándose a servir funciones comerciales y sugiriendo alternativas que permitan la exploración de nuevas formas y estructuras sociales (4).

Así pues, actualmente hay dos enfoques principales para la investigación de la comunicación masiva. Tienen puntos de partida radicalmente diferentes, y perspectivas opuestas sobre la tarea del investigador social con respecto a los medios masivos de comunicación. En las siguientes partes de este escrito, contrastando sus principales conceptos, características, énfasis y metodologías, trataré de puntualizar que existe una completa incompatibilidad entre ambas perspectivas.

EL ENFOQUE CONVENCIONAL

Los primeros desarrollos de la investigación de la comunicación de masas se relacionaron con las preocupaciones sobre la sociedad masiva y los conceptos sobre el aislamiento y la atomización de los individuos. Había tres bases para esta idea: (1) la imagen del poderío de los medios que prevalecía en la mente popular; (2) las teorías contemporáneas sociales y psicológicas de "Estímulo Respuesta"; y (3) el impacto de la propaganda, en el terrible ejemplo de la Alemania de Hitler, y de la publicidad, en el ejemplo del mercado norteamericano en expansión.

Si las sociedades estaban formadas por individuos extremadamente

vulnerables y pasivos como aseguraban las opiniones populares y científicas la persuasión a través de los medios masivos parecía sumamente fácil, pues las personas tenían muy pocos nexos sociales u orientaciones tradicionales para rechazar nuevas ideas (5). Estas creencias caracterizaron gran parte del período entre principios de siglo y la segunda guerra mundial. Como Alan Swingewood expresa en su libro The Myth of Mass Culture (6), dos teorías principales sobre la sociedad de masas fueron el resultado de esas creencias: La teoría pesimista y la pluralista. La primera estuvo dividida en la teoría aristocrática, caracterizada por las opiniones de pensadores como Tocqueville, Nietzsche, Ortega y Gasset y T. S. Elliot, y la teoría marxista, caracterizada por científicos sociales como C. Wright Mills, Adorno, Horkheim, Marcuse, y muchos marxistas occidentales contemporáneos. Opuesto a estas teorías pesimistas surgió el enfoque optimista, en las opiniones pluralistas de Edward Shils, Daniel Bell y Riesmann. Mientras las teorías aristocrática y marxista acusaban a los medios masivos de trivialización, degradación de estándares culturales, de debilitar la capacidad de pensamiento crítico y de producir pasividad social la teoría pluralista celebraba las enormes posibilidades para concretar iniciativas humanistas, impulsar el desarrollo y la libertad, surgidas de la industrialización y la tecnología.

Aunque estos puntos de vista serían reemplazados en general por los que vendrían después apoyados en teorías subsecuentes, aún tienen ciertas implicaciones sobre el pensar actual con respecto a la comunicación de masas, como James Halloran afirma en Mass Media and Society: the Need of Research (7).

A finales de los 1930, una orientación sumamente distinta sobre los medios masivos empezó a surgir. La imagen de la audiencia como un simple conjunto de individuos aislados fue gradualmente reemplazada por una que enfatizaba los canales de comunicación interpersonal entre la audiencia y las influencias modificadoras que la membresía en grupos ejercía sobre factores externos para modificar creencias compartidas. Como Roger L. Brown explica en Approaches to the Historical Development of Mass Media Studies (8), este gran cambio en la forma en que la audiencia masiva fue conceptualizada tuvo mucho que ver con el re-descubrimiento del "grupo primario".

En 1940, en Ohio (USA), Paul Lazarsfeld y Bernard Berelson efectuaron por primera vez una muy compleja y sofisticada investigación sobre el rol de los medios masivos en la influencia sobre las preferencias de los votantes a una campaña presidencial. Usando una metodología especial y la técnica del panel, estudiaron las opiniones de 600 vo

tantes antes, durante y después de las elecciones para encontrar cambios en sus actitudes. Sorprendentemente, los resultados mostraron que los medios masivos no jugaban un rol importante en las decisiones y actitudes de los votantes sobre cómo votar en las elecciones. Lazarsfeld y sus asociados detectaron que el factor más significativo en la influencia de cómo votar lo constituían las relaciones interpersonales y en especial, los "líderes de opinión". Así, la teoría de la omnipotencia de los medios de comunicación masiva fue reemplazada por la teoría del "flujo de la comunicación en dos pasos".

Como T. Gitlin establece en Media Sociology: The Dominant Paradigm (9), el Conductismo era la nueva tendencia en sociología y psicología en ese tiempo, y las investigaciones de Lazarsfeld se basaron estrictamente en ese enfoque:

"Los efectos de los medios masivos flotaban en la superficie; debían ser buscados como efectos a 'corto plazo' en cambios calculables en forma precisa sobre actitudes o conductas (..) el propósito era generar teorías predictivas sobre las respuestas de la audiencia, que son necesariamente con o sin esa intención consonantes con un punto de vista administrativo, mediante las cuales administradores con información adecuada pueden efectuar decisiones que afectan el funcionamiento de sus organizaciones con ideas precisas sobre las consecuencias de sus elecciones". T. GITLIN (10).

El resultado de los estudios de Lazarsfeld motivaron la búsqueda de nuevas técnicas de investigación, una de las cuales consistió en tomar en cuenta la pertenencia a un grupo como variable interviniente en el proceso de la comunicación. Este nuevo enfoque fue llamado "teoría de los usos y las gratificaciones". En 1959, Katz sugirió estudiar "lo que la gente hace con los medios masivos, en vez de lo que éstos hacen a la gente".

La tesis central del enfoque de "usos y gratificaciones" era la necesidad de determinar cómo es que la gente usa los contenidos de los medios para poder entender como éstos ejercen su influencia en los públicos. Dos factores fueron vistos como fundamentales para esa labor: en primer lugar, apreciar el contexto social dentro del cual el uso de los medios se efectúa, y en segundo, ver la influencia de la comunicación de masas en la adaptación del público a los contenidos, en vez de verla en las reacciones a ella (14). Robin McCron, psicólogo social crítico, señala que en este enfoque, el énfasis fue puesto en las recompensas o gratificaciones resultantes de la pertenencia del individuo a uno o varios grupos. De ahí que, como abjeto principal, los in--

investigadores de la teoría "usos y gratificaciones" tomaran el descubrir y clasificar los tipos de recompensas recibidas al usar los medios masivos (12).

El desarrollo de este enfoque coincidió con la emergencia del análisis funcional sobre la comunicación masiva, que vino a señalar que -- los medios masivos de comunicación ejecutan actividades específicas que llenan diferentes funciones sociales. Harold Lasswell, en Estructura y Función de la Comunicación en la Sociedad (13), estableció que las actividades realizadas por los medios masivos eran: (a) la supervisión del ambiente; (b) la correspondencia de las partes de la sociedad en respuesta a ese ambiente; y (3) la transmisión de la herencia cultural de una generación a la siguiente. Poco después, Charles R. Wright agregó -- la categoría de "entretenimiento" a las otras tres, y especificó que -- esas actividades podían tener, además de funciones, algunas disfunciones para la sociedad. Además, Wright afirmó que las consecuencias de -- esas actividades podían ser "manifiestas" o "latentes" (14).

Así, el enfoque funcionalista re-definió el estudio de los "efectos", de la comunicación de masas, empezando desde un resultado social -- una sociedad estable, ordenada e integrada, y analizando desde esa suposición las formas en que los medios masivos contribuían al mantenimiento de esa sociedad (15).

De este modo, el enfoque convencional aún prevaleciente en los Estados Unidos y sus áreas de influencia está basado sólidamente en los -- anteriores enfoques que vinieron a reemplazar la idea de la omnipotencia de los medios y la teoría de la aguja hipodérmica, pero que siguieron preocupados por buscar "efectos": la teoría del flujo de comunicación en dos pasos, el enfoque de los "usos y gratificaciones" y el análisis funcionalista.

Los tres enfoques se caracterizan por su poco interés en desarrollar teorías o marcos conceptuales de trabajo para guiar la investigación.

Se han concentrado principalmente en refinar sus técnicas de investigación y en desarrollar métodos empíricos y construcciones estadísticas más y más sofisticadas, mientras pierden visión de las grandes -- implicaciones de sus estudios o de su significación teórica, como explican Golding y Murdock en Theories of Communication and Theories of Society (16). El académico norteamericano James Carey acepta en su artículo Mass Communication Research and Cultural Studies (17), que los estudios estadounidenses, ven a la comunicación como un proceso de transmisión de mensajes a distancia con el propósito de control:

"El caso arquetípico de la comunicación, pues, es la persua---

sión, el cambio de actitudes, modificación de la conducta, socialización a través de informaciones transmitidas, influencia o condicionamiento (...) también está relacionado enormemente (...) con la idea de usar la comunicación (...) para extenderla influencia, el control y el poder sobre (...) grandes poblaciones". (18).

Además, estos tres enfoques de la investigación de la comunicación de masas a los que nos estamos refiriendo como la perspectiva convencional, tienden a servir funciones administrativas, por su énfasis en buscar efectos y funciones para establecer predicciones sobre la respuesta de los públicos, y por sus bases positivistas que los inducen a tomar la estructura social por descontado y trabajar por el mantenimiento del sistema social sin cuestionarlo en lo absoluto.

Es muy posible, como Armand Mattelart puntualiza (19), que estos enfoques sirven para obtener información útil para propósitos comerciales, pero no para realizar análisis críticos sobre los medios masivos como instituciones sociales ni para cuestionar el sistema en el que están situados. "Esta insuficiencia es generada por el enfoque sociológico que sostiene esas técnicas: la teoría empiricista que, en sus proposiciones epistemológicas, rechaza una aprehensión crítica del sistema social" (20).

En conclusión, pues, podemos definir a los enfoques convencionales como falsamente objetivos, positivistas, empiricistas, conductistas psicológicamente orientados. Juntos forman una perspectiva incapaz de proveer explicaciones críticas sobre los medios masivos como instituciones interactuando con otras organizaciones dentro del complejo sistema social.

EL ENFOQUE CRITICO

No es fácil definir adecuadamente el enfoque crítico sobre la investigación de la comunicación de masas, pues cubre un amplio número de posiciones teóricas. Pero como James Halloran expresa en The Context of Mass Communication Research (21), podría arguirse que la principal unidad del enfoque crítico reside en su oposición a los estudios convencionales, y no en características más específicas. Y en realidad el rechazo del positivismo, la psicología conductista con sus simples hipótesis causales y los extremos del funcionalismo representan, sin duda algunas bases comunes de los estudios críticos de la comunicación masiva.

Los orígenes de este enfoque pueden ser vistos en los cambios por los que ha pasado la investigación de la comunicación en los últimos 20 años. Halloran señala que esos cambios fueron resultado de transforma--

ciones en las ciencias sociales en general, y que uno de los resultados ha sido el desarrollo de la perspectiva crítica que "no sólo ha retado la supremacía de anteriores enfoques positivistas de investigación, sino también sus funciones administrativas y comerciales, y las afirmaciones y presuposiciones de las organizaciones de los medios masivos que esos enfoques servían" (22).

Otra unidad básica del enfoque crítico es su intención de estudiar el fenómeno de la comunicación de masas desde una perspectiva sociológica. La mayoría, si no es que todos, los investigadores críticos manifiestan que para entender adecuadamente a los medios, es completamente necesario ubicarlos dentro del más amplio contexto social, y estudiarlos no aisladamente, sino en relación con otras instituciones y organizaciones sociales. De este modo, el enfoque crítico considera a la comunicación un proceso social, y conceptualiza la investigación en términos sociológicos como "estructura", "organización", "profesionalización", "socialización", "participación", etcétera.

En contraste con las investigaciones positivistas y funcionalistas convencionales que tienden a servir propósitos comerciales para las empresas relacionadas con los medios masivos, el enfoque crítico tiende a aplicar criterios independientes y a cuestionar los valores y suposiciones del sistema social. Como resultado de este énfasis, el investigador crítico puede sugerir alternativas y cambios sociales radicales, -- explorando las posibilidades de nuevas formas y estructuras de carácter social (23).

Para lograr conseguir estos propósitos, el enfoque crítico se preocupa por estudiar todos los aspectos del proceso de la comunicación

"Los factores (históricos, económicos, políticos, organizacionales, tecnológicos, profesionales, personales, etc), que afectan los procesos de producción y que determinan lo que es producido, demandan igual atención que aquellos factores que influyen en el uso de los contenidos por parte de los receptores. Anteriormente, el énfasis de las investigaciones estaba puesto en el estudio de los usos, reacciones, efectos e influencias, -- y no en las relaciones existentes entre posesión de los medios control, estructura, organización y producción". HALLORAN (24).

Peter Golding y Graham Murdock, en Theories of Communication and Theories of Society (25), afirman que la labor del investigador crítico es analizar los procesos sociales mediante el estudio de cómo son contruidos e interpretado los mensajes de los medios masivos, y de los contextos y presiones que los moldean y limitan.

Para lograr esto, explican, se requieren teorías y esquemas con--

ceptuales más adecuados, pero éstas deben ser temas sociológicos (de es estructuras y procesos sociales) y no temas de la comunicación (26). El punto de partida básico, en opinión de Golding y Murdock, es el reconocimiento de que las relaciones sociales dentro y entre las sociedades modernas son radicalmente injustas:

"(...) Nuestro interés se enfoca en las relaciones entre la -- distribución desbalanceada de control sobre los sistemas de co comunicación, y los amplios patrones de injusticia en la distribución de poderíos y riquezas (...) En particular (nuestra for mulación) se centra en las relaciones existentes entre los medios masivos y el eje central de la estratificación: la estruc tura de las clases sociales. En el amplio nivel del sistema in ternacional, nuestra formulación se centra en las desigualda-- des de los intercambios entre naciones desarrolladas y sub-de-- sarrolladas, y en las distintas dimensiones del imperialismo". (27).

Además, ambos investigadores puntualizan la necesidad de estudiar los procesos de legitimación por medio de los cuales las estructuras -- prevaletentes de desigualdad y ventaja son presentadas como naturales e inevitables. "Esto permite el estudio de las relaciones entre siste-- mas de comunicación y otras agencias envueltas en la distribución del - conocimiento social y de la capacitación cultural" (28). Un tercer y úl timo punto para Golding y Murdock en su proposición para desarrollar un contexto teórico desde el cual realizar las investigaciones, es estu--- diar las fuentes de disensión social y conflictos políticos, y las rela ciones dialécticas entre reto e incorporación.

Aunque una lectura superficial de estas afirmaciones como ellos - advierten parecería implicar que solamente los análisis sociológicos -- son válidos en la investigación de la comunicación de masas, ambos in-- vestigadores establecen que las contribuciones de disciplinas como la - economía, la historia social, la psicología social y la teoría socioló-- gica son necesarias y compatibles con el enfoque que ellos favorecen.

Esta explicación es importante porque nos permite evaluar las con tribuciones al enfoque crítico por parte de investigadores de la psico-- logía social como Robin McCron y Paul Hartmann. El primero, por ejemplo ha analizado la relación entre los medios masivos de comunicación y la - socialización desde una perspectiva crítica que rechaza los enfoques -- convencionales que centran su atención solamente en la audiencia de los medios, excluyendo a los creadores y productores de los mensajes masi-- vos. En "Changing Perspectives in the Study of Mass Media and Socializa-- tion" (29), McCron censura los estudios convencionales de la socializa--

ción basados en modelos sobre "efectos" en la investigación de la comunicación de masas, expresando que han desviado la atención del amplio - contexto social en el que el uso de los medios y la socialización toman lugar. McCron agrega que la única forma en que los investigadores pueden comprender la real significación de la comunicación de masas en la vida diaria de la gente, es ubicando el uso de los medios en las situaciones sociales que afectan la conducta diaria del individuo (30). El investigador británico afirma que la base de una nueva perspectiva en el estudio de la socialización debe ser considerar al individuo como un activo ser social envuelto en interacciones y coordinando su conducta con otros individuos. Asimismo, esta alternativa debe incluir el estudio de la so ciedad, para poder responder a preguntas como "¿en qué tipo de sociedad debe socializarse el niño?" y "¿quién socializa a la sociedad?" (31).

Al igual que McCron, otro investigador inglés trabajando en el -- Centro de Investigación de la Comunicación de Masas en la Universidad - de Leicester, Paul Hartmann, realiza sus estudios en psicología social- desde una perspectiva sociológica. En "A Perspective on the Study of -- Social Attitudes", por ejemplo, Hartmann establece como necesario el re lacionar los descubrimientos sobre individuos y grupos con las estructu ras sociales "para tomar en cuenta cómo esas estructuras son mantenidas o cambiadas, y analizar las relaciones existentes entre ideologías y es tructuras sociales" (32). Para Hartmann, así, las grandes actitudes so- ciales (como los prejuicios raciales) están insertas en la cultura, y - son elaboradas mediante los distintos medios de producción y reproduc-- ción cultural. Esto lleva a rechazar la idea de que la gente adquiere - sus actitudes sociales después de "ir de compras al libre mercado de -- las ideas, y adoptar después unas en lugar de otras" (33). Lo cierto es que Hartmann afirma las creencias sociales no están igualmente disponi- bles para toda la gente; las creencias "establecidas" y "respetables" - disfrutan la mayor disponibilidad mientras que muchas otras raramente - alcanzan visibilidad pública. Con esta perspectiva sociológica y críti- ca, Hartmann logra cambiar el énfasis de tratar de modificar las actitu des sociales al nivel individual, a la necesidad de cambiar las relacio nes sociales que condicionan tales actitudes y las instituciones que -- mantienen y promueven esas relaciones.

Sobre la validez de clasificar distintos grupos e individuos me-- diante el uso del término "crítico", James Halloran señala que además - del rechazo común al positivismo y a la investigación convencional, y a la preocupación compartida por usar el análisis sociológico, se pueden- agregar las similitudes en sus planteamientos y prácticas de investiga- ción:

"Quizás el nivel en que las diversas manifestaciones de la investigación crítica parecen tener más características comunes al nivel de sus operaciones y prácticas de investigación. Sin duda que los rechazos antes mencionados (...) junto con -- una preferencia por modelos del proceso de la comunicación que (...) incluyen conceptos sociológicos, han guiado a proyectos de investigación y programas de estudio que no estaban considerados hace una década o más" (34).

Ya que hemos mostrado separadamente las diferencias en características, fines, preocupaciones, bases, etc. entre el enfoque convencional y el enfoque crítico, podemos afirmar con más propiedad que, en efecto, existe una incompatibilidad radical entre ambas perspectivas.

CONCLUSIONES

El propósito de este ensayo es señalar que, debido a las radicales diferencias entre ambos, existe una oposición plena entre la investigación convencional de la comunicación de masas, característica de -- los Estados Unidos, y la investigación crítica, característica de Europa en general, y de la escuela inglesa en particular.

Con respecto al primer enfoque, el convencional, hemos arguido -- que es falsamente objetivo, positivista, empiricista, dado a servir --- funciones comerciales y administrativas, y a preservar el status quo. -- También hemos argumentado que menosprecia la teoría por centrarse en el mejoramiento de métodos y técnicas de investigación para facilitar la -- obtención de metas específicas.

El enfoque convencional es falsamente objetivo por las proposiciones epistemológicas implicadas en sus bases positivistas. Al igual que en las ciencias naturales, el positivismo en las ciencias sociales induce a considerar los resultados de la investigación científica como "neutrales"; es decir, pueden explicar los fenómenos en cuestión, pero no -- pueden ser usados para cambiarlos. El mismo Comité estableció claramente que "el movimiento social está necesariamente sujeto a leyes naturales no cambiables" (35). Este concepto de objetividad lleva a tomar por descontado el sistema social, y así al reforzamiento del status quo y a la imposibilidad de concebir cambios de una sociedad a otra. A final de cuentas, el concepto de "neutralidad", significa escoger la legitimación del sistema social actual (sin importar qué insuficiencias o injusticias contenga), y servirlo mediante la búsqueda de las mejores formas de facilitar su funcionamiento (36). El positivismo implica una serie -- de valores sobre manipulación y control social, como los teóricos de la Escuela de Frankfurt han explicado claramente (37).

Como consecuencia de esto, el enfoque convencional tiende a ser--

vir funciones comerciales y administrativas. Junto a los condicionamientos derivados de sus bases positivistas, su búsqueda por efectos y teorías de predicción sobre las respuestas del público, hace que sus resultados sean útiles para propósitos de mercado y para los administradores de los medios masivos, como T. Gitlin explica en *The Dominant Paradigm* (38). Y existe suficiente evidencia en la historia de la investigación de la comunicación masiva convencional para probar que ha sido desarrollada esencialmente "en respuesta a los requerimientos de la sociedad industrial moderna por información empírica, cuantitativa sobre sus operaciones" (39).

El enfoque convencional también está caracterizado por el desplazamiento de la teoría. Como Halloran ha puntualizado (40), a pesar de los cientos de proyectos que han sido efectuados en esta tradición, hay muy pocas evidencias de una acumulación sistemática o elaboración de un cuerpo de conocimientos.

Con respecto al enfoque crítico, no es difícil observar que se opone radicalmente a la mayoría de las características del convencional. Mientras que éste último proclama "objetivismo" en la investigación, el crítico se concentra en investigar problemas específicos y temas de verdadero interés social, cuestionando así los valores y suposiciones del sistema, y proponiendo alternativas para cambiar sus insuficiencias. En contraste con las bases positivistas y conductistas del enfoque convencional, la base de la perspectiva europea es una sociología crítica que permita analizar tanto a los receptores como a los emisores en el proceso de la comunicación, otorgando particular atención a las estructuras, organización, profesionalización, socialización y participación de los medios masivos. De este modo, el enfoque crítico estudia los medios dentro del amplio sistema social, político y económico en el que operan, y no aisladamente, como lo hace el convencional. Mientras que el énfasis de ésta reside en usos, reacciones, efectos, influencias, etc., el énfasis de la investigación crítica está en posesión, control, estructura, organización y producción de los medios, y en sus relaciones respectivas.

Quizás podría argumentarse que las incompatibilidades entre ambos enfoques no están tan claras en sus metodologías y técnicas de investigación. Y es verdad que los investigadores críticos muy seguido usan las mismas de los convencionales. Pero, como Halloran ha explicado, la oposición a la perspectiva convencional no significa el rechazo de métodos rigurosos, trabajo experimental o cuantificación. Las diferencias residen, más bien, en las preguntas que se hacen y los usos e interpretaciones de los resultados. Mientras que la investigación convencional-

define el concepto de "ciencia" principalmente en términos de metodología, sin dar mucha atención a la teoría, conceptos o naturaleza de los temas relevantes y su relación con los problemas sociales, la investigación crítica se basa en enfoques sociológicos y teóricos que guían el uso de las técnicas empíricas y que permiten una evaluación diferente de los resultados (41). "Si hacemos las preguntas adecuadas y estudiamos los distintos fenómenos, no aisladamente, sino dentro del amplio contexto social, entonces dispondremos de métodos que nos permitirán profundizar y ampliar nuestra comprensión sobre los medios masivos como instituciones sociales y la comunicación demasas como proceso social" (42).

Finalmente, podemos asegurar que el enfoque crítico, aunque emana de un amplio rango de posiciones y reflejando diferentes valores científicos e ideológicos, representa la mejor alternativa para el estudio y la investigación de los fenómenos de la comunicación masiva, puesto que permite cuestionar los valores y suposiciones del sistema y ofrece posibilidades de cambiar las desigualdades e insuficiencias de sistemas sociales prevaletentes en la actualidad.

5 copias

CCC
AI
0169

UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO.
UNIDAD NUEVO LAREDO.

Federico Schaffler
Director E.C.C.
Unidad Reynosa

DOCUMENTO CONSTITUTIVO DEL
CENTRO DE ~~FRONTERIZAS~~ FRONTERIZAS.
INVESTIGACIONES

Orizaba #3827, Col. México
Nuevo Laredo, Tamps.
C.P. 88280
Tel: (91-871) 4-96-20

Febrero de 1984.

El Centro de ^{Investigaciones} ~~Estudios~~ Fronterizos de la Universidad Valle -- del Bravo, se crea en este mes de Febrero de 1984, con la finalidad primordial de establecer las bases para explorar en un contexto interdisciplinario de investigación los problemas más relevantes de la región Noreste de México.

Es patente que en la actualidad, la carencia de información-válida sobre la problemática económica, social y cultural de esta región, impide en gran medida la toma de decisiones y la formulación de estrategias para un cambio social cualitativo.

Si a esto se agrega la especificidad de los problemas del no reste de México --y en especial de la faja fronteriza--, puede en tenderse la importancia de un Centro de Estudios de esta naturale za.

Como institución de Educación Superior, la Universidad Valle del Bravo, tiene como objetivo contribuir a la información y educación de los habitantes de la zona, para lograr una transformación positiva de la realidad social que los circunda. Una Universidad, que divorcie su actividad de la búsqueda de acciones concretas que contribuyan a eliminar las insuficiencias del sistema, no merece portar ese nombre.

El propósito del Centro de ^{Investigaciones} ~~Estudios~~ Fronterizos, así, será-- analizar la interconexión entre los condicionantes económicos de la región fronteriza, el desarrollo físico de sus habitantes, y -- las particularidades que se generan en la cultura debido a factores históricos, económicos, políticos y geográficos.

Al tomar en cuenta lo anterior, los estudios del Centro se -- dirigirán invariablemente a la búsqueda de soluciones para los -- distintos problemas que obstaculizan el desarrollo y avance de -- los mexicanos que habitan esta región: marginación social, mise-

ria, insalubridad, desempleo, analfabetismo, hambre crónica, alcoholismo, pérdida de identidad nacional, criminalidad, desigualdad contaminación, etc.

De esta manera, el Centro de ^{Investigaciones} ~~Estudios~~ Fronterizos estará comprometido con la investigación social, y rechazará la llamada investigación administrativa que conduce a condicionar necesidades, manipular hombres, persuadir compradores, en suma, aquella que refuerza lo establecido en lugar de pugnar por su cambio.

Sólo se aceptarán de las instituciones externas aquellos proyectos de investigación que estén encaminados a satisfacer verdaderas necesidades de la población, ofrecer alternativas ante la penetración económica norteamericana, mejorar las condiciones urbanas y ambientales de las poblaciones fronterizas, fomentar el desarrollo agropecuario, etc.

OBJETIVOS:

- 1) Definir un orden de prioridades sobre los problemas más graves de la región fronteriza.
- 2) Ofrecer información válida y necesaria para la toma de decisiones y formulación de estrategias capaces de atenuar o desaparecer esos problemas.
- 3) Revisar los procesos de desarrollo histórico, económico y socio-cultural de dicha región.
- 4) Evaluar el impacto de la economía y la cultura norteamericana en la frontera Norte de México.
- 5) Crear una red de información e intercambio con otros organismos similares que trabajan en la frontera norte.

Por supuesto, cada departamento tendrá sus propios objetivos específicos, acordes al área de estudio que les corresponda. Sin-

embargo, se sugieren estos objetivos generales para alcanzar la meta de compatibilidad entre las diversas investigaciones que se realicen, y para que todas estas contribuyan a la búsqueda de soluciones para los distintos problemas que obstaculizan el desarrollo y mejoramiento de la región fronteriza.

MARCO TEORICO:

Debido a la complejidad de los problemas a estudiarse, y a la reconocida interrelación entre los factores económicos, políticos y sociales, el Centro de ~~Estudios~~ ^{Investigaciones} Fronterizas buscará desarrollar un marco teórico marcadamente interdisciplinario, que permita el concurso de diversas disciplinas científicas.

Cada uno de los departamentos aportará sus esfuerzos para alcanzar los objetivos generales antes mencionados, partiendo del mismo marco de referencia teórico, y utilizando métodos de investigación compatibles.

El punto de partida será una teoría social capaz de permitir y propiciar el análisis crítico de los fenómenos económicos, políticos y sociales ubicándolos en el amplio contexto social, y detectando sus interacciones e interrelaciones.

Asimismo, esa teoría social intentará ser "emancipatoria" -- (cfr. Habermas), es decir, buscará explorar la realidad con el propósito de encontrar en lo que "es" la potencialidad de lo que puede llegar a "ser", permitiendo así obtener un cambio cualitativo.

El marco de referencia teórico que deberá guiar las investigaciones del Centro, de este modo, evitara que el estudio de los problemas fronterizos se empiece a partir de cualquier elemento, que se separen los fenómenos de la totalidad de la que forman par

te.

Para conseguir lo anterior, se tomará constantemente el macro- contexto de la realidad nacional, y las condiciones estructurales de dependencia de nuestro país con los Estados Unidos.

Este marco teórico --incluyendo la complejidad que lo caracteriza,-- servirá de guía para el uso de las diferentes técnicas de investigación- social que se conocen.

ESTRUCTURA DEL CENTRO:

El Centro de ~~Estudios~~ ^{Investigaciones} Fronterizas, será el organismo oficial para - la investigación de la Universidad Valle del Bravo, Unidad Nuevo Laredo.

Su funcionamiento será supervisado por el Coordinador de la Unidad, y éste, a su vez, por la Secretaría General y la Rectoría de la UVB.

Habrà un Director del Centro, que se encargará básicamente de:

- a) Coordinar los esfuerzos de investigación de los diversos departamentos.
- b) Convocar a juntas ordinarias y extraordinarias de jefes de Departamentos.
- c) Informar periódicamente a la Coordinación de la Unidad Nuevo Laredo del avance de los estudios, así como de los planes y proyectos.
- d) Ser el responsable del uso del material bibliográfico, así como del equipo con que se cuenta en el Centro.
- e) Manejar los asuntos administrativos de ese organismo.
- f) Ser el conducto para canalizar peticiones, necesidades, observaciones, etc. de cada uno de los departamentos, a la Coordinación u otras dependencias de la Universidad.

Integrarán a éste organismo los departamentos de Psicología, Economía, Comunicación y Cultura, Derecho y Criminología, Agronomía y Zootecnia, Ecología y Estadística. Cada uno de estos será manejado por un Jefe quien dependerá del Director del Centro.

En aquellos casos en que alguno de los Departamentos intente reali-

zar un proyecto de investigación académica a nivel interno (UVB) o externo (otras instituciones), deberá coordinarse con el Depto. de Planeación Académica de la Unidad Nuevo Laredo.

Los Jefes elaboraran los proyectos de investigación de sus respectivos departamentos, y organizarán las diferentes etapas de la investigación (formulación del problema, diseño de la inv., constitución del equipo de trabajo, elección de los instrumentos metodológicos, etc). - La publicación de reportes, ensayos, libros, etc. se realizará por medio del Depto. de Comunicación.

UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO.
CENTRO DE ESTUDIOS FRONTERIZOS.

R E C T O R I A .

SECRETARIA GENERAL.

COORDINACION
UNIDAD NUEVO LAREDO.

INVESTIGACIONES
CENTRO DE ~~ESTUDIOS~~ FRONTERIZOS.

DEPTO. DE DEPTO. DE
PSICOLOGIA COMUNICA-
CION Y SO
CIOLOGIA.

DEPTO. DE DERECHO
Y CRIMINOLOGIA.

DEPTO. DE DEPTO. DE
ECONOMIA. Y ZOOTECNIA.

DEPTO. DE AGRONOMIA.
ECOLOGIA.

DEPTO. DE DEPTO. DE
ESTADISTICA.

CENTRO DE INVESTIGACIONES FRONTERIZAS
UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO

CCC
A 5
0169

PROYECTO DE INVESTIGACION:

"MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION E IDENTIDAD
CULTURAL EN UNA CD. FRONTERIZA: CASO NUEVO LAREDO"

Investigadores Titulares:

LIC. JOSE-CARLOS LOZANO Y
LIC. FEDERICO SCHAFFLER

Nuevo Laredo, Tam.

Octubre de 1984

CENTRO DE INVESTIGACIONES FRONTERIZAS

PROYECTO DE INVESTIGACION

I. IDENTIFICACION DEL PROYECTO.

NOMBRE: "Medios Masivos de Comunicación e Identidad Cultural en una Ciudad Fronteriza: Caso Nuevo Laredo"

INSTITUCION: Centro de Investigaciones Fronterizas
Universidad Valle del Bravo, Unidad Nuevo Laredo

DIRECTOR DEL CENTRO: Lic. José-Carlos Lozano

INVESTIGADORES TITULARES: Lic. José-Carlos Lozano y Lic. Federico Schaffler

INVESTIGADORES AUXILIARES: Lic. Clemente Quiñonez, Agustín García y Cristóbal Enríquez

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Desde hace algunas décadas, y en especial en estos últimos años, se ha manifestado una creciente preocupación por la posible pérdida de identidad cultural de los habitantes de la frontera norte de México.

Se considera, comúnmente, que por su cercanía geográfica con el país más poderoso de la tierra y su baja integración a la economía y cultura nacionales, los fronterizos están propensos a la adopción de ideologías extranjeras incompatibles con su extracción y herencia mexicanas.

De este modo, se piensa que sus modos de vida, costumbres, valores, idioma y códigos culturales e ideológicos están significativamente influidos por la cultura norteamericana.

Estas afirmaciones, sin embargo, han adolecido en la mayoría de los casos de fundamentación. El sentido común y la percepción asistemática de la interacción fronteriza han sido base de esos puntos de vista, y raramente se ha recurrido a la investigación socio-cultural para demostrarlos o refutarlos.

En ese orden de ideas, el propósito del presente estudio es

contribuir al debate sobre la posible pérdida de identidad cultural de los fronterizos, mediante una investigación capaz de arrojar resultados confiables y válidos.

De antemano es necesario aclarar que nuestro estudio no abarcará toda la problemática involucrada en el debate, y que la complejidad del tema nos orillará a concentrarnos en una sola de las instituciones sociales que participan en la reproducción cultural de los fronterizos: los Medios Masivos de Comunicación.

Es nuestra opinión que, a pesar de la importancia de agencias socializantes como la escuela y la religión en la introyección de valores, hábitos y concepciones del mundo en los individuos, los medios de comunicación (prensa, televisión, radio, cine, industria editorial y discográfica) han adquirido preeminencia en el proceso de socialización. Se han convertido de hecho en una característica esencial de la sociedad moderna. Periódicos, revistas, películas, programas de radio y TV son completamente familiares para casi todos los miembros del sistema social, y éstos parecen dedicar cada vez más tiempo a la exposición y consumo de sus mensajes.

El desarrollo y proliferación de los medios en la frontera norte de México y sur de Estados Unidos parece estar muy avanzado. La intensidad de la actividad económica, el avance tecnológico norteamericano que ha llegado a sus ciudades fronterizas con los últimos sistemas de televisión, prensa y radio, y el rápido crecimiento demográfico de las ciudades mexicanas que las ha convertido en excelentes mercados para los medios, han sido factores determinantes para dicho crecimiento de los sistemas de comunicación masiva. Y con este desarrollo, los medios se han perfilado como las agencias de socialización y reproducción cultural más importantes en la frontera norte.

Esta convicción, que pretenderemos demostrar en nuestra investigación, es la que nos ha llevado a concentrarnos en la evaluación del impacto de los medios masivos locales, nacionales y extranjeros en la formación cultural de los habitantes de la frontera norte (caso de estudio: Nuevo Laredo, Tam.).

Al mismo tiempo, los resultados de este estudio nos permitirán detectar si, en el caso de la frontera, el fenómeno de repro-

ducción ideológica corresponde efectivamente al funcionamiento de una agencia de socialización como los medios masivos, o si mas bien son los patrones cotidianos de interacción económica con Estados Unidos los que inciden en una conciencia fronteriza alejada de concepciones del mundo nacionalistas.

Intentaremos definir, en la primera etapa de la Investigación, cuáles de los medios tienen mayor penetración en los diferentes estratos que conforman la estructura social de Nuevo Laredo, para posibilitar el conocimiento de su impacto.

Una vez determinados los medios masivos con mayor grado de exposición por parte de los fronterizos, pasaremos en la segunda etapa a efectuar un análisis económico de su estructura, propiedad y control. Esto es esencial, ya que la producción de los mensajes está relacionada en forma íntima con los condicionantes económicos y políticos presentes en las organizaciones masivas.

Conociendo ya algunos condicionantes básicos que inciden en los medios masivos locales, podremos abordar el análisis de contenido de sus mensajes, para identificar los temas, valores, concepciones del mundo y patrones culturales más sobresalientes y de ahí llegar a la inferencia de su impacto en los receptores fronterizos.

La cuarta etapa --que será materia de otro proyecto de investigación por su magnitud-- consistirá en un análisis de las principales actitudes y valores ideológicos de las clases mayoritarias de Nuevo Laredo en relación a la identidad nacional, y su presencia en los mensajes transmitidos por los medios masivos a que se exponen.

III. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACION DEL PROYECTO

Si bien en la actualidad la región fronteriza México-EEUU. está siendo objeto de numerosos estudios tanto por investigadores nacionales como norteamericanos, estos estudios han tendido a concentrarse en temas como migración, maquiladoras, demografía, in-

dustrialización, relaciones México-EE.UU., etc.

Aún cuando lo anterior es sumamente útil, existe la tremenda necesidad de llevar a cabo investigaciones que aborden el problema de la frontera desde el punto de vista de su cultura y su ideología. No basta conocer los aspectos socio-económicos y sus efectos en las corrientes migratorias; es menester analizar los patrones culturales de los mexicanos de la frontera norte para entender sus modos de vida y sus concepciones del mundo. La genuina preocupación del gobierno federal por la posible pérdida de identidad cultural y nacional de los fronterizos, sigue necesitando más comprobación con estudios que determinen el grado de penetración ideológica extranjera así como los niveles de resistencia cultural de los habitantes de la franja fronteriza norte del país.

En este sentido, nuestra investigación pretende contribuir al debate sobre las peculiaridades de la cultura fronteriza y, específicamente, sobre el impacto de la cultura norteamericana en la ideología de los habitantes del lado mexicano.

RAZON Y NECESIDAD. Los gobiernos federal, estatal y local, así como organismos educativos y privados realizan permanentemente planes de desarrollo cultural y artístico de las comunidades que les conciernen. La información previa sobre el fenómeno es esencial para concretar acciones útiles para resolver los auténticos problemas, y para comprender qué área presenta mayores carencias. En el caso fronterizo, desgraciadamente, poco o nada se conoce sobre lo anterior, con el resultado de tener que elaborar programas y proyectos sin contar con los suficientes antecedentes.

Nuestra investigación está enfocada a satisfacer en parte esta necesidad. Creemos que sus resultados --aunque parcialmente-- serán útiles para la elaboración de políticas de desarrollo.

Asimismo, consideramos que a través de la divulgación de dichos resultados hacia el público en general, se llamará la atención sobre la problemática que nos aqueja y se contribuirá a una toma de conciencia sobre nuestra identidad cultural.

IV. OBJETIVOS Y METAS

OBJETIVOS GENERALES:

- 1) Evaluar el impacto de los Medios Masivos de Comunicación nacionales y extranjeros en los distintos estratos que conforman la estructura social fronteriza (caso Nuevo Laredo), estudiando su importancia como agencias transmisoras de ideología y cultura.
- 2) Determinar si los patrones culturales dominantes en esta región están relacionados con la reproducción ideológica llevada a cabo por los medios de comunicación.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- 1.- Determinar el grado de exposición de las distintas clases sociales a los diferentes medios de comunicación (locales, nacionales y extranjeros), para detectar cuáles de ellos potencialmente tienen mayor ingerencia en la socialización de los fronterizos.
 - 1.1 llevar a cabo un inventario de los MMC locales con las siguientes variables:
 - 1.1.1 nombre / siglas
 - 1.1.2 cobertura / circulación / entradas
 - 1.1.3 estrato social que se expone a él
 - 1.2 llevar a cabo un inventario de los MMC nacionales (que se reciben en Nuevo Laredo) con las mismas variables del inciso 1.1
 - 1.3 llevar a cabo un inventario de los MMC norteamericanos (que se reciben en Nuevo Laredo) con las mismas variables del inciso 1.1
 - 1.4 realizar una comparación de índices expositivos y determinar los MMC con mayor incidencia sobre los neolaredenses por clase social
 - 1.5 seleccionar los MMC locales, nacionales y extranjeros para análisis económico-político y de contenido

2.- Realizar un análisis económico-político de los MMC que tienen mayor penetración en las clases sociales, para identificar las estructuras de propiedad, control y organización que condicionan la producción de sus mensajes.

- 2.1 identificar los propietarios de cada uno de los MMC y sus vínculos con otros grupos o negocios
- 2.2 obtener el organigrama de cada MMC local
- 2.3 analizar su circulación, cobertura, entradas
- 2.4 determinar sus tarifas de publicidad
- 2.5 identificar a los principales anunciantes y los productos o instituciones que representan
- 2.6 analizar su estructura y organización
- 2.7 elaborar una síntesis histórica de su surgimiento y evolución
- 2.8 determinar, en lo posible, sus tendencias y orientaciones

3.- Llevar a cabo una descripción y análisis del contenido predominante en cada uno de los MMC con mayor penetración por estrato social, así como de los mensajes publicitarios.

- 3.1 determinar, en el caso de los periódicos:
 - 3.1.1 estructura formal (secciones, tamaño, formato, etc.)
 - 3.1.2 porcentaje de noticias por procedencia
 - 3.1.2.1 extranjeras
 - 3.1.2.2 nacionales
 - 3.1.2.3 locales
 - 3.1.2.4 locales de Laredo, Texas
 - 3.1.3 agencia noticiosa
 - 3.1.4 fuente informativa (identificación por puesto, organismo, profesión, etc.)
 - 3.1.5 tema
 - 3.1.6 categorías
- 3.2 determinar, en el caso de la programación televisiva:
 - 3.2.1 estructura formal (bloques de programación, horario, etc.)
 - 3.2.2 procedencia geográfica de programas
 - 3.2.3 géneros predominantes
 - 3.2.4 temas
 - 3.2.5 categorías
- 3.3 determinar, en el caso de las películas cinematográficas:
 - 3.3.1 estructura de programación
 - 3.3.2 procedencia de los films
 - 3.3.3 géneros predominantes

- 3.3.4 temas
- 3.3.5 categorías

- 3.4 determinar, en el caso de la programación radiofónica:
 - 3.4.1 estructura formal (bloques de programación, horario)
 - 3.4.2 procedencia de material discográfico
 - 3.4.3 temas
 - 3.4.4 categorías

V. PLAN DE TRABAJO

I ETAPA

<u>DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD</u>	<u>NUMERO DE SEMANAS</u>
1.1 llevar a cabo un inventario de los MMC locales	Cuatro Semanas
1.1.1 Censar cada medio	
1.1.2 obtener ratings, # de suscriptores o asistentes	
1.1.3 encuesta a suscriptores de periódicos	
1.1.4 encuesta a cinéfilos	
1.2 Llevar a cabo un inventario de los MMC nacionales que se reciben en Nuevo Laredo	Una Semana
1.2.1 recopilación de información sobre cada medio	
1.2.2 obtención de datos sobre ratings, circulación, etc. en Nuevo Laredo	
1.3 Llevar a cabo un inventario de los MMC norteamericanos que se reciben en Nuevo Laredo.	Una Semana
1.3.1 censo de cada medio	
1.3.2 obtención de datos sobre ratings, circulación, etc.	
1.4 Realizar una comparación de índices expositivos y determinar los MMC con mayor incidencia en cada clase social (elaboración de gráficas y tablas por grado de incidencia y por clase social)	Dos Semanas

II ETAPA

2.1 Realizar un análisis económico-político de los MMC que tienen mayor penetración en las clases sociales, sean locales, nacionales o extranjeros.	Un mes
---	--------

DESCRIPCION DE LA ACTIVIDAD

NUMERO DE
SEMANAS

2.2 Realizar un análisis económico político de los MMC que tienen mayor penetración en las clases medias, sean locales, nacionales o extranjeras.

Un mes

III ETAPA

3.1 Realizar una descripción y análisis del contenido predominante en los MMC con mayor penetración en las clases bajas y medias.

- 3.1.1 determinación de las muestras
- 3.1.2 elaboración de la hoja de codificación
- 3.1.3 levantamiento de datos
- 3.1.4 procesamiento de datos
- 3.1.5 interpretación

Nueve semanas

E LABORACION DEL REPORTE DE
INVESTIGACION

Un mes y medio

VII. INFRAESTRUCTURA DISPONIBLE

Para llevar a cabo el presente proyecto de investigación, el Centro de Investigaciones Fronterizas de la Universidad Valle del Bravo cuenta con la siguiente infraestructura:

- 1) Personal capacitado en la metodología y las técnicas de investigación social.
 - Lic. José-Carlos Lozano Rendón
Master en Comunicación de Masas
(Centre for Mass Communication Research, University of Leicester, Inglaterra)
 - Lic. Federico Schaffler González
Licenciado en Ciencias de la Comunicación
Universidad Valle del Bravo
 - Lic. Clemente Quiñonez
Master en Administración del Desarrollo
(Universidad de Pittsburgh, EE.UU.)
- 2) Alumnos de las carreras de Ciencias de la Comunicación, Psicología y Escuela Preparatoria para llevar a cabo los levantamientos de encuestas y la codificación en el análisis de contenido.
- 3) Oficinas generales dentro de las instalaciones de la Universidad Valle del Bravo.
- 4) Acervo bibliográfico sobre el tema de la investigación
- 5) Mimeógrafo eléctrico y papelería disponible
- 6) Depto. de Estadística para delimitación de muestras y procesamiento de datos. TITULAR: Ing. Santos Melchor Vargas
- 7) Dos secretarías y servicios administrativos de la UVB.

VIII. ASPECTOS FINANCIEROS

PARTIDA	APORTACION PROGRA- MA. C.F. (SEP)	APORTACION CIF - UVB	&
Investigadores Titulares Lic. Carlos Lozano Lic. Federico Schaffler	\$250,000.00		
Investigadores Auxiliares Lic. Clemente Quiñonez Lic. Agustín García		\$100,000.00	
Jefe del Depto. de Estadística Ing. Santos Melchor		\$60,000.00	
Material de Oficina, Papelería, Estenciles, Tinta Mimeógrafo		\$15,000.00	
Dos secretarías (medio tiempo)		\$125,000.00	
Compensaciones a Encuestadores		\$50,000.00	
PUBLICACION DE RESULTADOS (libro de 150- 200 páginas)			
TOTAL		\$ 350,000.00	

BIBLIOGRAFIA GENERAL

- + Alva, Alma R. RADIO E IDEOLOGIA. El Caballito, México 1982.
- + Anuies. ESTUDIOS FRONTERIZOS. Anuies, México 1981.
- + Baldivia, José (comp.) LA FORMACION DE LOS PERIODISTAS EN AMERICA LATINA. Nueva Imagen, México 1981.
- + Barrett, M. et al. (eds.) IDEOLOGY AND CULTURAL PRODUCTION. Crom Helm, Londres, 1979.
- + Beltrán, Ramiro y Elizabeth Fox. COMUNICACION DOMINADA. Nueva Imagen, México 1981.
- + Berger, Arthur. MEDIA ANALYSIS TECHNIQUES. Sage, EE.UU. 1982.
- + Bigsby, C.W. (ed.) APROACHES TO POPULAR CULTURE. Arnold, Londres '76
- + Colombres, Adolfo (comp.) LA CULTURA POPULAR. Premiá, México 1983.
- + Curran, James, M. Gurevitch y J. Woollacott. SOCIEDAD Y COMUNICACION DE MASAS. Fondo de Cultura Económica, México 1981.
- + Fernández, Fátima. LOS MEDIOS DE DIFUSION EN MEXICO. Juan Pablos, México 1982.
- + Fernández, Raúl. LA FRONTERA MEXICO-ESTADOS UNIDOS. Terra Nova, México 1980
- + Garreton, (comp.) IDEOLOGIA Y MEDIOS DE COMUNICACION. Buenos Aires 1974.
- + García Canclini, Néstor. LAS CULTURAS POPULARES EN EL CAPITALISMO. Nueva Imagen, México 1984.
- + Goded, Jaime. LOS MEDIOS DE LA COMUNICACION COLECTIVA. Unam, México.
- + Golding, Peter. THE MASS MEDIA. Longman, Singapore 1981.
- + Gobierno del Estado de Tamaulipas. ANUARIO ESTADISTICO TAMAULIPAS 1983. Sría. de Fomento Económico y Turismo.
- + González, Jorge. "Culturas Populares Hoy", en COMUNICACION Y CULTURA. Revista No. 10.
- + González, Roque (comp.) LA FRONTERA NORTE. El Colegio de México, México 1981.
- + Halloran, James. MASS MEDIA AND SOCIETY: THE CHALLENGE OR RESEARCH. Unesco.

- + Krippendorff, Klaus. CONTENT ANALYSIS. Sage, EE.UU.
- + Lombardi, L.M. APROPIACION Y DESTRUCCION DE LA CULTURA. Nueva Imagen, México.
- + Mattelart, Armand. LA CULTURA COMO EMPRESA TRANSNACIONAL. Era, México, 1979.
- + McPhail, Thomas. ELECTRONIC COLONIALISM. Sage, EE.UU. 1981.
- + Paoli, J. Antonio. COMUNICACION. Edicol.
- + Rosengren, Karl (ed.) ADVANCES IN CONTENT ANALYSIS. Sage, EE.UU. 1981.
- + Silva, Ludovico. TEORIA Y PRACTICA DE LA IDEOLOGIA. Nuestro Tiempo, México.
- + SEP. EN TORNO A LA CULTURA NACIONAL. Sep 80, No. 51
- + Swingewood, Alan. EL MITO DE LA CULTURA DE MASAS. Premiá, México 1981.
- + Tunstall, Jeremy. THE MEDIA ARE AMERICAN. Constable, Londres 1981.
- + Unesco. INDUSTRIAS CULTURALES: EL FUTURO DE LA CULTURA EN JUEGO. Fondo de Cultura Económica, México 1982.
- + Cole Richard, Ray. THE MASS MEDIA OF MEXICO: OWNERSHIP AND CONTROL. Tesis

CCC
AI
0169

UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO.
CENTRO DE INVESTIGACIONES FRONTERIZAS.

CUESTIONARIO BASE PARA ENTREVISTAS DE HISTORIA
ORAL SOBRE LA CULTURA Y LOS MMC EN NVO. LAREDO

Nombre del entrevistado _____
Año de Nacimiento _____ Lugar _____
¿Desde cuándo reside en Nvo. Laredo? _____

UBICACION DEL ESTRATO SOCIAL.

Clase social a la que pertenece el entrevistado, según criterio del entrevistador.

OBSERVACIONES: _____

OCUPACION ACTUAL O ANTERIOR: _____

VARIABLES PARA LA UBICACION.

A) COLONIA: _____

B) MATERIAL DE LA CASA.

a) ladrillo _____ b) block _____ c) madera _____ d) adobe _____

C) TENENCIA DE LA CASA.

a) propia _____ b) rentada _____

D) AUTOMOVILES.

a) número _____ b) modelo(s) _____

E) NUMERO DE CUARTOS DE LA VIVIENDA.

_____ Número de recámaras _____
Número de inquilinos _____

F) BIENES.

a) Radios # _____ b) Televisor(es) _____ c) aparatos de a/c _____
d) Refrigerador _____

G) SERVICIOS.

a) electricidad _____ b) agua entubada _____ c) gas _____

- 19.- ¿Cómo se festejaba la Navidad? (CANCIONES, POSADAS, MISAS, DECORACION DE LA VIVIENDA, TIPO DE NACIMIENTOS, REGALOS, COSTUMBRES, --- ETC.)
- 20.- Durante todo el año, ¿se presentaban algunas obras de teatro? ¿cada cuándo? ¿qué tipo de obras? ¿dónde? ¿eran grupos de aquí o de otra ciudad? ¿quiénes iban a verlas?
(PROFUNDIZAR SI CONOCEN DEL TEMA)
- 21.- ¿A qué edad se enteró Usted de la existencia del cine? (AUN CUANDO NO HUBIESE LLEGADO A NUEVO LAREDO) ¿Cómo se enteró? ¿Cuándo se inauguró el primer cine en Nuevo Laredo? ¿Cómo se llamaba y dónde se localizaba? ¿Cuál fue la reacción de la gente? ¿Qué película(s) fue(ron) la(s) primer(as) que se exhibieron? (PROFUNDIZAR EN NOMBRES Y PROCEDENCIA)
- 22.- ¿Cuánto costaba en un principio la entrada al cine? ¿a qué horas eran las funciones? ¿cómo era el cine por dentro? (PANTALLA, GRADAS, TECHO, CABINA DE PROYECCION, No. DE PERSONAS QUE CABIA)
- 23.- ¿Quiénes iban más frecuentemente al cine? ¿Los adultos? ¿los jóvenes? ¿los de buena clase social?
- 24.- ¿De quién era la sala de cine?
- 25.- ¿Qué otros cines se fueron abriendo en la ciudad, por orden cronológico? ¿quiénes eran sus dueños? ¿dónde se localizaban? ¿qué tipo de películas pasaban?
- 26.- ¿Cuándo llegaron los primeros tocadiscos a la ciudad? ¿quiénes los vendían? ¿a cuánto? ¿cómo eran? ¿dónde conseguían los discos? ¿cómo eran éstos? ¿qué música escuchaban en ellos? ¿quiénes en la sociedad eran los que tenían esto?
- 27.- La primera estación de radio en Nuevo Laredo fue la XEFE, que inicio actividades el 22 de Noviembre de 1930. ¿Antes de ella, ya se recibían algunas estaciones norteamericanas o mexicanas en la ciudad? ¿cuáles? ¿qué música y qué programas transmitían? ¿Desde qué año se recibían? ¿Cuánta gente tendría aparatos de radio antes de 1930? ¿Se incrementó la venta de aparatos cuando inició la XEFE?
- 28.- ¿Qué tipo de música transmitía la XEFE en un principio? ¿qué tipo de programas? ¿quiénes eran los principales anunciantes?
- 29.- ¿A qué horas se acostumbraba escuchar la radio?



CCC
AI
0169

UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO

UNIDAD NUEVO LAREDO

Reconocimiento de Validez Oficial por Decretos 311 de Junio 15 de 1977 y 182 de Junio 27 de 1979 del H Congreso del Edo. de Tamaulipas. Registro ante la S.E.P. según acuerdo No. 163 del día 2 de Octubre de 1979

ORIZABA 3829

NUEVO LAREDO, TAM., MEXICO

TEL. 4-96-20

C. P. 88280

PLAN GENERAL PARA PROYECTOS DE INVESTIGACION DEL DEPTO. DE SOCIOLOGIA Y COMUNICACION DEL CENTRO DE INVESTIGACIONES FRONTERIZAS.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

El mexicano que habita la Frontera Norte, por su cercanía al país más poderoso de la tierra y su baja integración a la economía y cultura nacionales, parece estar propenso a la pérdida de su identidad y a la adopción de ideologías extranjeras incompatibles con su extracción y herencia nacionales.

Ubicado en un contexto socio-cultural caracterizado por la dependencia económica hacia el lado norteamericano, la presencia de las maquiladoras, el fomento al consumismo, la penetración ideológica norteamericana a través de medios de comunicación, instituciones religiosas protestantes, escuelas, etc. y desvinculado del centro económico y cultural del país por la lejanía geográfica y el permanente olvido de los gobiernos, el habitante de la Frontera Norte, parece necesitar urgentemente un esfuerzo de su auténtica identidad nacional.

Sin embargo, ¿quién podría definir la esencia de la identidad nacional? ¿cómo determinar los valores, actitudes, costumbres, hábitos y rasgos que en verdad corresponden al mexicano de la Frontera?

En efecto, definir en qué consista dicha identidad es extremadamente problemático. Y más aún cuando se toma en cuenta que muchas de las así llamadas "auténticas culturas mexicanas", son en realidad manifestaciones ideológicas de las clases dominantes nacionales, o residuos estáticos de elementos culturales antiguos que ya no guardan ninguna relación con la vida contemporánea de los mexicanos.

La cuestión se complica cuando se reconoce que no hay tal cosa como una sola cultura nacional que pudiera tomarse para reemplazar la cultura extranjera que parece "sujetar", ideológicamente al habitante de la Frontera Norte. Lo que existen son muchas culturas nacionales y subculturas de clase que, como señala Jorge González (1983), mantienen entre sí una serie de relaciones de dominación, contraposición, resistencia y refuncionalización.

De esta forma, es necesario advertir que la búsqueda de alternativas culturales para el fronterizo implica un análisis de la compleja gama de culturas de clase y de las maneras en que coexisten, se enfrentan o se integran. Asimismo, parece prudente cuestionar si la cultura "nacional", que resalte sobre las demás en el caso de ser representativa de cierta clase social es verdaderamente la opción para el refuerzo de la identidad de todos los miembros de la sociedad fronteriza.

¿Cómo definir pues la identidad nacional? ¿qué manifestaciones culturales y concepciones del mundo se de

ben promover entre los habitantes de la frontera?

Las investigaciones que realice el Depto. de Sociología y Comunicación del CIF, pretenderán analizar esta problemática desde la perspectiva de la teoría crítica cuestionando los patrones prevalecientes de poder y control económico y político en la Frontera Norte; y su incidencia en la conformación de una ideología dominante.

Se intentará mediante diversas investigaciones evaluar el impacto de los medios de comunicación de masas en los distintos estratos que forman la estructura social fronteriza, estudiando su importancia como agencias transmisoras de ideologías y culturas ajenas a la identidad de los fronterizos.

Asimismo, se tratará de tomar en cuenta a las demás instituciones involucradas en la socialización de los habitantes, ya que los medios de comunicación funcionan dentro de un complejo contexto social y se complementan o se enfrentan a influencias de otras instancias y aparatos constructores de la hegemonía.

Para esto, se sugiere recurrir inicialmente a un análisis económico político de los medios de comunicación a los que se exponen los fronterizos, tanto los locales como los nacionales y los que provienen del lado norteamericano.

Posteriormente, se propone realizar análisis de contenido cualitativos de los mensajes de los medios con mayor penetración, para determinar si a los fundamentos -

económicos y políticos de los medios como industrias comerciales, sigue necesariamente la producción de mensajes portadores de ideología dominante.

Después de concluir las etapas mencionadas será necesario abordar el complicado problema de los efectos de los medios en los receptores. Para ello, convendrá partir de la base de que los miembros de la audiencia no son recipientes pasivos que asimilan sin oponer resistencia las -- concepciones del mundo difundidas por los medios. Por el -- contrario, definiremos al receptor fronterizo como un ser activo capaz de rechazar, aceptar, tergiversar o manipular los contenidos de los medios.

Esto, sin embargo, no impedirá la consideración de los efectos a largo plazo de los medios en la socialización de los fronterizos. Si bien ya se ha demostrado que -- los medios de comunicación difícilmente tienen efectos directos e inmediatos (cfr. las obras de Halloran, Klapper, -- Blumler, McQuail, etc.), los investigadores del enfoque -- crítico advierten que en la actualidad es factible suponer que los medios intervienen de manera significativa en la -- socialización de los individuos. Así, éstos van adquiriendo información sobre el entorno social desde el punto de -- vista de los productores de los mensajes, y usan esa información para formar sus opiniones y actitudes, junto con -- los conocimientos recibidos de las otras agencias de socialización, en especial los aparatos educativo, religioso, -- familiar y político.

Esto último la participación de otras agencias --

socializantes en la conformación de las concepciones del mundo y los patrones culturales de los individuos, obligará a efectuar un análisis similar al de los medios en dichas instituciones.

Como última etapa de esta investigación, se propone realizar un estudio sobre las culturas subalternas -- que coexisten en la sociedad fronteriza. Esto para detectar el grado de resistencia o asimilación a la cultura hegemónica de esas culturas, y por ende las posibilidades -- contestatarias de las mismas.

II.- PROPOSITOS DEL DEPTO. DE SOCIOLOGIA Y COMUNICACION DEL CENTRO DE INVESTIGACIONES FRONTERIZAS U.V.B.

A).- OBJETIVOS GENERALES.

- 1) Contribuir al conocimiento de las especificidades de la cultura de los habitantes de la frontera norte.
- 2) Determinar los valores, actitudes, costumbres, hábitos y rasgos que auténticamente corresponden al mexicano de la frontera.
- 3) Evaluar el impacto de los Medios de Comunicación, en los distintos estratos que forman la estructura social fronteriza, estudiando su importancia como agencias transmisoras de ideologías y culturas ajenas a la identidad de los habitantes.
- 4) Analizar las interrelaciones entre los MMC y las -

demás instituciones sociales involucradas en la socialización de los fronterizos. Establecer qué ideologías reproducen.

- 5) Determinar si los patrones culturales dominantes en la frontera norte de México, son reflejo de la cultura norteamericana o si, por el contrario, guardan mayor relación con los del interior del país.
- 6) Conocer los procesos de asimilación o rechazo de esas concepciones del mundo (ideologías/culturas), por parte de las clases subalternas que conforman la sociedad fronteriza.
- 7) Definir si en las culturas subordinadas que coexisten con la cultura dominante se encuentran elementos contestatarios que favorezcan el proceso de la toma de conciencia por parte de las clases desfavorecidas sobre la explotación de la que son objeto y la necesidad de eliminar semejante situación.

B) MARCO TEORICO DE LAS INVESTIGACIONES.

La complejidad de los objetivos propuestos anteriormente, exige que los estudios se planeen en diversas etapas y que se utilicen diferentes métodos y técnicas de investigación.

El marco teórico que guíe los esfuerzos de investigación, sin embargo, estará apoyado constantemente en una teoría capaz de permitir y propiciar el análisis crítico de los fenómenos culturales, ubicándolos -

en el amplio contexto económico y en la estructura social de las ciudades fronterizas.

En todo momento se deberá tomar en cuenta el marco-contexto de la realidad nacional y las condiciones-estructurales de dependencia de nuestro país con los Estados Unidos. Esto debido a que la realidad fronteriza participa/y está condicionada por la realidad nacional y por la ingerencia del país capitalista más poderoso del mundo en nuestra economía y nuestra cultura.

De esta manera, los métodos y técnicas de investigación a utilizarse, deberán rechazar las corrientes empíricas, positivistas, conductistas y orientadas hacia fines comerciales, ya que éstas impiden una comprensión crítica de los problemas y, en realidad, tienden al refuerzo de lo establecido obstaculizando el verdadero cambio social.

A continuación se mencionan algunos esbozos de proyectos de investigación tendientes a alcanzar los objetivos del Depto. de Sociología y Comunicación del CIF-expuestos en este documento.

José Carlos Lozano R.

INFORMACION BASICA SOBRE FACULTADES LATINOAMERICANAS
DE COMUNICACION SOCIAL

Nombre de la Facultad. Escuela de Ciencias de la Comunicación
Universidad Valle del Bravo - Unidad Nvo. Laredo
(PRIVADA)
Nombre del responsable (decano, director, coordinador...)
Lic. José Carlos Lozano

Historia: Fecha de fundación Sept. 1980
Cambios significativos Reformulación del Plan de Estudios
en Sept. de 1982 con apertura de acentuaciones
en Medios Masivos - Publicidad y Relaciones Públicas
y Humanas

Objetivos: Formar profesionistas expertos en la elaboración, transmisión
y análisis de mensajes con una vocación de sentido social

Áreas de especialización o énfasis: Comunicación Colectiva, Relaciones
Públicas y Humanas, Publicidad

Título que otorga: Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Duración de la carrera: 8 semestres (4 años)

Número de profesores y dedicación (tiempo completo, tiempo parcial,
por horas, etc.) 5 profesores de tiempo completo
5 " " " " ~~realizado tiempo~~ por horas-clase

Número de alumnos: 80

Número de egresados: —

Instalaciones y recursos (talleres, biblioteca, etc.) Biblioteca
Departamental, Lab. de Fotografía, Taller de Redacción;
Lab. de Televisión

Valor de la matrícula (en dólares por semestre, trimestre o año)
135 dls. x semestre

ANEXAR PLAN DE ESTUDIOS
=====

PRIVADA
JUAREZ 2506
NUEVO LAREDO, TAN
20919



UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO

UNIDAD NUEVO LAREDO

Reconocimiento de Validez Oficial por Decretos 311 de Junio 15 de 1977 y 182 de Junio 27 de 1979 del H. Congreso del Edo. de Tamaulipas. Registro ante la S.E.P. según acuerdo No. 163 del día 2 de Octubre de 1979.

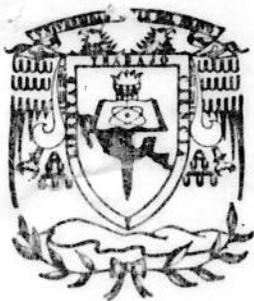
JUAREZ 2506

NUEVO LAREDO, TAM., MEXICO

TEL. 2-09-19

PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION U.V.B.

CLAVE	MATERIA	FRECUENCIA	CREDITOS	REQUISITO
<u>I SEMESTRE</u>				
LCC-11	Teoría de la Comunicación	4	8	BACH. SC. Y H.
LCC-12	Español Superior I	4	8	" " " "
LCC-13	Psicología General	3	6	" " " "
LCC-14	Historia Social de México	3	6	" " " "
LCC-15	Taller de Lec. y Redacción	4	4	" " " "
LCC-16	Estadística	4	8	" " " "
LCC-17	Inglés I	3	6	" " " "
<u>II SEMESTRE</u>				
LCC-21	Lab. de Comunicación Verbal	4	6	LCC-11
LCC-22	Español Superior II	3	6	LCC-12
LCC-23	Sociología	4	8	
LCC-24	Administración General	3	6	
LCC-25	Metodología de la Investigación	4	8	LCC-16
LCC-26	Introducción al Periodismo	4	8	LCC-11
LCC-27	Inglés II	3	6	LCC-17
<u>III SEMESTRE</u>				
LCC-31	Taller de Redacción Periodística I	4	4	LCC-26
LCC-32	Introd. a la Radio y la TV	4	8	LCC-11
LCC-33	Análisis Literario	3	6	LCC-22
LCC-34	Sist. Político Mexicano	3	6	LCC-14
LCC-35	Comunicación de Masas	4	8	LCC-11
LCC-36	Lab. de Fotografía	4	4	
LCC-37	Inglés III	3	6	LCC-27
<u>IV SEMESTRE</u>				
LCC-41	Taller de Redacc. Period. II	4	4	LCC-31
LCC-42	Teoría del Cine	4	8	LCC-11
LCC-43	Publicidad I	4	8	
LCC-44	Mercadotecnia	3	6	
LCC-45	Relaciones Públicas	4	8	
LCC-46	Administración de Personal	3	6	LCC-24
LCC-47	Inglés IV	3	6	LCC-37
<u>V SEMESTRE</u>				
LCC-51	Técnicas Audiovisuales	4	6	LCC-36
LCC-52	Psicología Industrial	4	8	LCC-13



UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO

UNIDAD NUEVO LAREDO

Reconocimiento de Validez Oficial por Decretos 311 de Junio 15 de 1977 y 182 de Junio 27 de 1979 del H. Congreso del Edo. de Tamaulipas. Registro ante la S.E.P. según acuerdo No. 163 del día 2 de Octubre de 1979.

JUAREZ 2506

NUEVO LAREDO, TAM., MEXICO

TEL. 2-09-19

LCC-53	Opinión Pública	4	8	LCC-34/LCC-26
LCC-54	Publicidad II	3	6	LCC-43
LCC-55	Teoría Económica	3	6	
LCC-56	Guiones de Cine y T.V.	4	8	LCC-42
MOP-57	Optativa	3	6	

ACENTUACION EN MEDIOS MASIVOS Y PUBLICIDAD

VI SEMESTRE

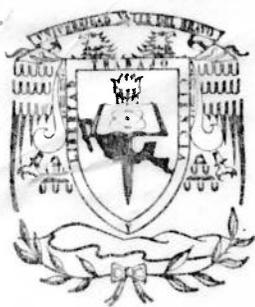
MMP-61	Investigación de Mercados	4	8	LCC-25/LCC-44
MMP-62	Teoría del Dibujo Publicitario I	4	8	LCC-54
MMP-63	Técnicas de Investigación Documental	3	6	LCC-25
MMP-64	Laboratorio de Radio I	4	4	LCC-32
MMP-65	Laboratorio de Cine I	4	4	LCC-56
MMP-66	Medios Publicitarios	3	6	LCC-54
MOP-67	Optativa	3	6	

VII SEMESTRE

MMP-71	Teoría del Dibujo Publicitario II	3	6	MMP-62
MMP-72	Laboratorio de Radio II	4	4	MMP-64
MMP-73	Laboratorio de Cine II	4	4	MMP-65
MMP-74	Laboratorio de Televisión I	4	4	LCC-32
MMP-75	Régimen Legal de la Public. en México	3	6	
MMP-76	Fotografía Publicitaria	4	8	LCC-54
MMP-77	Prensa Comparada	3	6	LCC-26

VIII SEMESTRE

MMP-81	Sem. de Casos Práct. de Mercado y Publicidad	4	8	MMP-61
MMP-82	Org. de Deptos. y Agencias de Public.	4	8	MMP-66
MMP-83	Creatividad Publicitaria	4	8	MMP-71
MMP-84	Laboratorio de Televisión II	4	4	MMP-74
MMP-85	Comunicación Intercultural	3	6	LCC-11
MMP-86	Seminario de Tesis	3	6	LCC-25
MMP-87	Optativa	3	6	



UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO

UNIDAD NUEVO LAREDO

Reconocimiento de Validez Oficial por Decretos 311 de Junio 15 de 1977 y 182 de Junio 27 de 1979 del H. Congreso del Edo. de Tamaulipas. Registro ante la S.E.P. según acuerdo No. 163 del día 2 de Octubre de 1979.

JUAREZ 2506

NUEVO LAREDO, TAM., MEXICO

TEL. 2-09-19

ACENTUACION EN RELACIONES HUMANAS Y PUBLICAS

VI SEMESTRE

RHP-61	Dinámica de Grupos	4	8	LCC-52
RHP-62	Relaciones Públicas II	3	6	LCC-45
RHP-63	Higiene Mental en la Organización	4	8	LCC-52
RHP-64	Psico-Pedagogía	3	6	
RHP-65	Relaciones Industriales	4	8	LCC-52
MMP-64	Laboratorio de Radio	4	8	LCC-32
MOP-66	Optativa	3	6	

VII SEMESTRE

RHP-71	Entrevista Psicológica	4	8	RHP-61
RHP-72	Desarrollo de la Comunidad	3	6	
RHP-73	Desarrollo Organizacional I	4	8	
RHP-74	Desarrollo de Recursos Humanos I	4	8	RHP-65
MMP-74	Laboratorio de Televisión			
RHP-75	Microeconomía	3	6	LCC-55
RHP-76	Optativa	3	6	

VIII SEMESTRE

RHP-81	Periodismo Empresarial	4	8	LCC-26
RHP-82	Derecho del Trabajo	4	8	
RHP-83	Desarrollo Organizacional II	3	6	RHP-73
RHP-84	Desarrollo de Recursos Humanos II	4	8	RHP-74
RHP-85	Macroeconomía	4	8	RHP-76
MMP-86	Seminario de Tesis	3	6	LCC-25
MOP-86	Optativa	3	6	



UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO

UNIDAD NUEVO LAREDO

Reconocimiento de Validez Oficial por Decretos 311 de Junio 15 de 1977 y 182 de Junio 27 de 1979 del H. Congreso del Edo. de Tamaulipas. Registro ante la S.E.P. según acuerdo No. 163 del día 2 de Octubre de 1979.

JUAREZ 2506

NUEVO LAREDO, TAM., MEXICO

TEL. 2-09-19

PLAN DE ESTUDIOS DE LA LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION U.V.B.

CLAVE	MATERIA	FRECUENCIA	CREDITOS	REQUISITO
<u>I SEMESTRE</u>				
LCC-11	Teoría de la Comunicación	4	8	BACH. SC. Y H.
LCC-12	Español Superior I	4	8	" " " "
LCC-13	Psicología General	3	6	" " " "
LCC-14	Historia Social de México	3	6	" " " "
LCC-15	Taller de Lec. y Redacción	4	4	" " " "
LCC-16	Estadística	4	8	" " " "
LCC-17	Inglés I	3	6	" " " "
<u>II SEMESTRE</u>				
LCC-21	Lab. de Comunicación Verbal	4	6	LCC-11
LCC-22	Español Superior II	3	6	LCC-12
LCC-23	Sociología	4	8	
LCC-24	Administración General	4	6	
LCC-25	Metodología de la Investigación	3	8	LCC-16
LCC-26	Introducción al Periodismo	4	8	LCC-11
LCC-27	Inglés II	4	6	LCC-17
<u>III SEMESTRE</u>				
LCC-31	Taller de Redacción Periodística I	4	4	LCC-26
LCC-32	Introd. a la Radio y la TV	4	8	LCC-11
LCC-33	Análisis Literario	3	6	LCC-22
LCC-34	Sist. Político Mexicano	3	6	LCC-14
LCC-35	Comunicación de Masas	4	8	LCC-11
LCC-36	Lab. de Fotografía	4	4	
LCC-37	Inglés III	3	6	LCC-27
<u>IV SEMESTRE</u>				
LCC-41	Taller de Redacc. Period. II	4	4	LCC-31
LCC-42	Teoría del Cine	4	8	LCC-11
LCC-43	Publicidad I	4	8	
LCC-44	Mercadotecnia	4	6	
LCC-45	Relaciones Públicas	3	8	
LCC-46	Administración de Personal	4	6	LCC-24
LCC-47	Inglés IV	3	6	LCC-37
<u>V SEMESTRE</u>				
LCC-51	Técnicas Audiovisuales	4	6	LCC-36
LCC-52	Psicología Industrial	4	8	LCC-13



UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO

UNIDAD NUEVO LAREDO

Reconocimiento de Validez Oficial por Decretos 311 de Junio 15 de 1977 y 182 de Junio 27 de 1979 del H. Congreso del Edo. de Tamaulipas. Registro ante la S.E.P. según acuerdo No. 163 del día 2 de Octubre de 1979.

JUAREZ 2506

NUEVO LAREDO, TAM., MEXICO

TEL. 2-09-19

LCC-53	Opinión Pública	4	8	LCC-34/LCC-26
LCC-54	Publicidad II	3	6	LCC-43
LCC-55	Teoría Económica	3	6	
LCC-56	Guiones de Cine y T.V.	4	8	LCC-42
MOP-57	Optativa	3	6	

ACENTUACION EN MEDIOS MASIVOS Y PUBLICIDAD

VI SEMESTRE

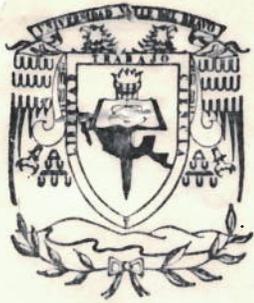
MMP-61	Investigación de Mercados	4	8	LCC-25/LCC-44
MMP-62	Teoría del Dibujo Publicitario I	4	8	LCC-54
MMP-63	Técnicas de Investigación Documental	3	6	LCC-25
MMP-64	Laboratorio de Radio I	4	4	LCC-32
MMP-65	Laboratorio de Cine I	4	4	LCC-56
MMP-66	Medios Publicitarios	3	6	LCC-54
MOP-67	Optativa	3	6	

VII SEMESTRE

MMP-71	Teoría del Dibujo Publicitario II	3	6	MMP-62
MMP-72	Laboratorio de Radio II	4	4	MMP-64
MMP-73	Laboratorio de Cine II	4	4	MMP-65
MMP-74	Laboratorio de Televisión I	4	4	LCC-32
MMP-75	Régimen Legal de la Public. en México	3	6	
MMP-76	Fotografía Publicitaria	4	8	LCC-54
MMP-77	Prensa Comparada	3	6	LCC-26

VIII SEMESTRE

MMP-81	Sem. de Casos Práct. de Mercado y Publicidad	4	8	MMP-61
MMP-82	Org. de Deptos. y Agencias de Public.	4	8	MMP-66
MMP-83	Creatividad Publicitaria	4	8	MMP-71
MMP-84	Laboratorio de Televisión II	4	4	MMP-74
MMP-85	Comunicación Intercultural	3	6	LCC-11
MMP-86	Seminario de Tesis	3	6	LCC-25
MMP-87	Optativa	3	6	



UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO

UNIDAD NUEVO LAREDO

Reconocimiento de Validez Oficial por Decretos 311 de Junio 15 de 1977 y 182 de Junio 27 de 1979 del H. Congreso del Edo. de Tamaulipas. Registro ante la S.E.P. según acuerdo No. 163 del día 2 de Octubre de 1979.

JUAREZ 2506

NUEVO LAREDO, TAM., MEXICO

TEL. 2-09-19

ACENTUACION EN RELACIONES HUMANAS Y PUBLICAS

VI SEMESTRE

RHP-61	Dinámica de Grupos	4	8	LCC-52
RHP-62	Relaciones Públicas II	3	6	LCC-45
RHP-63	Higiene Mental en la Organización	4	8	LCC-52
RHP-64	Psico-Pedagogía	3	6	
RHP-65	Relaciones Industriales	4	8	LCC-52
MMP-64	Laboratorio de Radio	4	8	LCC-32
MOP-66	Optativa	3	6	

VII SEMESTRE

RHP-71	Entrevista Psicológica	4	8	RHP-61
RHP-72	Desarrollo de la Comunidad	3	6	
RHP-73	Desarrollo Organizacional I	4	8	
RHP-74	Desarrollo de Recursos Humanos I	4	8	RHP-65
MMP-74	Laboratorio de Televisión			
RHP-75	Microeconomía	3	6	LCC-55
RHP-76	Optativa	3	6	

VIII SEMESTRE

RHP-81	Periodismo Empresarial	4	8	LCC-26
RHP-82	Derecho del Trabajo	4	8	
RHP-83	Desarrollo Organizacional II	3	6	RHP-73
RHP-84	Desarrollo de Recursos Humanos II	4	8	RHP-74
RHP-85	Macroeconomía	4	8	RHP-76
MMP-86	Seminario de Tesis	3	6	LCC-25
MOP-86	Optativa	3	6	

CENTRO DE INVESTIGACIONES FRONTERIZAS.
DEPTO. DE SOCIOLOGIA Y COMUNICACION.

UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO.

Sesiones: Martes, a las 4:00 P.M.

Proyectos en proceso:

I. MMC E IDENTIDAD CULTURAL EN UNA CD. FRONTERIZA:
CASO NUEVO LAREDO.

Objetivos Generales:

- 1) Evaluar el impacto de los MMC nacionales y extranjeros en los distintos estratos que conforman la estructura social fronteriza (caso Nvo. Laredo), estudiando su importancia como agencias transmisoras de ideología y cultura.
- 2) Determinar si los patrones culturales dominantes en esta región están relacionados con la reproducción ideológica llevada a cabo por los MMC.

II. HISTORIA ORAL DE LA COMUNICACION Y CULTURA EN NUEVO LAREDO 1910 - 1960.

Objetivos Generales:

- 1) Determinar las costumbres, hábitos, diversiones y medios de comunicación prevaletes en Nuevo Laredo, de 1910 - 1960.
- 2) Analizar los significados ideológicos inherentes a esas prácticas culturales.

Requisitos para ingresar al curso:



CCC
AJ
0169

UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO

UNIDAD NUEVO LAREDO

Reconocimiento de Validez Oficial por Decretos 311 de Junio 15 de 1977 y 182 de Junio 27 de 1979 del H. Congreso del Edo. de Tamaulipas. Registro ante la S.E.P. según acuerdo No. 163 del día 2 de Octubre de 1979.

JUAREZ 2506

NUEVO LAREDO, TAM., MEXICO

TEL. 2-09-19

INFORMACION DE PROYECTOS DE INVESTIGACION

- 1) La Escuela de Ciencias de la Comunicación de la UVB está actualmente - realizando una investigación sobre la posible contribución de los Me--dios de Comunicación de Nuevo Laredo a la conscientización de los ciu--dadanos sobre la importancia de la higiene pública. Asimismo, la Escue--la se está encargando de la producción de spots radiofónicos y reporta--jes periodísticos en la campaña pro-limpieza promovida por diversos or--ganismos de la comunidad.
- 2) La Escuela se encuentra realizando, por otra parte, una investigación--histórica sobre el desarrollo de la prensa en el Noreste de México. Es--te proyecto está a cargo de los Licenciados Jesús Becerra y Carlos Lo--zano, con la ayuda de los alumnos de las clases de introducción al pe--riodismo. El objetivo es recopilar información relevante sobre la his--toria de la prensa en el Edo. de Tamaulipas (con énfasis en los facto--res políticos, económicos y sociales que influyen en su desarrollo), -ya que actualmente es mínima la bibliografía con la que se cuenta.
- 3) Uno de nuestros proyectos de investigación más ambiciosos es el reali--zar un estudio sobre el choque cultural en la frontera México-norteame--ricana, con especial énfasis en el rol de los medios de comunicación -en la reproducción y reforzamiento de las normas y patrones culturales que caracterizan a la frontera norte de nuestro país. Actualmente esta--mos iniciando la etapa de planeación de la investigación; esperamos co--menzar ésta formalmente a principios de Junio próximo.



UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO

UNIDAD NUEVO LAREDO

Reconocimiento de Validez Oficial por Decretos 311 de Junio 15 de 1977 y 182 de Junio 27 de 1979 del H. Congreso del Edo. de Tamaulipas. Registro ante la S.E.P. según acuerdo No. 163 del día 2 de Octubre de 1979.

JUAREZ 2506

NUEVO LAREDO, TAM., MEXICO

TEL. 2-09-19

CURRICULUM DE LOS CATEDRATICOS DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

- + Lic. José Carlos Lozano Rendón
Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social por la Universidad Regiomontana (Monterrey, N.L.) 1980
Maestría en Comunicación de Masas por el Centre For Mass Communication Research, UNIVERSITY OF LEICESTER, INGLATERRA.
- Director de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Valle del Bravo 1980-1981
 - Director de la Revista mensual LENTE DE MEXICO, de información política, social y cultural. 1980-1981
 - Colaborador del Suplemento ENSAYO del periódico EL NORTE de Monterrey. 1982
 - Conductor de la serie de programas de TV "EL PIANO", transmitidas por el Canal 13 de la Ciudad de México de enero a mayo de 1981.
 - Actual Coordinador General de la Universidad Valle del Bravo, Unidad Nuevo Laredo.
 - Miembro de la International Association for Mass Communication Research (IAMCR) y de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC)
- CATEDRATICO DE: Teoría de la Comunicación, Comunicación Masiva.
- * LIC. MANUEL CARDENAS GARZA
Licenciado en Ciencias de la Comunicación con especialidad en Cine, Radio y Televisión por la UNIVERSIDAD DE TEXAS, en AUSTIN. 1979.
- Colaboración con la ANAM, Asoc. Nacional de Anunciantes de México, en el estudio de medición de auditorio de radio en Nuevo Laredo, Tam., como coordinador regional.
 - Programador Especial en Stereo 91 FM, Nuevo Laredo, Tam.
- CATEDRATICO DE: Guiones de Cine y TV, Introd. a la Radio y Televisión.



UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO

UNIDAD NUEVO LAREDO

Reconocimiento de Validez Oficial por Decretos 311 de Junio 15 de 1977 y 182 de Junio 27 de 1979 del H. Congreso del Edo. de Tamaulipas. Registro ante la S.E.P. según acuerdo No. 163 del día 2 de Octubre de 1979.

JUAREZ 2506

NUEVO LAREDO, TAM., MEXICO

TEL. 2-09-19

CURRICULUM.....(2)

- + LIC. MIGUEL OCHOA SANTOS
Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social con acentuación en Medios Masivos por la UNIVERSIDAD REGIOMONTANA (1980)
- Producción de programas culturales de radio y televisión en el Depto. de Difusión Cultural de la Universidad Regiomontana (1979-1982)
 - Productor del cortometraje "LIBERTAD CONDICIONAL", basado en el cuento hispanoamericano de Julio Cortázar "Cartas a Mamá", realizado por la Universidad Regiomontana (1981)
 - A partir de enero de 1983, Director de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Valle del Bravo, Nuevo Laredo, Tam.
- CATEDRATICO DE: Lab. de Cine II, Lab. de TV, Teoría del Cine, Lenguaje Cinematográfico
- + LIC. BEATRIZ ROJAS DE ORTEGA
Licenciado en Ciencias de la Comunicación por el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM) 1977
- Catedrática de las materias de Comunicación y Psicología en la Preparatoria "Excelsior" de Nuevo Laredo 1979-81.
 - Catedrática de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Valle del Bravo desde septiembre de 1980.
- CATEDRATICA DE: Lab. de Comunicación Verbal, Comunicación Gráfica y Publicidad II.
- + LIC. ELIZABETH SANCHEZ GARAY
Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la UNIVERSIDAD REGIOMONTANA 1980.
- Guionista y Coordinadora de Producción del Canal 8 de TV CEMPAE, de Monterrey, N.L. (1980-82)
 - Realización del guión del cortometraje "Libertad Condicional" basado en el cuento de Julio Cortazar "Cartas a Mamá", producido por la Universidad Regiomontana (1981)



UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO

UNIDAD NUEVO LAREDO

Reconocimiento de Validez Oficial por Decretos 311 de Junio 15 de 1977 y 182 de Junio 27 de 1979 del H. Congreso del Edo. de Tamaulipas. Registro ante la S.E.P. según acuerdo No. 163 del día 2 de Octubre de 1979.

JUAREZ 2506

NUEVO LAREDO, TAM., MEXICO

TEL. 2-09-19

CURRICULUM.....(3)

- A partir de enero de 1983, Jefe del Departamento de Educación Continua de la Universidad Valle del Bravo, Unidad Nuevo Laredo.

CATEDRATICA DE: Opinión Pública, Introducción al Periodismo, Laboratorio de Radio.

+ LIC. JESUS BECERRA VILLEGAS

Licenciado en Ciencias de la Comunicación con acentuación en Medios Masivos por la Universidad Regiomontana

- Producción de Programas culturales de radio y televisión en el depto. de Difusión Cultural de la U.R. (1979-82)
- Guiones y Producción para programas culturales de radio y TV en la Dirección de Promoción de Desarrollo Académico A.C. de Monterrey, N.L.
- Catedrático de Bachillerato de la Universidad Regiomontana (1979-1982)
- A partir de enero de 1983 Secretario Académico de la Preparatoria de la Univ. Valle del Bravo, Unidad Nuevo Laredo.

CATEDRATICO DE: Español Superior II, Introd. al Periodismo, Semiología, Teoría de la Comunicación



UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO

UNIDAD NUEVO LAREDO

Reconocimiento de Validez Oficial por Decretos 311 de Junio 15 de 1977 y 182 de Junio 27 de 1979 del H. Congreso del Edo. de Tamaulipas. Registro ante la S.E.P. según acuerdo No. 163 del día 2 de Octubre de 1979.

JUAREZ 2506

NUEVO LAREDO, TAM., MEXICO

TEL. 2-09-19

SEPTIEMBRE 28 DE 1983.

LIC. CRISTINA ROMO DE ROSELL.
Presidente del CONEICC.

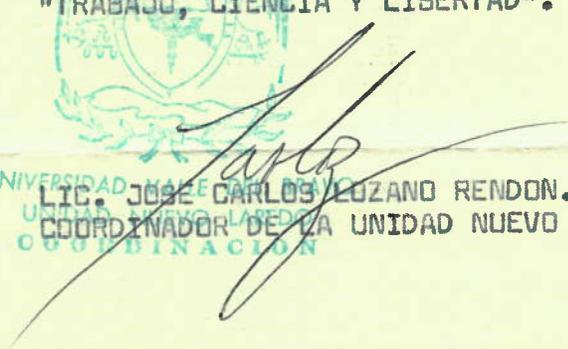
Estimada Licenciada:

Conscientes de la necesidad de actualizar nuestro plan de estudios, y de enfocarlo al análisis y la resolución de los problemas sociales y culturales que aquejan a nuestro país, le solicitamos que el organismo por Ud., presidido efectúe una revisión minuciosa de las materias y la retícula para que, en su caso, nos orienten sobre posibles mejoras o adiciones.

Asimismo le comunicamos que hemos recibido la circular de Septiembre 15, en la que se incluye el orden del día para la XVI - Asamblea Ordinaria que se efectuará en Gómez Palacios. Uno o varios de los catedráticos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación de nuestra Universidad estarán sin falta por allá.

Sin más por el momento, se despide de Ud.

ATENTAMENTE:
"TRABAJO, CIENCIA Y LIBERTAD".


UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO
UNIDAD NUEVO LAREDO
COORDINACIÓN
LIC. JOSÉ CARLOS LUZANO RENDON.
COORDINADOR DE LA UNIDAD NUEVO LAREDO.

c.c.p. Lic. Jesús Arredondo Cortez.
Director de Planeación Académica de la U.V.B.
c.c.p. Archivo.



UNIVERSIDAD VALLE DEL BRAVO

UNIDAD NUEVO LAREDO

Reconocimiento de Validez Oficial por Decretos 311 de Junio 15 de 1977 y 182 de Junio 27 de 1979 del H. Congreso del Edo. de Tamaulipas. Registro ante la S.E.P. según acuerdo No. 163 del día 2 de Octubre de 1979.

ORIZABA 3829

NUEVO LAREDO, TAM., MEXICO
C. P. 88280

TEL. 4-96-20

ENERO 25 de 1985.

LIC. RAUL FUENTES NAVARRO
CONEICC
ESCUELA DE C. DE LA COMUNICACION
I.T.E.S.O.

Raúl:

Considerando que podría ser de tu interés tener información sobre los estudios que desarrollamos --- actualmente en el Centro de Investigaciones Fronterizas, - me permito anexarte lo siguiente:

- a) Plan General para Proyectos de Investigación del - Depto. de Sociología y Comunicación del CIF-UVB
- b) Proyecto de Investigación: Medios Masivos de Comunicación e Identidad Cultural en una Cd. Fronteriza Caso Nuevo Laredo.
- c) Cuestionarios base para entrevistas de Historia --- Oral sobre la cultura y los MMC en Nuevo Laredo.

Sin más por el momento, y esperando poder conversar contigo posteriormente se despide tu amigo.

A T E N T A M E N T E.

"TRABAJO, CIENCIA Y LIBERTAD".

LIC. JOSE CARLOS LOZANO RENDON
VICE-RECTOR
UNIDAD NUEVO LAREDO

cuencias de 45 minutos c/u por semana.

Asimismo, se eliminaron las acentuaciones que existían en el sistema ~~tetramestral~~ (en Medios Masivos, Publicidad y Relaciones Humanas), por determinarse que el campo de trabajo de nuestros egresados no exigía especialización, sino un manejo general aunque completo de las tres áreas.

Desde septiembre de 1983, la Escuela de Ciencias de la Comunicación ha buscado relacionar el estudio y análisis de las teorías de la comunicación con los laboratorios y con las prácticas en los medios masivos de la localidad. La escuela cuenta desde entonces con dos planas dominicales en los dos periódicos diarios más importantes de la ciudad (el contenido es periodismo cultural y lo elaboran alumnos y maestros de la escuela), y un programa radiofónico ("América Latina en su Música") también dominical, realizado por alumnos de las materias de producción radiofónica. Asimismo, se ha buscado fomentar la investigación, y hasta el momento se cuenta con un acervo importante de trabajos y estudios realizados por los alumnos en diversas áreas, todos ellos relacionados con la problemática local y regional en materia de comunicación de masas.

La Escuela otorga el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

El objetivo fundamental continúa siendo la formación de expertos en la producción y difusión de mensajes de comunicación, así como en el análisis y cuestionamiento de los productos de la industria cultural. La orientación es eminentemente social y se rechaza el uso administrativo de la investigación, intentándose por el contrario formar recursos humanos conscientes de su función para impulsar el cambio social hacia una sociedad más justa y equitativa.

MEDIOS	EQUIPOS	DEPENDEN DE	
		LA FACULTAD	OTRA DEPENDENCIA DE LA UNIVERSIDAD
Audiovisuales	Proyector diapositivas	X	
	Sincronizador	X	
	Disolver	X	
	Sala de proyecciones.	X	
Radio	Emisora A.M.		
	Emisora F.M.		
	Estudio de Grabación	X	
	Grabadoras portátiles.	X	
Especifique la potencia en KW de su emisora(s):			
Cine	Cámaras 35 mm		
	Cámaras 16 mm.	X	
	Cámaras 8 mm. (Super 8).	X	
	Editora		
Otros Equipos	Empalmadora		
	Sala de proyecciones.	X	
	Proyector 35 mm.		
	Proyector 16 mm.	X	
	Proyector 8 mm. (Super 8)	X	
	Iluminación	X	

V. PLAN DE ESTUDIOS

031 El siguiente cuadro debe ser llenado teniendo en cuenta las siguientes indicaciones:

- a. Escriba las asignaturas que se dictan durante toda la carrera.
- b. Al lado de cada una, mencione el número de horas de clase semanal, incluyendo tanto las clases teóricas como las prácticas (laboratorios, talleres, etc.).
- c. Si el plan de estudios posee alguna división de orden temático, señálelo con líneas horizontales que separen los grupos (ejemplo: Area de Cultura General, Area de Investigación, Area de Expresión, etc.).
- d. Anote mínimo tres textos que preferentemente se exijan como lecturas en cada asignatura (título y autor).

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS (Ejemplo):

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
<p>Area de formación en Comunicación.</p>	<p>Introducción a la Comunicación.</p>	<p>4</p>	<p>La materia de Introducción busca comprender la naturaleza de la comunicación, sus definiciones, modelos, ámbitos e implicaciones, a través del análisis y la relación de las diversas teorías de comunicación, a la luz de los métodos de investigación que sustentan, describiendo sus contextos históricos y aplicando los conceptos estudiados a situaciones del entorno latinoamericano.</p>	<p>"El proceso de la comunicación". "Comprender la comunicación". "Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas".</p>	<p>BERLO, David PASQUALI, Antonio. ECO, Humberto.</p>

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Área	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
	Teoría de la Comunicación	4	conocer los elementos básicos del proceso de la comunicación, y analizar y evaluar los enfoques convencionales (empiristas, funcionalistas, conductistas) y los críticos (económico-político, semiótico, holístico, materialista)	Gurevitch et al. CULTURE SOCIETY & THE MEDIA. Moragas (ed.) SOC. DE LA COM. DE MASAS A. Paoli. COM. E INF. Raúl Avila LA LENGUA Y LOS HABLANTES MANUEL Ortuño TEORIA Y PRACTICA DE LA LINGÜÍSTICA	
	Español Superior I	4	distinguir y analizar los elementos básicos de la morfología y sintaxis con el fin de manejar adecuadamente el lenguaje español.	SOCIOLOGIA SOCIOLOGIA LA SOCIEDAD SEX-POL	T. ADOIANO Y MAX HORKHEIMER J. FICHTER ELY CHINOY E. SUBIRATS

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
	HISTORIA SOCIAL DE MEXICO	3	Analizar desde una perspectiva crítica el proceso histórico de México e interpretar los más importantes sucesos que permitían al alumno la comprensión de la situación social actual de nuestro país.	LOS CONCEPTOS ELEM. DEL MATHARNEKER HISTORICO HIST. MINIMA DE MEXICO ECONOM. Y POLITICA DE MEXICO	Martha Harnaker D. Cossio Villegas M. López Gallo
	PSICOLOGIA GENERAL	3	Facilitar una visión integradora del objeto de la Psicología, desde las bases filosóficas hasta la revisión crítica de sus tres grandes vertientes: conductismo, humanismo y psicoanálisis y sus derivados teóricos. Se incluye el estudio de las vertientes críticas como el freud-marxismo.	HISTORIA DE LA PSICOLOGIA PSICO. IDEOLOGIA Y CIENCIA. PSICOPATOLOGIA Y PERSONALIDAD	F.L. Mueller N.A. Brauntein et al.
	INTROD. AL PERIODISMO	4	Revisar las teorías sobre la función social de la prensa (análisis funcional, usos y gratificaciones, t. crítica)	PERIODISMO Y LUCHA DE CLASES	Camilo Taufic

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
	ESPÁÑOL SUP. II	4	<p>analizar el desarrollo histórico de la prensa, los fundamentos del periodismo, la noticia, y diferenciar entre periodismo objetivo y periodismo comprometido.</p> <p>conocer los fundamentos de la semiótica y aplicarlos en el estudio de la cultura</p>	<p>PERIODISMO</p> <p>RED. PERIOD.</p> <p>MITOLOGIAS</p> <p>LA ESTRUCTURA U. ECO</p> <p>AUSENTE</p> <p>LA SEMIOLOGIA</p>	<p>R. RIVADENEIRA</p> <p>Martínez Albertos</p> <p>Roland Barthes</p> <p>P. Guiraud</p>
	TALLER DE REDACCION	4	<p>identificar las características de la redacción; realizar ejercicios en descripción, narración, diálogo y ensayo.</p>	<p>CURSO DE RED. DINAMICA</p> <p>LA COMUNICAC. ESCRITA</p>	<p>Hilda Basulto</p> <p>G. Baz. de la Torre</p>

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
	ANALISIS LITERARIO	4	Identificar los elementos que constituyen las principales variaciones en sus diferentes modos de estructuración y evaluar su papel en la construcción de los relatos.	ANALISIS ESTRUCTURAL DEZ REZATO DICC ENCICLOP. DE LAS CIENCIAS DEZ LINGUAJE EL ANALISIS LITERARIO	R. Barthes y otros Ducrot y Todorov Paul Castagnino
	TALLER DE RED. PERIOD. II	3	reconocer los distintos subgéneros del periodismo de opinión, redactar editoriales, críticas, comentarios, ensayos y artículos	PERIODISMO INTERPRETATIVO THE NEW YORK JOURNALIST EL JORNALISTA INDEPENDIENTE	Cecilia Fagnano Tom Wolfe Gunter Wallraff
	TEORIA DEL CINE	4	adquirir nociones de historia del cine, así como los fundamentos de las principales teorías existentes sobre la función del cine y las divergencias entre su concepción como arte y como industria.	HISTORIA DEL CINE MUNDIAL EL SENTIDO DEL CINE PRINCIPALES TEORIAS DEL CINE	George Sadoul S. Eisenstein Dudley Andrew

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
	SOCIOLOGIA DEL ARTE	4	Comprender la necesidad de desarrollar una disciplina que estudie los hechos artísticos; recuperar los diferentes enfoques que se aborran al estudio de dichos fenómenos y analizar sus fundamentos teóricos y metodológicos.	ARTE Y SOCIEDAD TEORIA SOCIAL DEL ARTE LA SOCIEDAD EL HOMBRE UNIVERSAL LITERATURA Y SOCIEDAD	Juan Arba Alfredo de los Rios Adorno y Horkheimer Marschase
LITERATURA UNIVERSAL	3	Comprender, por medio de la lectura y el análisis de textos el fenómeno literario del siglo <u>XX</u> en cada una de sus principales corrientes	HIST. DE LA LIT. ESPA. e HIST DE LA LIT. MEXICANA LIT., IDEOLOGIA Y LENGUAJE	Barthes, Goldman et al Guillermo Díaz-Plaja y Fco Morandé Marie Monteforte y Giliberto Jimenez	
TECNOLOGIA II	4	Identificar y realizar fotografías de los distintos géneros (grafías, abstracto y comercial), analizar y revelar dispositivos en color	HIST DE LA FOT. EN LOS SIG. <u>XX</u> . ALLENDE FOTOGRAFIA AVANTAJES PUDIVISUALES	P Tausk A. Desi lets Jorge Linares	

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
	LAB DE COMUNICACION VERBAL	3	<p>Analizar la importancia de la comunicación oral, estudiando las relaciones interpersonales desde una perspectiva psicoanalítica. Realizar prácticas de exposición verbal.</p>	<p>LA INCOMUNICACION COMUNICACION ORAL COMUNICACION ORAL</p>	<p>Carlos Castilla del Pino Mónica Rangel Zahcaris y Coleman</p>
	TEORIA DE LA CIENCIA		<p>Comprender los princ caract de la ciencia, sus problemas, conceptos, metodos y tipos de razonamientos, doctivas, principios epistemologicos, usos y enfoques científicos.</p>	<p>TEORIA DEL CONOCIMIENTO METODOLOGIA DEL CONOCIM. CIENTIFICOS EL OFICIO DEL SOCIOLOGO</p>	<p>J. Hessen Academia de Ciencias de Cuba y de la URSS Pierre Bourdieu</p>
	PSICOLOGIA SOCIAL	4	<p>Analizar y reconocer los factores sociales que mas influyen en los fenomenos de la percepcion y memoria en el individuo como tal y como parte de un grupo.</p>	<p>PSICOLOGIA SOCIAL</p>	<p>Otto Klineberg</p>

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
	FOTOGRAFÍA	4	Conocer los elementos básicos para la toma y revelado de los elementos fotográficos	APRENDER A FOTOGRAFIAR LA FOTOGRAFÍA EN LA LECTURA	Hilferth, Desilef, Christian, Constanza
	TALLER DE REDACCIÓN PERIODÍSTICA I	4	Identificar los distintos géneros periodísticos y manejar con propiedad el lenguaje periodístico; redactar los tipos de notas y ejercicios asignados en clase.	REDACCIÓN PERIODÍSTICA PERIODISMO GÉNEROS PERIODÍSTICOS INFORMATIVOS	Martínez Alberto, Rivadeneyra Carl, Utrera
	COMUNICACIÓN MASIVA	4	Conocer el desarrollo de la invención y las corrientes principales de la comunicación masiva, identificar los roles de cada agente y sus diferencias, roles y vertientes delegadas.	EL MITO DE LA CULTURA DE MASAS SOCIOLOGÍA DE LA COM. DE MASAS SOCIEDAD Y COM. DE MASAS	Allen Seymour, M. de Merigola, James Curran (ed.)

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
	PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION	3	introducir al estudio de la psicología de los actos comunicativos, sean estos interpersonales o sociales se le facilitará la manera de que cuente con un marco teórico para analizar el fenómeno de la comunicación comunicativa.	PSICO DE LA COMUNICACION INTROD. AL PSICOANALISIS HIST. DE LA PSICOLOGIA	George A. Miller S. Field E.L. Mueller
	PSICNE Y PROC. DE PERCEPCIONES	4	Distinguir los diferentes tipos de procesos del diseño de percepciones, identificar los estímulos que se dan en la producción de una percepción.	PERCEPTION PSYCHOLOGY	W.C. Brown
	SOCIEDAD Y CULTURA DE MASAS	4	contrastar continuamente los enfoques interpersonales por realizar el análisis social de la comunicación y la cultura de masas.	CAMPUS DE MASSA EL MUNDO DE LA CULTURA DE MASAS ALTERNATIVAS INTERPERSONALES INTELECCION FOR MARY EL MUNDO DE LA CULTURA DE MASAS RESEARCH + VIB. PERSONAL	A. Grewson A. Szwajkowski C. Cole L. Althusser B. Plosser Michele Bonin et al.

2

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
	LITCRATICA HISTORIA PRINCIPALES	2	<p>estudio de la literatura y la historia de la literatura en sus aspectos históricos, literarios y críticos. Se estudia la evolución de la literatura desde sus orígenes hasta el presente, considerando los cambios de estilo y contenido.</p>	<p>UNIVERSITÄT LIT. KRITIK LIT. HISTORIE LIT. THEORIE</p>	<p>W. G. Sebald H. G. Gadamer L. Wittgenstein</p>
TELECOMUNICACIONES Y TV	4	<p>desarrollar los elementos y aspectos de los sistemas de telecomunicaciones, incluyendo los aspectos técnicos, económicos y sociales. Se estudia la evolución de las telecomunicaciones desde sus orígenes hasta el presente, considerando los cambios de tecnología y contenido.</p>	<p>TECHNISCHE TELEKOMUNIKATIONEN TELEKOMUNIKATIONEN TELEKOMUNIKATIONEN</p>	<p>W. G. Sebald H. G. Gadamer L. Wittgenstein</p>	

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
	TECNICAS AUDIOVISUALES	4	Trabaja con la grabación, la edición, presentación y evaluación de programas audiovisuales.	TECNICAS AUDIOVISUALES	J. Crawford
	PUBLICIDAD I	4	conocer el papel de la publicidad en el mundo actual, sus posibilidades y conceptos. Sociología, tipos, funciones y propósitos de la misma.	PUBLICIDAD TEOR. Y LA PUBLICIDAD	J. Crawford E. Brewster
	LAB. DE RADIO I	4	Realizar programas de radio, desde la creación de la idea hasta el producto final.	TEOR. DE TECNICAS DE RADIO	M. MARTINEZ
	PRENSA COMUNITARIA	4	Analizar y discutir el rol de la prensa como medio de comunicación social en los distintos países del mundo y analizar los nuevos desarrollos del periodismo.	INTRODUCCION AL MUNDO DE LA COMUNICACION SOCIAL PERIODISMO Y COMUNICACION SOCIAL LA IMP. Y EL MUNDO DE LA COMUNICACION SOCIAL EL PERIODISMO COMUNICACION SOCIAL	Unesco C. Tardif Reyes Matta (ed.) Oliver Boyd Barrett

CUADRO SOBRE EL PLAN DE ESTUDIOS

Area	Materias (Asignaturas)	Horas Semanales	Síntesis del Contenido	Tres Textos o libros	Autor(es)
	DISEÑO DE CURRÍCULO	3	Definición de los conceptos Fund. del diseño curricular y ejemplos.	LA PROGRAMACIÓN CURRICULAR DE LA ESCUELA	Domingo F. Gómez
	CONCEPTOS Y METODOS DE LA PSICOLOGIA DEL APRENDIZAJE	4	Definición de la psicología de la com. activa y la cultura en sus regiones, identificación en contexto histórico, económico y político, así como en las condiciones educativas de las regiones. 4 libros y 1 artículo.	LA PSICOLOGIA DEL APRENDIZAJE EN LA ESCUELA	Domingo F. Gómez
	CONCEPTOS Y METODOS DE LA PSICOLOGIA DEL APRENDIZAJE	2	Definición de la com. activa, identificación de la cultura en sus regiones, identificación en contexto histórico, económico y político, así como en las condiciones educativas de las regiones. 4 libros y 1 artículo.	LA PSICOLOGIA DEL APRENDIZAJE EN LA ESCUELA	Domingo F. Gómez
	CONCEPTOS Y METODOS DE LA PSICOLOGIA DEL APRENDIZAJE	1	Definición de la com. activa, identificación de la cultura en sus regiones, identificación en contexto histórico, económico y político, así como en las condiciones educativas de las regiones. 4 libros y 1 artículo.	LA PSICOLOGIA DEL APRENDIZAJE EN LA ESCUELA	Domingo F. Gómez

038 Mencione tres profesores de su Facultad que podrían escribir un libro o texto sobre comunicación:

Profesor	Tema
Elizabeth Sánchez Garay	Sociología de la comunicación masiva
Jesús Becerra Villegas	Semiótica y Comunicación de Masas
Niguel Ochoa Santos	Economía-Política de los TIC Latinoamericanos

039 Existen actualmente en su Facultad estudios realizados por investigadores en comunicación que pudieran ser publicados?

SI Y NO _____

Si su respuesta es afirmativa mencione el tema y Autor.

Tema	Autor
"Comunicación de masas y culturas populares"	Carlos Lozano R.
Desarrollo histórico de los TIC en México (desde una perspectiva crítica)	Elizabeth Sánchez Garay
"Semiótica de la comunicación masiva"	Jesús Becerra V.

La información que usted nos brinde
será de gran utilidad para
FELAFACS

Agradecemos su colaboración

