

**ITESO**  
**DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES**  
**COMISIÓN DE REVISIÓN CURRICULAR**

CCC  
AI  
0328

**Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**  
**Plan de Estudios**  
**Versión final**

**JUAN CARLOS ESPARZA OCHOA**  
**RAÚL FUENTES NAVARRO**  
**ÁNGELA MARÍA GODOY FAJARDO**  
**ANNEMARIE MEIER BOZZA**  
**MAGDALENA SOFÍA PALÁU CARDONA**  
**EDUARDO G. QUIJANO TENRREIRO**

**30 DE MARZO DE 2004**

**ITESO**  
**DEPARTAMENTO DE ESTUDIOS SOCIOCULTURALES**  
**COMISIÓN DE REVISIÓN CURRICULAR**

**Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**  
**Plan de Estudios**

30 de marzo de 2004

<b>I. FUNDAMENTACIÓN</b> .....	1
A. Planos del diagnóstico .....	1
B. Apuesta formativa .....	6
<b>II. OBJETIVOS GENERALES DEL PLAN DE ESTUDIOS</b> .....	8
A. Objeto socioprofesional .....	8
B. Operaciones generales de la intervención profesional .....	9
C. Ejes formativos .....	9
<b>III. PERFIL DEL EGRESADO</b> .....	10
A. Dominio de lenguajes .....	10
B. Control de la información .....	10
C. Articulación medios/fines .....	11
<b>IV. LÓGICA DE LA CONSTRUCCIÓN</b> .....	11
<b>V. LISTADO DE ASIGNATURAS</b> .....	12
A. ASIGNATURAS Y OBJETIVOS.....	12
B. RUTA TIPO.....	16
C. ASIGNATURAS Y CRÉDITOS.....	17
D. PROGRAMAS DE ESTUDIO.....	18

**Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**  
**Plan de Estudios**  
**(Segunda versión)**

27 de febrero de 2004

**I. FUNDAMENTACIÓN**

El Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación formulado desde el Departamento de Estudios Socioculturales es el resultado de un proceso amplio de deliberación y discusión para responder, considerando la recuperación de las tensiones propias del ámbito de la educación superior y del empleo, a la pregunta por cuáles de los datos de referencia de la dinámica social contemporánea, en sus dimensiones económicas, políticas y culturales; representan desafíos, tendencias y condiciones socioprofesionales sobre las que se hace necesario construir una nueva propuesta para la formación universitaria de profesionales de la comunicación desde el ITESO.

**A. Planos del diagnóstico**

Se construyó, para ese propósito, un diagnóstico organizado en cuatro planos o dimensiones, entre los cuales se reconoce una compleja trama de imbricaciones y relaciones. Estos cuatro planos son:

- el plano socioeconómico, político y cultural;
- el plano de la educación superior;
- el plano de la formación profesional en comunicación, y
- el plano de la situación laboral de los profesionales de la comunicación egresados del ITESO.

En el proceso de reconocimiento de estos contextos, se perfilan tendencias como marco para la formulación de objetos socioprofesionales. De manera sintética, se reconocen como aspectos centrales: *las reconfiguraciones socioculturales, la información y los procesos de transición política*. Estos aspectos constituyen no sólo un referente contextual determinante para

comprender la dinámica de las sociedades contemporáneas, sino el referente social que define la propuesta educativa para la formación de profesionales de la comunicación. Además, es imprescindible considerar la nueva estructura del sistema global de producción y sus impactos en la reorganización del mercado de trabajo y la estructura ocupacional. Se aborda así la tarea de resignificar el papel estratégico de la comunicación en la gestión de la información y del conocimiento, y de repensar los atributos de la acción profesional de los egresados del programa.

*1. En plano socioeconómico, político y cultural, se reconoce que:*

- a) En el contexto de la globalización o de la internacionalización de la economía, se implican interfaces, diálogos y antagonismos entre una gran diversidad de identidades socioculturales. En la integración del marco global, las innovaciones denominadas genéricamente “nuevas tecnologías de la información y la comunicación” surgen de una estructura transnacional definida y operan como agentes de la expansión y legitimación de las prácticas y valores de las sociedades centrales del sistema mundial.
- b) La terciarización de la economía hacia “sociedades de servicios” o “del conocimiento”, apoyadas en los medios de comunicación, las industrias culturales y los sistemas telemáticos, hacen descansar cada vez más la productividad de la economía global en los procesos y sistemas globales de información.
- c) La creciente dependencia de la sociedad con respecto a las tecnologías de información y los problemas de seguridad asociados a ella, crean la necesidad de nuevos ordenamientos jurídicos, que incluyan una combinación de leyes, acuerdos y autorregulaciones, junto con nuevas soluciones tecnológicas en el diseño de estrategias comunicacionales amplias.
- d) La alta velocidad del cambio, la creciente complejidad del sistema social, la interacción entre los diversos procesos de cambio y la incertidumbre sobre los probables cursos de acción, configuran el escenario de la sociedad del riesgo.
- e) Los avances hacia un sistema descentralizado y desconcentrado están acompañados por cambios en las orientaciones del Estado; la presencia del mercado como “regulador” de las contingencias sociales y el surgimiento de formas inéditas de organización en la sociedad, imponen a los procesos de comunicación funciones de movilización, articulación y visibilización de nuevas formas de participación social. A las viejas formas de ejercicio del poder en el

plano político, se sobreponen nuevas luchas por la igualdad en el plano cultural.

- f) Se percibe un proceso acelerado de “desmaterialización” e inversión de las prácticas sociales como consecuencia de la transición a gran escala de la convergencia entre tecnologías. Este proceso redefine y moviliza las percepciones del tiempo, el espacio y el movimiento en múltiples esferas de la vida cotidiana, particularmente en la del trabajo. Al mismo tiempo modaliza las formas de relación interpersonal, el sentido de las certidumbres, las pertenencias y las definiciones de los horizontes de posibilidad para la proyección de la vida humana. Un rasgo distintivo de los procesos globalizadores es que propician una segregación y marginación social progresivas.
- g) La globalización de las comunicaciones y los movimientos migratorios obligan a pensar el ejercicio del profesional de la comunicación en diferentes escalas, con referencias complejas y abriendo nuevos espacios de intervención.
- h) Se observa como tendencia estructural de la sociedad el cambio continuo de la estructura socio-ocupacional, lo que contribuye a la movilidad y al desarraigo de las personas. Esto conlleva también pérdida de oportunidades de empleo y disminuye la previsión de horizontes legítimos de incorporación a la planta productiva, erosionando el concepto de desarrollo profesional de largo plazo, desapareciendo de la escena laboral viejos oficios, y redefiniendo los significados sociales atribuidos al trabajo.

*2. En el plano de la educación superior, se considera indispensable tomar en cuenta que:*

- a) La tendencia actual en escala mundial va en contra de la formación especializada, excesiva y temprana, y a favor de programas que promuevan la formación individual y el desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes para enfrentar aprendizajes futuros. Se espera que se produzcan egresados universitarios que no sólo busquen empleo sino que lo generen a través de la autogestión y la actitud emprendedora.
- b) El crecimiento de la oferta en las instituciones de educación superior en México no está relacionado con una estructura real de oportunidades en el mercado de trabajo, que garantice la inserción de los profesionales en el sistema productivo. Hay una tendencia clara al desempleo abierto, a la emigración y a la inactividad de los

- profesionales, además de la homogeneización de las remuneraciones entre los diversos grupos ocupacionales.
- c) Los índices de crecimiento económico del país están por debajo de los índices de crecimiento de la población de egresados de la educación superior.
  - d) Hay una excesiva concentración de la oferta educativa en las áreas de ciencias sociales y económico-administrativas, dentro de la que participa, en el segmento de “carreras críticas”, la de Ciencias de la Comunicación.
  - e) La saturación de los espacios de trabajo para profesionales calificados, en diversas áreas, desplaza a una porción significativa de profesionales hacia espacios que no requieren calificación, al tiempo que profundiza la competencia entre profesionales más o menos calificados para la obtención de puestos de trabajo y trae consigo la exclusión estructural de trabajadores sin calificación.
  - f) Se ha recomendado que se fortalezcan los procesos autónomos de acreditación institucional, mediante la definición de indicadores y criterios representativos, como condición para evaluar la calidad de los programas existentes, lo que redefine las reglas de competencia entre la oferta de programas.

3) *En el plano de la formación profesional más específicamente en comunicación, se encuentra que:*

- a) Se mantiene vigente el desafío de la legitimación académica del campo de la comunicación entre las ciencias sociales y las humanidades, como carrera universitaria y como profesión socialmente relevante. A la difusa identidad del campo y del perfil profesional se suman la indefinición de los proyectos personales de los adultos jóvenes que ingresan a programas con visiones poco articuladas sobre el significado social de las prácticas de comunicación.
- b) La oferta de proyectos educativos relacionados con el estudio de la comunicación y la formación de profesionales en este campo está anquilosada. Se reproducen modelos acríticos que no atienden los nuevos retos de la sociedad de la información y del conocimiento. Las escuelas no se anticipan al escenario de cambios y han perdido la dimensión de proyecto social que caracterizó la oportunidad de su emergencia.
- c) La formulación de los programas de formación universitaria en comunicación tiende a proponer salidas muy básicas,

instrumentales y fragmentarias, más en la lógica de la habilitación para el trabajo rutinario y menos en la lógica de formación de estrategias, con una visión del sentido de las mediaciones comunicativas en la sociedad mexicana de hoy.

- d) La multiculturalidad y la pluralidad de fuerzas en el espacio público requieren competencias profesionales específicas para la percepción, identificación, análisis y valoración del otro diferente, para la intervención. Se requiere de estrategias capaces de elaborar respuestas desde las incertidumbres.
- e) La complejidad de los procesos sociales de comunicación y de flujo de información, exige la habilidad de gestión de la información y la producción de conocimientos en diversos ámbitos y niveles de la organización social.
- f) La sobreoferta de egresados; la desestabilización e informatización del empleo; la movilidad, atomización y flexibilidad, requieren de articulaciones creativas del campo de la formación universitaria con los campos del ejercicio profesional.
- g) Hay una gran cantidad de profesionistas, y en particular de la comunicación, que intervienen en campos socioprofesionales para los que no fueron formados, por lo que se colocan en posiciones no estratégicas.

*4) Finalmente, en el plano laboral de los profesionales de la comunicación egresados del ITESO, se constata que:*

- a) Existe una situación de crisis en las empresas locales y nacionales de medios de comunicación, relacionada con el recorte de presupuestos públicos y privados.
- b) Los profesionales de la comunicación egresados del ITESO tienen mayores posibilidades de desarrollo profesional cuando son capaces de gestionar y producir proyectos propios.
- c) Crece la asimetría de la oferta de trabajo para profesionales de la comunicación en grandes concentraciones urbanas frente a sus posibilidades en ciudades pequeñas.
- d) A los profesionales de la comunicación se les exige inteligencia estratégica, un cierto grado de experiencia en intervención y disposición para desarrollar un enfoque internacional.
- e) El dominio de plataformas tecnológicas y de diversos lenguajes es una condición para aprovechar oportunidades de trabajo. Las nuevas tecnologías han contribuido a transformar el entorno organizacional del profesional de la comunicación, favoreciendo la

aparición de equipos multiprofesionales conforme a estructuras reticulares, más flexibles y menos jerárquicas, que favorecen la iniciativa y la creatividad.

- f) Entre las oportunidades de inserción profesional de los últimos años, predominan la inserción en la comunicación organizacional, el periodismo, la publicidad y diversas tareas de producción audiovisual.
- g) A las exigencias en términos de saberes, competencias y disposiciones arriba referidas, se añaden exigencias de adaptación y flexibilidad necesarias para sobrevivir en las nuevas condiciones del mundo del trabajo.

## **B. Apuesta formativa**

Las nuevas reglas y condiciones del mundo del trabajo, como parte del reto de la formación universitaria, conducen a elaborar una propuesta educativa que promueva en los egresados el desarrollo de capacidades para responder a un escenario en movimiento, que demanda de ellos competencias para el aprendizaje permanente y que se concreta en un conjunto de atributos formativos que el plan de estudios debe articular:

### *1. Atributos del proceso formativo*

El proceso debe responder a la necesidad de formar profesionales capaces de generar sus propios escenarios y proyectos de desarrollo y participación social, con base en los siguientes atributos genéricos:

- a) Desarrollo de competencias para ubicarse en el entorno social, como sustento para el reconocimiento de oportunidades de intervención profesional y para el desarrollo de actividades socialmente pertinentes e individualmente satisfactorias.
- b) Capacidad para apropiarse de un sentido de la acción profesional centrada en el reconocimiento de los destinatarios de su quehacer.
- c) Capacidad para resolver un proyecto propio de desarrollo profesional con fundamento en las implicaciones sociales del hacer comunicación.
- d) Capacidad para proponer proyectos con la participación e integración de diversos actores, mediados por el diseño de redes y la apropiación de tecnologías de la información.

## *2. Saberes transversales y competencias universitarias*

La formación universitaria requiere como fundamento saberes lógico-simbólicos, históricos y estéticos que estando presentes de manera transversal en el curriculum, operen movilizando o subvirtiendo los saberes temáticos. Esto implica como atributos:

- a) Capacidad de argumentación sobre la base de la reformulación dinámica del conocimiento adquirido.
- b) Capacidad de interpretación y apropiación de las situaciones del ámbito socioprofesional y los procesos implicados en ellas, a partir de una contextualización adecuada: capacidad de registro y análisis de las transformaciones históricas.
- c) Capacidad de reconocimiento de las formas simbólicas a partir de criterios plurales para el diálogo y la reconstrucción de relaciones intersubjetivas.

El proyecto formativo debe fomentar el desarrollo de una actitud crítica que responda a la manera como el ITESO asume el sentido de la intervención de los universitarios frente a la realidad. Los atributos correspondientes son:

- a) Capacidad de asumir la actividad profesional con un sentido transformador de la sociedad.
- b) Capacidad para comprometerse solidaria y corresponsablemente en procesos sociales y para vincularse en el espacio público a partir del estudio, el análisis y la investigación de la realidad.
- c) Reconocimiento de las dimensiones de su ser, su saber y su hacer.

En concordancia con el planteamiento desarrollado en la fundamentación, a propósito de la dinámica sociocultural, y sin desconocer el lugar estratégico que las instituciones de comunicación ocupan en la formación social contemporánea, resulta necesaria una visión más amplia de los lugares sociales desde los que la intervención de los profesionales de la comunicación puede contribuir a la reestructuración de las condiciones de participación de los diversos grupos y actores sociales.

De esta consideración respecto de los ámbitos de intervención se desprende la pregunta por las operaciones estratégicas de los profesionales de la comunicación que, referidas a las condiciones actuales de la dinámica sociocultural y del mundo del trabajo, atraviesan los ámbitos de *las industrias culturales no mediáticas, las estructuras intermedias y los medios de comunicación.*

## **II. OBJETIVOS GENERALES DEL PLAN DE ESTUDIOS**

### **Objetivo general del plan de estudios**

Formar profesionales competentes para el diseño, gestión y evaluación de estrategias, proyectos y productos de comunicación que, basados en el análisis de los contextos que demandan su intervención en instituciones, organizaciones, industrias culturales no mediáticas y medios de comunicación, contribuyan a la solución de problemas, a la generación de propuestas y a la promoción de formas de participación social.

La relación entre las operaciones estratégicas definidas y los ámbitos sociales seleccionados para la intervención profesional del comunicador, constituye el referente para la construcción de tres espacios para el ejercicio profesional. Éstos se entienden integrados por patrones de desempeño en situación, saberes relacionados con operaciones generales y particulares, así como por ingredientes de orden valoral asociados a los saberes.

### **A. Objeto socioprofesional**

El objeto socioprofesional de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación es el conjunto de retos, estrategias, proyectos y productos de comunicación que, con base en el análisis de contextos, demandan la intervención profesional en espacios y redes sociales, institucionales, organizacionales y culturales. De él surgen tres ámbitos de desempeño prioritarios, con sus objetivos formativos:

1. *Gestión de comunicación en estructuras intermedias e industrias culturales:* Formar profesionales para contribuir a la solución de problemas, a la generación de propuestas y a la promoción de formas de participación social innovadoras, productivas y democráticas.

2. *Producción de comunicación en plataformas y lenguajes múltiples:* Formar profesionales para intervenir y producir proyectos

comunicacionales en el espacio social amplio, a través de plataformas y lenguajes múltiples, que atiendan de manera incluyente las necesidades y demandas de grupos sociales diversos.

3. *Producción y circulación de información periodística*: Formar profesionales de la comunicación capaces de conocer, analizar y socializar información sobre los dinamismos de la realidad, mediante prácticas de producción informativa y periodística para incidir en los procesos de diálogo y acuerdo de la sociedad civil, que favorezcan la construcción de una comunidad libre, responsable, inclusiva, equitativa, justa y plural.

## **B. Operaciones generales de la intervención profesional**

En la intersección de estos objetos socioprofesionales construidos, se identifican tres operaciones generales que integran la estructura del proceso de intervención profesional en comunicación, referida tanto a la *gestión estratégica de la comunicación*, al *diseño de la producción discursiva*, y a la *generación y circulación social de la información*. Estas tres operaciones generales, a su vez implican el desarrollo de diversas competencias articuladas, según el siguiente esquema:

1. *Contextualización*: Capacidades para el reconocimiento de situaciones y condiciones del ámbito de intervención.
2. *Articulación de medios y fines*: Capacidades para la planeación y diseño de proyectos, desarrollo y realización del proceso creativo, y gestión de la producción comunicativa en situación.
3. *Recuperación*: Capacidades para la evaluación de productos y proyectos de comunicación en situación y para reinsertar los resultados de la intervención en el ámbito social correspondiente.

Se trata, por tanto, de articular en el proyecto formativo un nivel de habilitación técnica específica, constituido primariamente por el desarrollo de competencias de *dominio de lenguajes* y de *control de la información*, con un nivel de formación ética universitaria basado en las operaciones de *articulación de medios y fines*, que caractericen al profesional de la comunicación, mediante su creatividad y capacidad emprendedora, como un profesional *competente*, y al mismo tiempo, mediante su impulso innovador y como agente de cambio, en términos de una ejecución profesional socialmente *pertinente*.

### **C. Ejes Formativos**

Con fundamento en lo expuesto hasta ahora, el proceso de formación universitaria de profesionales de la comunicación y su puesta en diseño curricular, se estructura en torno a tres ejes formativos:

- 1) En el eje de *dominio de lenguajes* se objetiva la competencia del significar, en la que están implicadas todas las operaciones específicas relacionadas con la percepción social del mundo y con la producción de expresiones significativas sobre él.
- 2) En el eje de *control de la información* se incorporan las operaciones relativas al interpretar / representar, operaciones que suponen un dominio técnico de los sistemas y recursos para producir, procesar, circular y recuperar la información.
- 3) En el eje de la *articulación medios / fines* se ponen en juego los órdenes de saberes incorporados en los otros dos ejes, desde la lógica de la intervención comunicacional. En sentido estricto, es en este eje donde el profesional de la comunicación universitario demuestra que es capaz de una ejecución profesional competente y pertinente.

### **III. PERFIL DEL EGRESADO**

El egresado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación será un profesional altamente calificado para:

- Reconocer y analizar las situaciones y condiciones de su ámbito de intervención y del entorno en el que éste se ubica
- Crear y operar sistemas de producción, circulación y recuperación de información.
- Planear y diseñar proyectos de comunicación, desarrollar y realizar procesos creativos y gestionar la producción comunicativa, para una situación concreta.
- Evaluar proyectos y productos de comunicación específicos para reinsertar los resultados de la intervención en el ámbito social correspondiente.

El licenciado en Ciencias de la Comunicación formado de acuerdo con este planteamiento, será capaz de intervenir profesionalmente en situaciones sociales de comunicación poniendo en juego ingredientes de competencia y

pertinencia, mediante la integración de las siguientes competencias o saberes específicos, presentados en referencia a cada uno de los ejes de la formación:

**A. En el eje del dominio de lenguajes, competencias para**

- reconocer y aplicar métodos de percepción, registro y experimentación;
- desarrollar habilidades de inferencia abductiva;
- explorar los lenguajes expresivos y los recursos simbólicos;
- usar instrumentalmente esquemas de representación;
- asumirse como actor en la dinámica histórico-social;
- reconocer los códigos de interpretación intervinientes en la comunicación.

**B. En el eje del control de la información, competencias para**

- analizar las características y condiciones del entorno, en términos de escenarios y pronósticos;
- identificar fuentes de información, categorizar, procesar datos y construir estados de la cuestión;
- diagnosticar los constitutivos de un problema;
- reconocer a los interlocutores en situación;

**C. En el eje de la articulación medios / fines, competencias para**

- seleccionar géneros y medios comunicativos;
- formular guiones y rutas de trabajo en la producción;
- manejar recursos simbólicos y de la creatividad comunicativa;
- diseñar objetivos y conceptos rectores de la intervención;
- formular y validar estrategias de intervención;
- negociar en situaciones de conflicto;
- interpretar datos y resultados;
- elaborar modelos de intervención comunicativa;
- transformar proyectos en productos comunicativos;
- coordinar operaciones y equipos de trabajo;
- administrar recursos y presupuestos;
- dirigir y supervisar el proceso creativo;
- manejar imagen y difusión social de los productos;
- rendir cuentas, reinsertar resultados de la intervención;
- transferir esquemas operativos a los agentes sociales;
- crear y fortalecer ecosistemas comunicativos.

## V. LÓGICA DE LA CONSTRUCCIÓN

La puesta en proceso del proyecto formativo del área mayor y la articulación de las asignaturas del plan de estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación están formuladas bajo las siguientes consideraciones:

- Su relación de complementareidad con la propuesta del currículum universitario y su adecuación a las prescripciones institucionales.
- Los tres ejes formativos enunciados constituyen la estructura académica del Plan de estudios mediante la cual se articulan procesos de aprendizaje, se identifican y abordan los conceptos claves de cada eje y paralelamente se integran las asignaturas en módulos para el desarrollo de competencias profesionales.
- Los saberes y competencias derivados de cada eje están articulados por un modelo de intervención comunicacional, y desarrollados por procedimientos y procesos de aprendizaje que de manera transversal conllevan la revisión y estudio de conceptos, teorías y modelos referidos a la formación del comunicador como agente profesional en el campo social.

En el eje de *dominio de lenguajes* el proceso de aprendizaje está formulado en tres etapas: a) La estructuración de un mapa inicial respecto de los procesos cognoscitivos, los fundamentos de la expresión y la representación simbólica; b) el conocimiento y desarrollo de habilidades y competencias para dominar las herramientas técnicas y la lógica del proceso narrativo y de producción de sentido en distintos lenguajes y plataformas de representación, y c) la síntesis conceptual para desarrollar una actitud crítica respecto de los modelos de producción y significación.

En el eje de *control de la información* el proceso de aprendizaje está constituido por: a) una etapa de apropiación del método y los recursos conceptuales que permitan al estudiante la construcción de marcos contextuales y la comprensión de los procesos informativos; b) ejercicios de procesamiento e incorporación crítica de los sistemas tecnológicos de producción, circulación y recuperación de información y, c) por una etapa de instrumentación orientada al reconocimiento y aplicación de distintos procesos y rutinas que intervienen en los sistemas de información.

En el eje de la *articulación medios / fines* el proceso de aprendizaje está integrado por tres etapas: a) un acercamiento a lo social entendido como la

capacidad de reconocer y analizar los problemas estratégicos de la sociedad en distintas escalas y utilizarlos como referentes sociales del discurso y la acción comunicativa; b) la etapa medular del eje está destinada al diseño e instrumentación de proyectos de comunicación, que permitan al estudiante apropiarse de métodos, técnicas y recursos para el diseño, planificación, realización y evaluación de proyectos de intervención comunicacional, reconociendo los factores profesionales en juego y la necesidad de transferencia educativa en los interlocutores, y c) el proceso concluye con el desarrollo de las competencias para elaborar hipótesis, formular y analizar modelos que permitan la comprensión y evaluación de los constitutivos conceptuales de la intervención.

## V. LISTADO DE ASIGNATURAS

### Eje de dominio de lenguajes:

Nombre	Objetivos y/o descripción de las asignaturas
<b>Pensamiento y lenguaje</b>	Los estudiantes reflexionarán, a partir de la experiencia individual, acerca del proceso del pensamiento y el lenguaje. Obtendrán y analizarán información empírica que les ayude a comprender las teorías y los conceptos fundamentales de la relación lenguaje, cognición y comunicación.
<b>Expresión y representación</b>	Los estudiantes identificarán los fundamentos de la expresión y la representación como constitutivos de la comunicación humana, mediante la generación de competencias para ubicarse como lector y agente creativo. El ejercicio de reconocimiento de los constitutivos de la representación simbólica se realizará con especial énfasis en los productos comunicativos de los campos del arte y la ciencia.
<b>Significación y sociedad</b>	Los estudiantes se apropiarán de los conceptos fundamentales para el análisis de la dinámica social y de los procesos de generación de sentido: producción, circulación y recepción de formas simbólicas. Conocerán y aplicarán los modelos y sistemas de análisis cultural en su relación con contextos y procesos históricamente específicos y socialmente estructurados.
<b>Análisis de formas simbólicas</b>	Los estudiantes reconocerán y analizarán sistemáticamente las formas simbólicas que caracterizan y articulan procesos socioculturales amplios. Identificarán y aplicarán los métodos para analizar las diversas formas simbólicas.
<b>Discurso oral y escrito</b>	Los estudiantes se ubicarán como lectores y autores del discurso oral y escrito, desarrollarán habilidades de análisis, lectura crítica y producción oral y escrita en distintos géneros.
<b>Discurso visual</b>	Los estudiantes desarrollarán competencias para el análisis, diseño y producción de mensajes visuales con propósitos comunicativos concretos.
<b>Discurso sonoro</b>	Los estudiantes se situarán como lectores y creadores de discursos sonoros y desarrollarán las competencias para analizar y realizar textos sonoros significativos.
<b>Discurso audiovisual</b>	Los estudiantes se situarán como lectores y creadores de discursos audiovisuales y desarrollarán las competencias para analizar y realizar textos audiovisuales significativos
<b>Discurso hipermedial</b>	Los estudiantes se situarán como autores de textos hipermediales y podrán diseñarlos en distintos géneros y para diversos fines. Aplicarán

	los conocimientos para integrar los lenguajes y dominarán las herramientas técnicas y la lógica del proceso de producción.
<b>Géneros y estrategias discursivas I</b>	Los estudiantes realizarán el diseño y producción de discursos significativos referidos a ámbitos específicos de la producción social y cultural. Implementarán estrategias y procesos técnico-expresivos para la producción y gestión de los mismos.
<b>Géneros y estrategias discursivas II</b>	Los estudiantes experimentarán con el diseño y la producción de discursos significativos referidos a ámbitos específicos de la producción social y cultural, aplicarán competencias y conocimientos en la fundamentación de la producción estratégica y desarrollarán una actitud crítica y flexible para relacionarse interdisciplinariamente.

### **Eje de control de la información:**

<b>Procesos informativos</b>	Los estudiantes comprenderán y manejarán recursos metodológicos y técnicos para la búsqueda, selección, validación, análisis y procesamiento de información; y a partir de ello serán capaces de construir estados de la cuestión.
<b>Información y representación</b>	Mediante el reconocimiento de las distintas mediaciones y contextos culturales que intervienen en el procesamiento, producción y circulación de la información, los estudiantes desarrollarán competencias para la selección y realización de géneros informativos aplicables a los formatos, soportes tecnológicos y contextos seleccionados. El trabajo periodístico se aborda como campo privilegiado para la transformación de información
<b>Tecnología de la información</b>	Los estudiantes desarrollarán saberes y habilidades para incorporar críticamente las lógicas de la tecnología de información como vehículo del significado y herramientas para el diseño, control y registro de información en la interacción comunicativa. El conocimiento de las diferentes tecnologías y plataformas de comunicación mediada, permitirá a los alumnos ampliar su capacidad de diseño empírico y uso socialmente productivo de información
<b>Sistemas de información</b>	Desde la perspectiva de sus procesos y rutinas productivas, los estudiantes reconocerán y analizarán las nuevas formas de estructuración e interacción social de los sistemas de información. Podrán diferenciar tendencias y perfiles del nuevo sistema mundial denominado "sociedad de la información" y construir vínculos con especial énfasis en el entorno digital y la reconfiguración de los medios

### **Eje de articulación medios / fines:**

<b>Introducción al estudio de la comunicación</b>	Los estudiantes construirán una visión comprensiva de los procesos y prácticas de comunicación, desde el análisis de sus dimensiones históricas, institucionales, académicas y socioculturales. También desarrollarán la capacidad para reconocer la vinculación entre sus intereses y las posibilidades que la carrera ofrece para su desarrollo personal y su formación universitaria
<b>Etnografía del entorno sociocultural</b>	Los estudiantes desarrollarán en este curso un conjunto de competencias orientadas a reconocer las formas complejas de construcción de la cultura a partir de las interacciones dinámicas entre sujetos, instituciones y prácticas. Para este efecto, los estudiantes diseñarán y aplicarán técnicas de investigación etnográfica sobre el entorno sociocultural, particularmente la observación; así mismo utilizarán técnicas de registro, tales como diario de campo, video, audio-grabación y fotografía, entre otras; identificarán y describirán sistemáticamente las lógicas que articulan sujetos, instituciones y prácticas sociales en los procesos culturales de la vida cotidiana.

<b>Análisis sociocultural</b>	Los estudiantes desarrollarán habilidades de de-construcción analítica de fenómenos, procesos y prácticas sociales, así como capacidad de observación y análisis de la realidad social; manejarán los métodos de investigación social que les permitan identificar, analizar e interpretar problemáticas socioculturales específicas.
<b>Historia y estructura de los sistemas de comunicación</b>	Los estudiantes reconocerán e interpretarán los procesos sociohistóricos y los modelos conceptuales que explican el origen, desarrollo y operación actual de los sistemas de comunicación como mediadores cognoscitivos e institucionales de los procesos sociales fundamentales. Del mismo modo identificarán las distintas formas de anclaje histórico de los medios masivos en México y su estructura actual
<b>Comunicación institucional</b>	Los estudiantes aplicarán sistemas explicativos para identificar e implementar procesos y estrategias de articulación de flujos cotidianos de comunicación en las instituciones. Se ejercitarán en el diseño, gestión y evaluación de programas de comunicación institucional en contextos de cambio.
<b>Historia, cultura y sociedad</b>	Los estudiantes ampliarán su conocimiento de la historia y establecerán las articulaciones pertinentes entre el devenir histórico y algunas de las principales formaciones culturales que han definido el rumbo de la sociedad contemporánea en sus dimensiones sociopolíticas, estéticas y éticas. Serán, así mismo, capaces de reconocer los proyectos sociales en disputa.
<b>Teoría sociocultural de la comunicación</b>	Los estudiantes desarrollarán su capacidad de comprensión de la sociedad contemporánea y su competencia crítica frente a la realidad a través de la formulación y análisis de problemas socioculturales pertinentes a partir del dominio de los conceptos y categorías de las principales teorías de la comunicación y la cultura.
<b>Derecho de la comunicación</b>	Los estudiantes analizarán el marco jurídico de la comunicación en México para normar su práctica profesional y participar activamente en el logro de la justicia social, mediante la defensa de la libertad de expresión y el derecho a la información
<b>Observatorio de la Comunicación I</b>	Los estudiantes reconocerán, a partir de información documental y empírica, la operación y situación actual de los medios masivos en México y en Jalisco. Situarán y se ejercitarán en la producción de insumos informativos y en la generación de indicadores actualizados que refieran a distintos aspectos del funcionamiento de los medios en las escalas nacional, regional o local y en relación con las dimensiones histórico-estructural, social, política y económica
<b>Observatorio de la comunicación II</b>	Los estudiantes procesarán y analizarán información procedente de distintas fuentes, con la finalidad de generar propuestas descriptivas, analíticas o críticas que apunten hacia el reconocimiento o transformación del funcionamiento o del papel de los medios masivos de comunicación en la sociedad. A través de distintos formatos de difusión los estudiantes difundirán en planos local, regional, nacional o internacional los análisis e interpretaciones que desarrollen en relación con el comportamiento cotidiano de los sistemas de comunicación.
<b>Modelos de intervención social</b>	Los estudiantes analizarán los principales enfoques y modelos de intervención social que históricamente han dado forma a distintos tipos y estrategias de intervención comunicacional. Serán capaces de reflexionar respecto a las premisas y concepciones de sociedad, de individuo y de intervención, así como de las implicaciones de cambio y transformación social que tiene su hacer en comunidades, instituciones o sociedades. El aprendizaje estará referido a una dimensión política y ética de las intervenciones comunicacionales.
<b>Diseño de proyectos de comunicación</b>	Los estudiantes implementarán procedimientos y herramientas para el diseño y gestión de proyectos de intervención comunicacional en su rol de comunicadores estratégicos, como respuesta a las necesidades sociales de su entorno. Situarán y ejercitarán los factores profesionales que habrán de ponerse en juego en situaciones concretas de intervención.

<b>Proyectos de comunicación I</b>	Los estudiantes desarrollarán capacidades de trabajo en equipo y de interlocución con agentes sociales diversos para formular, fundamentar, planificar, realizar y evaluar intervenciones comunicacionales sistemáticas en situaciones sociales concretas.
<b>Proyectos de comunicación II</b>	Los estudiantes desarrollarán habilidades para gestionar y ejecutar estrategias de comunicación, haciendo uso efectivo de los recursos humanos, técnicos y financieros previstos en el plan de producción o implementación. La ejecución del proyecto requiere una relación dinámica con sus interlocutores para lograr intervenciones comunicativas creativas, pertinentes y de calidad técnico-expresiva.
<b>Taller de evaluación de proyectos</b>	Los estudiantes se apropiarán de los fundamentos conceptuales de la evaluación, se ejercitarán en la construcción y aplicación de marcos de referencia y modelos, y en la generación de indicadores que permitan evaluar apropiadamente el impacto de las estrategias, programas y proyectos de intervención comunicacional. Aplicarán métodos y técnicas específicos orientados al desarrollo de competencias que les permitan generar opciones de solución y de innovación. Formularán y someterán a evaluación los informes de servicio social realizados en los cursos de proyectos de comunicación.

### **Curriculum Universitario (Ofrecida desde el DESO sólo para LCC)**

<b>Gestión estratégica y comunicación</b>	Los estudiantes identificarán y aplicarán herramientas y métodos de análisis para el diseño de estrategias de intervención, ubicando el papel de la comunicación en las diversas etapas del proceso de gestión.
<b>Introducción a la profesión</b>	Los estudiantes se ubicarán como agentes profesionales en el campo social y reconocerán las competencias con las que cuentan para insertarse productivamente en los campos socioprofesionales de su interés. Analizarán las determinaciones laborales y las articulaciones sociales de las diversas prácticas profesionales de la comunicación y diseñarán, a partir de este doble reconocimiento, su proyecto de desarrollo profesional. Finalmente, los estudiantes reflexionarán sobre las implicaciones éticas de su acción profesional.

### **Curriculum Universitario (Ofrecida desde el DESO para todos los programas de licenciatura del ITESO)**

<b>Comunicación Oral y escrita</b>	Los estudiantes desarrollarán habilidades de comunicación escrita y oral, a través de la lectura y comparación de modelos discursivos, para intervenir eficazmente en los diversos procesos de comunicación.
<b>Manejo de información y datos numéricos</b>	Los estudiantes desarrollarán competencias básicas para encontrar, evaluar, organizar, interpretar y comunicar información en diversos formatos mediante la adquisición de conocimientos y el desarrollo de habilidades para el manejo de sistemas de información; en particular podrán observar los números e interpretar sus significados según los contextos en que se expresan.

Asignaturas del plan de estudios LCC-2004

1	2	3	4	5	6	7	8	9
CU: Comunicación oral y escrita 8C/4 bcd		Discurso oral y escrito 12 C/6 bcd	Discurso visual 12 C/6 bcd	Discurso sonoro 12 C/6 bcd	Discurso audiovisual 12 C/8 bcd	Discurso hipermedial 12 C/8 bcd	Géneros y estrategias discursivas I 12 C/4 bcd	Géneros y estrategias discursivas II 12 C/4 bcd
Pensamiento y lenguaje 8 C/4 bcd	Expresión y representación 8 C/4 bcd	Significación y sociedad 6 C/2 bcd	Análisis de las formas simbólicas 6 C/2 bcd					
CU: Manejo de información y datos numéricos 8C/4 bcd	Procesos informativos 6 C/4 bcd	Información y representación 8 C/4 bcd	Tecnología de la información 6 C/4 bcd	Sistemas de información 6 C/2 bcd				
Etnografía del entorno sociocultural 8 C/4 bcd	Análisis sociocultural 12 C/4 bcd	Historia, cultura y sociedad 6 C/2 bcd	Comunicación institucional 6 C/2 bcd	Historia de los sistemas de comunicación 8 C/4 bcd	Teoría sociocultural de la comunicación 6 C/2 bcd	Observatorio de la comunicación I 8 C/4 bcd	Derecho de la comunicación 6 C/2 bcd	Observatorio de la comunicación II 8 C/4 bcd
Introducción al estudio de la comunicación 8 C/4 bcd		CU: Gestión estratégica y comunicación 8 C/4 bcd	Modelos de intervención social 6 C/2 bcd	Diseño de proyectos de comunicación 12 C/8 bcd	Proyectos de comunicación I 16 C/6 bcd	Proyectos de comunicación II 16 C/6 bcd	Taller de evaluación de proyectos 8 C/4 bcd	CU: Introducción a la profesión 6 C/2 bcd
CU: Proyecto universitario personal 4C / 2 bcd								
24C/12 bcd	26C/12 bcd	32C/14 bcd	36C/16 bcd	38C/20 bcd	34C/16 bcd	36C/18 bcd	26C/10 bcd	20C/ 8 bcd
Eje de dominio de lenguajes 112 CRÉD.			Eje de control de la información	26 CRÉD.		Eje de articulación meds./fines	134 CRÉD.	TOTAL: 272CRÉD. 126 bcd

### Listado de asignaturas

Eje		Nombre	Ci	CT	BCD	TIE	Prerrequisito
AMF	01	Intro. al estudio de la comunicación	1	<b>8</b>	4	4	Ninguno
DL	02	Pensamiento y Lenguaje	1	<b>8</b>	4	4	Ninguno
DL	03	Expresión y representación	2	<b>8</b>	4	4	Ninguno
DL	04	Significación y sociedad	3	<b>6</b>	2	4	Ninguno
DL	05	Análisis de formas simbólicas	4	<b>6</b>	2	4	Ninguno
DL	06	Discurso oral y escrito	3	<b>12</b>	6	6	Ninguno
DL	07	Discurso visual	4	<b>12</b>	6	6	Ninguno
DL	08	Discurso sonoro	5	<b>12</b>	6	6	Ninguno
DL	09	Discurso audiovisual	6	<b>12</b>	8	4	Ninguno
DL	10	Discurso hipermedial	7	<b>12</b>	8	4	Ninguno
DL	11	Géneros y estrategias discursivas I	8	<b>12</b>	4	8	Ninguno
DL	12	Géneros y estrategias discursivas II	9	<b>12</b>	4	8	Ninguno
CI	13	Procesos informativos	2	<b>6</b>	4	2	Ninguno
CI	14	Información y representación	3	<b>8</b>	4	4	Ninguno
CI	15	Tecnología de la información	4	<b>6</b>	2	4	Ninguno
CI	16	Sistemas de información	5	<b>6</b>	2	4	Ninguno
AMF	17	Etnografía del entorno sociocultural	1	<b>8</b>	4	4	Ninguno
AMF	18	Análisis sociocultural	2	<b>12</b>	4	8	Ninguno
AMF	19	Historia cultura y sociedad	3	<b>6</b>	2	4	Ninguno
AMF	20	Teoría sociocultural de la comunicación	6	<b>6</b>	2	4	18, 19
AMF	21	Hist. y est. de los sistemas de com.	5	<b>8</b>	4	4	Ninguno
AMF	22	Derecho de la comunicación	8	<b>6</b>	2	4	Ninguno
AMF	23	Observatorio de la comunicación I	7	<b>8</b>	4	4	Ninguno
AMF	24	Observatorio de la comunicación II	9	<b>8</b>	4	4	23
AMF	25	Comunicación institucional	4	<b>6</b>	2	4	Ninguno
AMF	26	Modelos de intervención social	4	<b>6</b>	2	4	Ninguno
AMF	27	Diseño de proyectos de comunicación	5	<b>12</b>	8	4	Ninguno
AMF	28	Proyectos de comunicación I	6	<b>16</b>	6	10	28
AMF	29	Proyectos de comunicación II	7	<b>16</b>	6	10	29
AMF	30	Taller de evaluación de proyectos	8	<b>8</b>	4	4	30
		<b>TOTALES</b>		<b>272</b>	126	146	
CU		Gestión estratégica y comunicación*	3	<b>8</b>	4	4	Ninguno
CU		Introducción a la profesión*	9	<b>6</b>	2	4	Ninguno
CU		Comunicación Oral y Escrita		<b>8</b>	4	4	Ninguno
CU		Manejo de información y datos numéricos		<b>8</b>	4	4	Ninguno
CU		Saberes generales		<b>32</b>	16	16	Ninguno
CU		Proyecto universitario personal	1	<b>4</b>	2	2	Ninguno

Área	BCD	TIE	TOTAL
Mayor	126	146	<b>272</b>
CU**	32	34	<b>66</b>
Menor	32	32	<b>64</b>
Total	191	211	<b>402</b>

\* Estas asignaturas forman parte del curriculum universitario (Gestión y emprendimiento y Proyecto Universitario Personal)

\*\* Se consideran 66 créditos de CU pues las asignaturas de Gestión estratégica y comunicación e Introducción a la profesión tienen más créditos que los previstos para CU que se han tomado del área mayor.

## **Introducción al estudio de la comunicación**

**Créditos:** 8 BCD: 4 TIE: 4

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia Académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Sistemas de comunicación y prácticas sociales

**Área:** Mayor

**Estudiantes por grupo:** 32

**Equivalencias:** Introducción a la Teoría y Práctica de la comunicación;  
Introducción a la Universidad

**Ciclo en el plan tipo:** 1

### **Objetivo:**

Los estudiantes construirán una visión comprensiva de los procesos y prácticas de comunicación, desde el análisis de sus dimensiones históricas, institucionales, académicas y socioculturales. También desarrollarán la capacidad para reconocer la vinculación entre sus intereses y las posibilidades que la carrera ofrece para su desarrollo personal y su formación universitaria.

### **Temas y subtemas:**

1. Dinámica de la estructuración social y teoría de los campos
  - 1.1 Primera distinción: Prácticas sociales de comunicación, prácticas académicas de comunicación; prácticas profesionales
  - 1.2 Campo de la comunicación: Investigación académica, formación universitaria y profesión
2. Génesis y desarrollo de los programas académicos de comunicación
  - 2.1 Modelos profesionales y proyectos sociales
3. La comunicación como objeto de conocimiento
  - 3.1 Historia de las teorías de la comunicación.
4. El comunicador como sujeto de conocimiento
  - 4.1 Prácticas e ideologías profesionales: Modelo para armar

### **Actividades de aprendizaje:**

Bajo la conducción de un docente:

Realización supervisada de actividades de diseño y elaboración de productos. Participación en seminarios y sesiones grupales de análisis y discusión. Presentación de productos y resultados de trabajos individuales y en equipo.

Trabajo independiente del estudiante:

Elaboración de ensayos y síntesis conceptuales sobre temas propuestos. Análisis de productos comunicacionales. Búsqueda, procesamiento y análisis de información en fuentes documentales y en actividades de indagación de campo;

### **Criterios y procedimientos de evaluación:**

Serán evaluados:

Los informes de lectura y las síntesis conceptuales sobre temas propuestos (20%).

Los análisis de productos comunicacionales y el procesamiento de información obtenida en prácticas de observación y entrevistas (30%);  
Las presentaciones de resultados de trabajos de indagación (20%),  
Y la elaboración del trabajo final, diseño de un proyecto académico personal (30%).

**Bibliografía:**

FUENTES Navarro, Raúl. *La emergencia de un campo académico: continuidad utópica y estructuración científica de la investigación de la comunicación en México*. Iteso/U de G. Guadalajara. 1998.

MATTELART, Armand y Michèle. *Historia de las teorías de la comunicación*.

GALINDO, Jesús y Carlos Luna. *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. Iteso/Conaculta. México. 1995.

## **Pensamiento y Lenguaje**

**Créditos:** 8 BCD: 4 TIE: 4

**Dependencia Académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Medios, Tecnicidades y Lenguajes

**Área:** Mayor

**Estudiantes por grupo:** 32

**Equivalencia:**

**Ciclo en la ruta tipo:** 1

### **Objetivo:**

Los estudiantes reflexionarán, a partir de la experiencia individual, acerca del proceso del pensamiento y el lenguaje. Obtendrán y analizarán información empírica que les ayude a comprender las teorías y los conceptos fundamentales de la relación lenguaje, cognición y comunicación.

### **Temas y sub-temas:**

1. Teorías sobre Interacción social y desarrollo del pensamiento
  - 1.1 Visión general de la discusión teórica sobre el desarrollo de la cognición y el lenguaje.
  - 1.2 Interacción social en el desarrollo del pensamiento y el lenguaje en los niños
  - 1.3 Convergencia del desarrollo del pensamiento y el lenguaje
  - 1.4 Funciones cognoscitivas superiores
  
2. Lenguaje, cognición y comunicación
  - 2.1 La intersubjetividad como base de la interacción comunicativa
  - 2.2 La construcción lingüística de las representaciones cognitivas
  - 2.3 Conciencia, significado de la palabra y acción.
  
3. Pensamiento, lenguaje y sociedad
  - 3.1 El lenguaje como instrumento y tecnología mediadora del desarrollo individual y sociocultural.
  - 3.2 Lenguaje y comunidad
  - 3.3 Diversidad cultural en las prácticas y medios de comunicación

### **Actividades de aprendizaje:**

El curso está diseñado para que el proceso de abordaje teórico conceptual sea reforzado con prácticas de observación empírica y recuperación analítica de la experiencia y trayectoria de los estudiantes. En una escala más compleja busca facilitar la reflexión sobre las diferentes perspectivas teóricas y los conceptos centrales de la asignatura. Las actividades del curso involucran habilidades de análisis, reflexión, síntesis y relación entre lo conceptual y los datos empíricos.

Bajo la Conducción de un docente:

- Recepción y procesamiento del discurso didáctico del profesor en sesiones de clases
- Participación activa en sesiones de clase dirigidas por el profesor a través de la presentación en equipo de lecturas asignadas y discusión de temáticas propuestas
- Presentación de trabajos individuales y en equipo.

Trabajo independiente del estudiante:

- Realización de lecturas asignadas por el profesor
- Elaboración de síntesis conceptuales sobre lecturas asignadas por el profesor.
- Elaboración de reportes individuales y en equipo sobre información empírica complementaria a los temas revisados.
- Elaboración de trabajo final en grupos con síntesis y reflexión sobre uno de los temas o subtemas del curso desarrollado a mayor profundidad.

**Criterios y procedimientos de evaluación:**

- Reportes de síntesis conceptuales sobre lecturas realizadas, complementadas y relacionadas con reportes de información empírica, que se entregarán como cierre de cada uno de los tres bloques del curso (45%);
- presentaciones en equipo de lecturas revisadas (15%);
- presentación de trabajos finales de equipo (40%).

**Bibliografía:**

BERGER, P. y Luckmann, T. *La construcción social de la realidad*. Amorrortu. Buenos Aires. 2001.

GARTON, A. F. *Interacción social y desarrollo del lenguaje y la cognición*. Paidós. Barcelona. 1994.

FLEISHER Feldman, C. "El pensamiento a partir del lenguaje: la construcción lingüística de las representaciones cognitivas." En BRUNER, J. y H. Haste, *La elaboración del sentido. La construcción del mundo por el niño*. Alianza. Madrid. 1990.

MERCER, N. *Palabras y Mentes. Cómo usamos el lenguaje para pensar juntos*. Paidós. Barcelona. 2002.

WERTSCH, J. *Vygotsky y la formación social de la mente*. Paidós. Barcelona. 1988.

## **Expresión y Representación**

**Créditos:** 8 BCD: 4 TIE: 4

**Dependencia Académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Medios, Tecnicidades y Lenguajes

**Área:** Mayor

**Estudiantes por grupo:** 32

**Equivalencia:**

**Ciclo en la ruta tipo:** 2

### **Objetivo:**

Los estudiantes identificarán los fundamentos de la expresión y la representación como constitutivos de la comunicación humana, mediante la generación de competencias para ubicarse como lector y agente creativo. El ejercicio de reconocimiento de los constitutivos de la representación simbólica se realizará con especial énfasis en los productos comunicativos de los campos del arte y la ciencia.

### **Temas y sub-temas:**

1. Representación y comunicación
  - 1.1 Representación y construcción de significado
  - 1.2 Sistemas de representación y formas simbólicas
  - 1.3 Representación y conocimiento
  - 1.4 Representación textual
  - 1.5 Representación sonora
  - 1.6 Representación visual
  - 1.7 Representación audiovisual
  - 1.8 Representación hipermedial
  
2. Expresión y representación
  - 2.1 El concepto de expresión
  - 2.2 Arte, representación y expresión
  - 2.3 Ciencia, explicación y representación
  - 2.4 Los sistemas de representación como punto de encuentro entre arte y ciencia
  - 2.5 El papel de la técnica
  
3. El concepto de representación
  - 3.1 Representación Cognitiva
  - 3.2 Representación Simbólica
  - 3.3 Representación Social

### **Actividades de Aprendizaje**

Bajo la Conducción de un docente:

- Recepción y procesamiento del discurso didáctico del profesor en sesiones de clases
- Participación activa en sesiones de clase dirigidas por el profesor a través de la presentación en equipo de lecturas asignadas y discusión de temáticas propuestas
- Presentación de trabajos individuales y en equipo.

## Trabajo independiente del estudiante

- Realización de lecturas asignadas por el profesor
- Elaboración de síntesis conceptuales sobre lecturas asignadas por el profesor.
- Elaboración de reportes individuales y en equipo sobre información empírica complementaria a los temas revisados.
- Elaboración de trabajos en pequeños grupos e individuales con análisis y reflexión sobre diversos conceptos trabajados a lo largo del curso.

## Criterios y procedimiento de evaluación

- Reportes de síntesis conceptuales sobre lecturas realizadas (30%);
- Reportes de ejercicios y análisis de diversos casos de formas de representación (30%);
- Integración de un trabajo final en el que se desarrolla un acercamiento analítico y reflexivo a una forma comunicativa (40%).

## Bibliografía

HALL, Stuart. *Representation. Cultural representations and signifying practices*. Sage. London. 1997.

SALOMON, Gavriel, "Of Mind and media", *Phi Delta Kappan*, 1997.  
Dirección electrónica: [www.pdkintl.org/kappan/kappan.htm](http://www.pdkintl.org/kappan/kappan.htm)

HOFSTADTER, Douglas. *Fluid Concepts and Creative Analogies*. Penguin Books, London. 1995.

HERRERA, Susana. *Los sistemas de representación computacionales, una red de interfaces tendida en el espacio de la ecología cognitiva*. Iteso. Guadalajara. México. 2002.

THOMPSON, John B. *Ideología y cultura moderna. Teoría social en la era de la comunicación de masas*. UAM. México. 1995.

BARLOW, Horace (ed). *Imagen y Conocimiento*. Crítica, Drakontos. Barcelona. 1994.

## **Significación y Sociedad**

**Créditos:** 6 BCD: 2 TIE: 4

**Dependencia Académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica:** Medios, Tecnicidades y Lenguajes

**Área:** Mayor

**Estudiantes por grupo:** 32

**Equivalencia:** Análisis del Discurso

**Ciclo en la ruta tipo:** 3

**OBJETIVOS:** Los estudiantes se apropiarán de los conceptos fundamentales para el análisis de la dinámica social y de los procesos de generación de sentido: producción, circulación y recepción de formas simbólicas. Conocerán y aplicarán los modelos y sistemas de análisis cultural en su relación con contextos y procesos históricamente específicos y socialmente estructurados.

### **Temas y Subtemas:**

1. Conceptos fundamentales
  - 1.1 Signo y símbolo
  - 1.2 Mito y rito
  - 1.3 Código y producción de sentido
  - 1.4 Estructuras y dinamismos sociales
2. Características del símbolo
3. Escuelas y técnicas de interpretación simbólica:
  - 3.1 Historicista
  - 3.2 Normativa
  - 3.3 Impresionista
  - 3.4 Formal
  - 3.5 Psicologista
  - 3.6 Genético estructural
  - 3.7 Comparada
4. Semiótica:
  - 4.1 Fundamental
  - 4.2 Discursiva
  - 4.3 Narrativa
  - 4.4 Tipología semiótica
  - 4.5 Cuadro semiótico

### **Actividades de Aprendizaje:**

Bajo la Conducción de un docente:

- a) Recepción y procesamiento del discurso didáctico del profesor.
- b) Participación en seminarios de análisis.
- c) Taller grupal de síntesis y relación prospectiva.
- d) Asesoría, seguimiento y evaluación del proceso y de los resultados del aprendizaje.

Trabajo independiente del estudiante:

- a) Lectura y análisis del material simbólico propuesto grupalmente.

- b) Búsqueda y análisis de material simbólico de interés personal.
- c) Elaboración de análisis parcial de cada subtema.
- d) Elaboración de una monografía de cada Tema.
- e) Trabajo en equipo de análisis grupal.
- f) Elaboración de un ensayo escrito o de un video complejo final.

### **Criterios y procedimientos de evaluación**

El alumno hará una autoevaluación al final de cada tema y del período todo, y tres heteroevaluaciones de los compañeros a la luz de los objetivos propuestos. El maestro evaluará tales evaluaciones y el material presentado personal o grupalmente por los alumnos. Evaluaciones de cada tema 60%. Material personal o grupal 40%.

### **Bibliografía:**

BARTHES, Roland. *Mitologías*. Siglo XXI. México. 1985.

BOURDIEU, Pierre. *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*. Anagrama. Barcelona. 1995.

THOMPSON, John B. *Ideología y cultura moderna. Teoría social en la era de la comunicación de masas*. UAM. México. 1995.

## **Análisis de las Formas Simbólicas**

**Créditos:** 6 BCD: 2 TIE: 4

**Seriación:**

**Dependencia Académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica:** Medios, Tecnicidades y Lenguajes

**Área:** Mayor

**Estudiantes por grupo:** 32

**Equivalencia:** Análisis narrativo I y II, Comunicación escrita I, Comunicación escrita II, Análisis del discurso.

**Ciclo en la ruta tipo:** 4

**Objetivo:**

Los estudiantes reconocerán y analizarán sistemáticamente las formas simbólicas que caracterizan y articulan procesos socioculturales amplios. Identificarán y aplicarán los métodos para analizar las diversas formas simbólicas.

**Temas y Subtemas:**

1. Construcción social de las formas simbólicas

1.1 Arte

1.2 Industrias culturales

1.3 Géneros híbridos

2. Formas literarias:

2.1 Cuento

2.2 Poesía

2.3 Drama

2.4 Novela

3. Formas cinematográficas:

3.1 Documental

3.2 Ficción

3.3 Cine experimental

4. Formas musicales:

4.1 Música y baile folklórico mexicano

4.2 Música y baile de El Caribe

4.3 A elección de los estudiantes

5. Otras formas simbólicas:

5.1 Pintura

5.2 Caricatura

5.3 Refranes y grafiti

5.4 Discurso periodístico

**Actividades de aprendizaje:**

Bajo la conducción de un docente:

Recepción y procesamiento de la metodología propuesta por el profesor

Participación en seminarios por equipo  
Taller grupal de síntesis y relación con el conjunto del curriculum  
Asesoría, seguimiento y evaluación del proceso y de los resultados del aprendizaje.

Trabajo independiente del estudiante:

Lectura y análisis de las diferentes formas propuestas grupalmente para cada tema.

Búsqueda y análisis de otras formas simbólicas de interés personal.

Práctica para el desarrollo de destrezas y habilidades personales y grupales de producción simbólica.

Visitas a exposiciones.

Síntesis al final de cada tema

Monografía o presentación audiovisual de un asunto a través de los diversos temas al final del curso

**Criterios y procedimientos de evaluación:**

Auto evaluación personal y grupal al final de cada tema (40%) y del período (30%) todo a la luz de los objetivos propuestos. El maestro evaluará tales evaluaciones y el material presentado personal o grupalmente por los alumnos (30%)

**Bibliografía:**

GREIMAS, Algirdas y Joseph Courtés. *Semiótica: Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*. Gredos. Madrid. 1982.

MORA, Raúl H. *Tras el símbolo literario: Escuelas y técnicas de interpretación*. ITESO, UIA-Puebla, UIA-León. Guadalajara. 2002.

MORA, Raúl. *Lecturas y relecturas: ensayos de interpretación simbólica*. ITESO, UIA-Puebla, UIA-León. Guadalajara, 2003.

PONCE, Armando. *México: Su supuesta apuesta por la Cultura*. Grijalbo, Proceso, UNAM. México. 2003.

## Discurso Oral y Escrito

**Créditos:** 12 BCE: 6 TIE: 6

**Seriación:**

**Dependencia académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad académica Básica:** Medios, Tecnicidades y Lenguajes

**Área:** Mayor

**Estudiantes por grupo:** 16

**Equivalencia:** Comunicación oral / Comunicación Escrita II

**Ciclo en ruta tipo:** Ciclo 3

**Objetivo:**

Los estudiantes se ubicarán como lectores y autores del discurso oral y escrito, desarrollarán habilidades de análisis, lectura crítica y producción oral y escrita en distintos géneros.

**Temas y Subtemas:**

1. Textos argumentativos
  - 1.1 Comentario
  - 1.2 Artículo
  - 1.3 Editorial
  - 1.4 Ensayo
2. Textos informativos
  - 2.1 Informe
  - 2.2 Noticia
  - 2.3 Entrevista
  - 2.4 Reportaje
3. Actitudes y valores del comunicador
  - 3.1 Personalidad
  - 3.2 Conocimiento
4. Comunicación oral en grupos
  - 4.1 Estructura de discursos persuasivos
  - 4.2 Estructura de discursos informativos

**Actividades de aprendizaje:**

Bajo la conducción del docente:

Procesamiento del discurso didáctico del profesor en sesiones de clase.

Participación en sesiones grupales de análisis y discusión.

Presentación de productos y/o resultados del trabajo individual o en equipo.

Ejercicios y prácticas supervisadas para el desarrollo de destrezas y habilidades escritas y orales.

Trabajo independiente del estudiante:

Elaboración de resúmenes, reseñas o informes de lectura.

Elaboración de monografías, ensayos o síntesis conceptuales sobre temas específicos.

Análisis de productos comunicacionales, estéticos o culturales.

Búsqueda, procesamiento y análisis de información de fuentes documentales.

Búsqueda, procesamiento y análisis de información empírica.

Elaboración y presentación de informes de investigación documental y/o empírica.

Ejercicios y prácticas para el desarrollo de destrezas y habilidades específicas.

**Criterios y procedimientos de evaluación:**

El profesor evaluará el proceso de aprendizaje y resultado en ambas competencias: orales y escritas del estudiante. Elaboración y entrega de tareas escritas 40%.

Elaboración y entrega de tareas orales 40%. Trabajo final 20%

**Bibliografía:**

Flóres ROQUE, Ma. Cantú. *Comunicación Oral y Escrita*. Editorial: CECSA. México. 1999.

YERENA FONSECA, Socorro. *Comunicación Oral. Fundamentos y estrategias*. Prentice Hall. México. 2000.

LEÓN MEJÍA, Alma B. *Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional*. Limusa. México. 2002.

## Discurso Visual

**Créditos:** 12 BCD: 6 TIE: 6

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Medios, Tecnicidades y Lenguajes

**Area:** Área mayor. LCC

**Estudiantes por grupo:** 16

**Equivalencia:** Fotografía, Comunicación visual

**Ciclo en ruta tipo:** 4

### **Objetivo:**

Los estudiantes desarrollarán competencias para el análisis, diseño y producción de mensajes visuales con propósitos comunicativos concretos.

### **1. Temas y subtemas:**

1. Imagen y percepción

1.1 Percepción visual.

1.2 La imagen en la historia y cultura del ser humano

1.3 Semiótica de la imagen

1.4 Construcción

1.5 Blanco y negro

1.6 Color

1.7 Ritmo

### **2. Formatos**

2.1 Cartel

2.2 Imagen corporativa

2.3 Folleto

2.4 Historieta

### **3. Técnicas**

3.1 Offset

3.2 Serigrafía

3.3 Edición digital

### **4. Construcción de imagen fija**

4.1 Fotografía

4.2 Ilustración

### **Actividades de aprendizaje:**

Bajo la conducción de un docente:

Recepción y procesamiento del discurso del profesor en sesiones de clase.

Participación en discusiones analíticas

Presentación y evaluación de productos

Realización supervisada de prácticas de expresión visual

Ejercicios supervisados en el manejo de las herramientas técnico-expresivas

Trabajo independiente del estudiante:  
Elaboración de informes de lectura  
Formulación de análisis de productos  
Asistencia y participación en exposiciones  
Diseño de estrategias visuales  
Realización de prácticas de laboratorio y de diseño gráfico y editorial.  
Elaboración de productos  
Formulación escrita de reportes y análisis de productos

**Criterios y procedimientos de evaluación:**

Se evaluarán los productos que resultarán de los ejercicios de cada competencia y el trabajo final. Ejercicios y trabajos parciales: 80% Trabajo final: 20%

**Bibliografía**

PEDERSEN, B. Martin. *Graphis Promotion 2*. (editorial) (lugar) 2003.

MUENCH Williams, Allison *Typography 23* (editorial) (lugar) 2003  
ISBN: 0060081481

McGINNESS, Ryan. *EGO1*.(editorial) (lugar) 2003

## Discurso sonoro

**Créditos:** 12 BCD: 6 TIE: 6

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Medios, Tecnicidades y Lenguajes

**Área:** Mayor

**Estudiantes por grupo:** 16

**Equivalencia:** Audio

**Ciclo en ruta tipo:** 5

### Objetivo:

Los estudiantes se situarán como lectores y creadores de discursos sonoros y desarrollarán las competencias para analizar y realizar textos sonoros significativos.

### Tema y subtemas:

1. Sonido
  - 1.1 Percepción auditiva
  - 1.2 Sensibilización sonora
  
2. Sonido y narración
  - 2.1 Elementos sonoros
  - 2.2 Semiótica sonora
  - 2.3 Narrativa sonora
  - 2.4 Géneros
  - 2.5 Contextos de la producción sonora
  
3. Diseño sonoro
  - 3.1 Guión
  - 3.2 Diseño de producción
  - 3.3 Derechos de autor
  - 3.4 Producción

### Actividades de aprendizaje:

Bajo la Conducción de un docente:

Recepción, procesamiento y participación en el discurso didáctico del profesor.

Participación en sesiones grupales de discusión y análisis.

Presentación y discusión de productos.

Visitas a estudios de grabación y radio.

Realización supervisada de prácticas de registro de sonido y edición.

Ejercicios y prácticas supervisadas para el desarrollo de habilidades técnico-expresivas.

Asesoría, seguimiento y evaluación del proceso y los resultados del aprendizaje y el trabajo en equipo.

Trabajo independiente del estudiante:

Elaboración de resúmenes e informes de lectura.

Análisis de productos sonoros.

Asistencia y participación en conciertos, programas de radio, producciones.

Búsqueda, procesamiento y análisis de productos.

Elaboración y presentación de guiones, diseño, presupuesto, informes, evaluaciones de producción.

Realización de prácticas de laboratorio.

Ejercicios para el desarrollo de destrezas y habilidades técnico-expresivas.

**Criterios y procedimientos de evaluación:**

Se evaluará el proceso de aprendizaje del alumno a través de los resultados de los ejercicios, prácticas y productos y el trabajo en equipo. Producciones sonoras y análisis de productos 80%. Producción final: 20%

**Bibliografía:**

RODRÍGUEZ, Angel. *La dimensión sonora del lenguaje audiovisual*. Paidós. Barcelona. 1998.

FIGUEROA, Romeo. *¿Qué onda con la radio?* Alhambra Mexicana. México. 1997

MONCADA García, Francisco. *Teoría de la música*. Ricordi. México. 1988.

## **Discurso Audiovisual**

**Créditos:** 12 BCD: 8 TIE: 4

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Medios, Técnicas y Lenguajes

**Área:** Mayor

**Estudiantes por grupo:** 16

**Equivalencias:** Análisis Narrativo II, Video

**Ciclo en ruta tipo:** 6

### **Objetivo:**

Los estudiantes se situarán como lectores y creadores de discursos audiovisuales y desarrollarán las competencias para analizar y realizar textos audiovisuales significativos.

### **Temas y subtemas:**

1. El relato audiovisual
  - 1.1 Discurso y narración
  - 1.2 Formas de representación
  - 1.3 Elementos narrativos
  
2. Representación visual y sonora
  - 2.1 Imagen en movimiento
  - 2.2 Contextos
  - 2.3 Narración visual y sonora
  - 2.4 Tiempo/espacio
  - 2.5 Montaje y edición
  
3. Realización
  - 3.1 Guión
  - 3.2 Diseño del proceso de producción
  - 3.3 Roles, planeación, derechos de autor, presupuesto
  - 3.4 Producción

### **Actividades de aprendizaje:**

Bajo la conducción de un docente:

Análisis de imágenes en movimiento, escenas y cortometrajes y formulación de reglas y modalidades

Participación en discusiones grupales

Realización guiada de expresión audiovisual

Ejercicios y prácticas supervisadas para el desarrollo de habilidades del manejo de equipo

Presentación y evaluación de productos

Asesoría, seguimiento y evaluación del proceso y los resultados del aprendizaje de competencias de un narrador audiovisual

Trabajo independiente del estudiante:

Elaboración de sinopsis, resúmenes, reseñas de filmes y lecturas

Análisis de producciones audiovisuales

Realización de prácticas de guión, cámara, iluminación,

Registro de sonido, edición, realización

Producción de un ejercicio en video

### **Criterios y procedimientos de evaluación**

Se evaluará el proceso de aprendizaje y los resultados de cada competencia.

Narrativa audiovisual: 5 ejercicios de análisis y crítica y un guión final (20%).

Ejercicios de expresión visual (20%). Ejercicios de sonido (20%). Ejercicios de edición (20%). Planeación y realización de un cortometraje en equipo (20%).

### **Bibliografía**

BORDWELL, David y Thomson, Kristin. *El arte Cinematográfico*. Paidós. Barcelona. 1995.

CHION, Michel. *Cómo se escribe un guión*. Cátedra. Madrid. 1989.

GARCÍA Jiménez, Jesús. *Narrativa audiovisual*. Cátedra. Madrid. 1996.

## **Discurso hipermedial**

**Créditos:** 12 BCD: 8 TIE: 4

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica:** Medios, tecnicidades y lenguajes.

**Área:** saberes profesionales o área mayor

**Estudiantes por grupo:** 16

**Equivalencias:**

**Ciclo en ruta tipo:** Ciclo 7

### **Objetivo general:**

Los estudiantes se situarán como autores de textos hipermediales y podrán diseñarlos en distintos géneros y para diversos fines. Aplicarán los conocimientos para integrar los lenguajes y dominarán las herramientas técnicas y la lógica del proceso de producción.

### **1. Temas y subtemas:**

#### **1.1 Hipertexto**

- Percepción multisensorial
- Hibridación de medios
- Historia y componentes básicos
- Narrativa multinivel, dosificación de información, carta descriptiva
- Soportes y géneros

#### **1.2 Diseño de Interfaz**

Intercambio de información hombre-máquina  
Principios de ergonomía aplicados al diseño de interfaces  
Factores de pertinencia y facilidad de uso

#### **1.3 Integración de medios**

Formatos y soportes de integración  
Internet, estructura y servicios  
Manipulación de elementos: formatos, lógicas y herramientas de trabajo  
Programación

### **Actividades de aprendizaje**

#### **BCD:**

Recepción y procesamiento del discurso didáctico  
Participación en seminarios y/o sesiones grupales de discusión  
Presentación de productos y/o resultados del trabajo individual o en equipo  
Ejercicios y prácticas supervisadas de uso de herramientas computacionales y sus periféricos  
Análisis de casos  
Asesoría, seguimiento y evaluación del proceso y los resultados del aprendizaje

#### **TIE:**

Elaboración de ensayos  
Análisis de productos comunicacionales

Búsqueda, procesamiento y análisis de información de fuentes documentales  
Búsqueda, procesamiento y análisis de información empírica (trabajo de campo)  
Elaboración y presentación de informes de investigación  
Participación en grupos virtuales de trabajo apoyados por TICS  
Ejercicios y prácticas de computo y uso de equipo de edición digital  
Solución de casos  
Consultoría o asesoría externa

**Criterios de evaluación:**

40 % reportes y ejercicios parciales  
20% diseño de un programa piloto  
30% producción del programa piloto  
10% presentación

**Bibliografía**

SHNEIDERMAN, Ben Ed. *Designing the User Interface: Strategies for Effective Human-Computer Interaction*. Addison Wesley/Longman (4ª ed). New York. 2003.

COOPER, Alan. *About Face 2.0: The Essentials of Interaction Design*. John Wiley & Sons. USA. 2003

VAN DUYNE, Douglas, LANDAY, James y Jason I. HONG Hong. *The Design of Sites: Patterns, Principles, and Processes for Crafting a Customer-Centered Web Experience*. Addison Wesley. New York. 2002.

Manuales de todos los programas

## **Géneros y Estrategias Discursivas I**

**Créditos:** 12 BCD: 4 TIE: 8

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Medios, Tecnicidades y Lenguajes

**Área:** Área mayor

**Estudiantes por grupo:** 20

**Equivalencia:** Proyectos de comunicación

**Ciclo en ruta tipo:** 8

### **Objetivo:**

Los estudiantes realizarán el diseño y producción de discursos significativos referidos a ámbitos específicos de la producción social y cultural. Implementarán estrategias y procesos técnico-expresivos para la producción y gestión de los mismos.

### **Temas y subtemas:**

1. Ámbitos de representación social
  - 1.1 Político, cultural, religioso, científico, deportivo.
  - 1.2 Intencionalidad y pertinencia
2. Los discursos del espacio público
  - 2.1 Periodísticos
  - 2.2 Publicitarios
  - 2.3 Organizacionales-corporativos
  - 2.4 Educativos
  - 2.5 Entretenimiento
2. Diseño de estrategias discursivas
  - 3.1 Análisis: destinatarios, recursos
  - 3.2 Objetivo
  - 3.3 Lenguajes
  - 3.4 Medios
  - 3.5 Géneros
  - 3.6 Soportes
  - 3.7 Formatos
4. Producción
  - 4.1 Planeación y presupuesto
  - 4.2 Realización
  - 4.3 Postproducción
  - 4.4 Presentación-Evaluación

### **Actividades de aprendizaje:**

Bajo la conducción de un docente:

- Recepción y procesamiento del discurso del profesor
- Presentación de diseño y planeación de producciones
- Presentación de productos

Participación en sesiones grupales de análisis y discusión de productos y estrategias

Ejercicios y prácticas supervisadas para el desarrollo de destrezas y habilidades específicas

Asesoría, seguimiento y evaluación del proceso y los resultados del aprendizaje

Evaluación de las competencias y estrategias aplicadas

Trabajo independiente del estudiante:

Elaboración de análisis, reportes e informes

Análisis de productos comunicacionales

Asistencia a exposiciones, presentaciones y seminarios

Visita analítica de espacios reales y virtuales

Realización de prácticas de diseño

Diseño y desarrollo de productos

Ejercicios y prácticas para el desarrollo de destrezas y habilidades específicas

Presentación y discusión de productos en espacios públicos y privados

**Criterios y Procedimiento de Evaluación:**

Se evaluará el proceso de aprendizaje del alumno a través de las etapas, el desarrollo de destrezas, el diseño de estrategias y los productos realizados. Ejercicios, trabajos analíticos y productos parciales: 80%. Producción final: 20%

**Bibliografía:**

KOTLER, Philip. *Dirección de marketing*. Prentice Hall. México. 2001.

WEELLS, William et al. *Publicidad: principios y prácticas*. Prentice Hall. México. 1996.

LERBINGER, O. *Diseños para una comunicación persuasiva.. El manual moderno*. Bogotá. 1979.

## **Géneros y Estrategias Discursivas II**

**Créditos:** 12 BCD: 4 TIE: 8

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** UAB 2, Medios, tecnicidades y lenguajes

**Área:** Área Mayor

**Estudiantes por grupo:** 20

**Equivalencia:** Foto publicitaria y periodística

**Ciclo en ruta tipo:** 9

### **Objetivo:**

Los estudiantes experimentarán con el diseño y la producción de discursos significativos referidos a ámbitos específicos de la producción social y cultural, aplicarán competencias y conocimientos en la fundamentación de la producción estratégica y desarrollarán una actitud crítica y flexible para relacionarse interdisciplinariamente.

### **Temas y Subtemas:**

1. Los discursos como fenómenos socioculturales
  - 1.1 Elementos para el análisis de estrategias (contextos, pertinencias, destinatarios, recursos, costos, medios y formatos)
2. Desmitificación de discursos y sus estrategias
  - 2.1 Medios de difusión
  - 2.2 Apelaciones
  - 2.3 Elementos técnico- expresivos
3. La innovación como recurso estratégico
  - 3.1 Nuevas tecnologías
  - 3.2 Géneros híbridos
  - 3.3 Propuestas narrativas
4. El estratega autor y creador
  - 4.1 ¿Cómo utilizar la tensión de manera creativa?
  - 4.2 Estrategias para la construcción del espacio social

### **Actividades de aprendizaje**

Bajo la conducción de un docente

Participación en sesiones grupales de análisis y discusión.

Presentación, discusión y evaluación de productos.

Presentación de proyectos de estrategias discursivas.

Realización supervisada de prácticas, diseño y desarrollo de productos.

Ejercicios y prácticas supervisadas para el desarrollo de destrezas y habilidades específicas y manejo de técnicas.

Asesoría, seguimiento y evaluación del proceso y los resultados del aprendizaje.

Trabajo independiente del estudiante

Formulación oral y escrita de análisis y evaluación de productos.

Análisis de productos comunicacionales, estéticos y culturales.  
Búsqueda, procesamiento de fuentes documentales e información empírica.  
Participación en grupos y redes virtuales de trabajo y discusión.  
Ejercicios de prácticas, destrezas y habilidades específicas individuales y en equipo.  
Realización de productos en sus fases de preproducción, producción y postproducción individuales y en equipo.  
Solución de casos prácticos con el diseño de estrategias discursivas.  
Elaboración y presentación de informes de investigación de productos y estrategias.

**Criterios y procedimientos de evaluación:**

Se evaluará el proceso de aprendizaje de los alumnos, la efectividad, creatividad y calidad profesional de los trabajos y la capacidad del alumno de integrar estrategias  
Los ejercicios parciales: 30% Diseño y presentación de estrategias: 30% Trabajo final: 40%

**Bibliografía:**

- GARCÍA, Jiménez, Jesús. *Narrativa audiovisual*. Cátedra. Madrid. 1996.
- LEÓN, Bienvenido. *El documental de divulgación científica*. Paidós. Barcelona. 1999.
- BANDRÉS, Elena, et al. *El periodismo en la televisión digital*. Paidós. Barcelona. 2000.

## Procesos Informativos

**Créditos:** 6 BCD: 4 TIE: 2

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Sistemas de comunicación y prácticas sociales

**Estudiantes por grupo:** 32

**Equivalencia:** comunicación e información

Ciclo en ruta tipo: 2

### Objetivo:

Los estudiantes comprenderán y manejarán recursos metodológicos y técnicos para la búsqueda, selección, validación, análisis y procesamiento de información; y a partir de ello serán capaces de construir estados de la cuestión.

### Temas:

1. La información y la generación de conocimiento
  - a. La formulación de preguntas pertinentes
  - b. Planificar los procesos de búsqueda
2. El diseño de mapas conceptuales
  - a. Diferentes tipos de mapas
  - b. Los mapas como técnica de análisis
3. La construcción del Estado del conocimiento
  - a. ¿Qué es el estado del conocimiento?
  - b. ¿Cómo estructurarlo?
  - c. Organización de la información
  - d. Bibliografía, fuentes diversas y citas
4. Edición y presentación de la información
  - a. Formatos y tecnología asociada (textos, videos, audiovisuales, aplicaciones de computadora, etc.)
  - b. Técnicas de visualización
  - c. Infografía

### Actividades de aprendizaje:

Bajo la conducción de un docente:

Recepción y procesamiento del discurso didáctico del profesor en sesiones de clase

Presentación de productos y/o sesiones grupales de análisis y discusión

Ejercicios y prácticas supervisadas para el desarrollo de destrezas y habilidades específicas

Asesoría, seguimiento y evaluación del proceso y los resultados del aprendizaje

Trabajo independiente del estudiante

Elaboración de resúmenes, reseñas o informes de lecturas

Búsqueda, procesamiento y análisis de información de fuentes documentales

Elaboración y presentación de informes de investigación documental

Ejercicios y prácticas para el desarrollo de destrezas y habilidades específicas

Solución de casos y problemas propuestos por el profesor

## **Criterios y procedimientos de evaluación**

Prácticas de búsqueda de información (30%)  
Elaboración de un estado del conocimiento (40%)  
Presentación de un estado del conocimiento (30%)

## **Bibliografía**

ORNA, E. *Cómo usar la información en trabajos de investigación*. Gedisa. Barcelona, España. 2001.

SIERRA Caballero, Francisco. *Elementos de teoría de la información*. Colección Universitaria, Ciencias de la información. 1999.

DÜRSTELER, Juan Carlos. *Visualización de la información*. Gestión 2000. Barcelona. 2003.

Consulta permanente a los recursos de la biblioteca y a sitios en Internet

## Información y representación

**Créditos:** 8 BCD: 4 TIE: 4

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Sistemas de comunicación y prácticas sociales

**Estudiantes por grupo:** 32

**Equivalencia:**

**Ciclo en ruta tipo:** 3

### Objetivo:

Mediante el reconocimiento de las distintas mediaciones y contextos culturales que intervienen en el procesamiento, producción y circulación de la información, los estudiantes desarrollarán competencias para la selección y realización de géneros informativos aplicables a los formatos, soportes tecnológicos y contextos seleccionados. El trabajo periodístico se aborda como campo privilegiado para la transformación de información.

### Temas:

1. Criterios e intenciones en los procesos de gestión de información.
2. Información y formas simbólicas
3. Intención: quién, dice qué, desde qué posición, cómo y por qué.
4. Procesos de mediación en las diferentes etapas de la gestión de información.
  - En la selección de fuentes
  - En la clasificación de la información.
  - En el procesamiento de la información
  - En la selección del soporte para su producción y circulación (canal, género y formato)
5. Contextualización socio-histórica de los procesos de producción, circulación y recepción. Estudio y construcción de públicos
6. Representación simbólica. Formas de representación en vínculo con los soportes tecnológicos.
7. Transformación de la información: géneros/formatos/hibridación.

### Actividades de aprendizaje:

Bajo la conducción de un docente:

Recepción y procesamiento del discurso didáctico del profesor en sesiones de clase

Participación en seminarios y sesiones grupales de análisis y discusión

Presentación de productos y/o sesiones grupales de análisis y discusión

Ejercicios y prácticas supervisadas para el desarrollo de habilidades y destrezas específicas

Asesoría, seguimiento y evaluación del proceso y los resultados del aprendizaje

Trabajo independiente del estudiante:

Elaboración de resúmenes, reseñas o informes de lecturas

Análisis de productos comunicacionales, estéticos o culturales

Elaboración y presentación de informes de investigación documental

Participación en grupos virtuales de trabajo y discusión mediante el uso de tecnologías de información

Solución de casos propuestos por el profesor

## **Criterios y procedimientos de evaluación**

Exposiciones (15%)

Ensayos (15%)

Reportes de investigación en sitios de Internet (30%)

Ejercicios analíticos en diversos soportes y formatos (40%)

## **Bibliografía**

HALL, Stuart. *Representation. Cultural Representations and Signifying Practices*. Sage. London. 1997.

OROZCO, Guillermo. *Televisión, audiencias y educación*. Norma, Buenos Aires. 2001

SIERRA Caballero, Francisco. *Elementos de teoría de la Información*. Colección Universitaria, Ciencias de la Información. 1999.

Sitios en Internet:

Enredando.com:

<http://enredando.com>

La red mística:

<http://www.funredes.org/mistica/castellano/emec/metodo/procedimiento.html>

Internet Society:

<http://www.isoc.org>

Journal of Computer Mediated Communication:

<http://www.ascusc.org/jcmc/index.html>

Sala de Prensa

<http://www.saladeprensa.org>

Consulta permanente a los recursos de la biblioteca y a sitios en Internet.

## **Tecnología de la información**

**Créditos:** 6 BCD: 2 TIE: 4

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Sistemas de Comunicación y prácticas sociales

**Estudiantes por grupo:** 32

**Equivalencia:**

### **Objetivo:**

Los estudiantes desarrollarán saberes y habilidades para incorporar críticamente las lógicas de la tecnología de información como vehículo del significado y herramientas para el diseño, control y registro de información en la interacción comunicativa. El conocimiento de las diferentes tecnologías y plataformas de comunicación mediada, permitirá a los alumnos ampliar su capacidad de diseño empírico y uso socialmente productivo de información.

### **Temas y subtemas:**

1. La tecnología y su relación con la información
  - 1.1 Tecnología y sociedad
  - 1.2 Tecnología e información
  - 1.3 Tecnología y conocimiento
2. Dimensión tecnológica de los procesos de manejo de información:  
Características de los soportes y formatos en términos de:
  - a. representación
  - b. distribución
  - c. acceso
  - d. habilidades y competencias requeridas
3. Etapas, roles y técnicas del proceso productivo de manejo de información.
  - 3.1 Filtros
  - 3.2 Perfiles
  - 3.3 Énfasis
  - 3.4 Herramientas y métodos por área
4. Análisis comparativo entre rutinas productivas.
  - 4.1 Las instituciones especializadas en el procesamiento de información:  
enfóque, adscripción, contexto.
  - 4.2 Identificación de constantes y ejes clave
  - 4.3 Rasgos distintivos

### **Actividades de aprendizaje:**

Bajo la conducción de un docente:

Recepción y procesamiento del discurso didáctico del profesor en sesiones de clase

Participación en seminarios y sesiones grupales de análisis y discusión

Asesoría, seguimiento y evaluación del proceso y los resultados del aprendizaje

Trabajo independiente del estudiante:

Elaboración de resúmenes, reseñas o informes de lecturas

Elaboración de ensayos conceptuales sobre temas específicos

Análisis de productos comunicacionales, estéticos o culturales

Participación en grupos virtuales de trabajo y discusión mediante el uso de tecnologías de información

### **Criterios y procedimientos de evaluación**

Exposiciones (20%)

Ensayos (20%)

Prácticas y navegaciones en Internet (40%)

Análisis crítico de diversos formatos y soportes tecnológicos (20%)

### **Bibliografía**

MITCHAM, Carl. *Tres formas de ser con la tecnología*. Anthropos. no. 94-95, 1989.

TREJO DELABRE, Raúl. *La nueva alfombra mágica*. Fundesco, Diana. 1996.

VILCHES, Lorenzo. *La migración digital*. Gedisa. 2001.

Sitios en Internet:

Enredando.com:

<http://enredando.com>

La red mística:

<http://www.funredes.org/mistica/castellano/emec/metodo/procedimiento.html>

Internet Society:

<http://www.isoc.org>

Journal of Computer Mediated Communication:

<http://www.ascusc.org/jcmc/index.html>

Sala de Prensa

<http://www.saladeprensa.org>

Consulta permanente a los recursos de la biblioteca y a sitios en Internet.

## **Sistemas de información**

**Créditos:** 6 BCD: 2 TIE: 4

**Seriación:** ninguna

**Dependencia académica:** Departamento de Estudios socioculturales

**Unidad académica:** Sistemas de comunicación y prácticas sociales

**Estudiantes por grupo:** 32

**Equivalencia:**

**Ciclo en ruta tipo:** 5

### **Objetivo:**

Desde la perspectiva de sus procesos y rutinas productivas, los estudiantes reconocerán y analizarán las nuevas formas de estructuración e interacción social de los sistemas de información. Podrán diferenciar tendencias y perfiles del nuevo sistema mundial denominado “sociedad de la información” y construir vínculos con especial énfasis en el entorno digital y la reconfiguración de los medios.

### **Temas y subtemas**

1. El contexto: los medios y la modernidad
2. Procesos de globalización. Economía e información
3. La sociedad de la información
4. Cultura, tecnología y sociedad.
5. Comunicación mediada por computadora.
6. Comunicación y tecnologías digitales
  - a. Redes globales
  - b. Redes locales
  - c. El caso internet. Internet como espacio para la realización de diversas prácticas sociales. Peculiaridades y ejemplos.

### **Actividades de aprendizaje:**

Bajo la conducción de un docente

Recepción y procesamiento del discurso didáctico del profesor en sesiones de clase

Participación en seminarios y sesiones grupales de análisis y discusión

Presentación de productos y/o sesiones grupales de análisis y discusión

Ejercicios y prácticas supervisadas para el desarrollo de habilidades y destrezas específicas (navigaciones en internet)

Asesoría, seguimiento y evaluación del proceso y los resultados del aprendizaje

Trabajo independiente del estudiante

Elaboración de resúmenes, reseñas o informes de lecturas

Análisis de productos comunicacionales, estéticos o culturales

Participación en grupos virtuales de trabajo y discusión mediante el uso de tecnologías de información

Realización de prácticas (navigaciones en internet)

Solución de casos propuestos por el profesor

### **Criterios y procedimientos de evaluación**

Exposiciones (20%)

Lecturas (20%)

Ensayos (20%)

Navigaciones y reportes de las mismas (20%)

Trabajo final: ensayo crítico que incorpore los conceptos principales revisados durante el curso y las experiencias de navegación (20%)

### **Bibliografía**

CASTELLS, Manuel. *La Era de la Información*. Vol. 1., caps. 1 y 5, Ed. S.XXI, España. 1999.

Castells, Manuel, *La Galaxia Internet*,

FUENTES, Raúl. Educación y telemática. Ed. Norma. Buenos Aires. 2000.

LÉVY, Pierre. *As tecnologias da inteligencia*. Sao Paulo. 1993

SIERRA Caballero, Francisco. *Elementos de Teoría de la Información*. Colección Universitaria, Ciencias de la información. 1999.

Enredando.com:

<http://enredando.com>

La red mística:

<http://www.funredes.org/mistica/castellano/emec/metodo/procedimiento.html>

Internet Society:

<http://www.isoc.org>

Journal of Computer Mediated Communication:

<http://www.ascusc.org/jcmc/index.html>

Consulta permanente a los recursos de la biblioteca y a sitios en Internet.

## **Etnografía del entorno socio-cultural**

**Créditos:** 8 BCD: 4 TIE: 4

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia académica:** Departamento de Estudios Socioculturales.

**Unidad Académica Básica:** Dinámica Sociocultural, Subjetividad y Agentes Sociales.

**Área:** Mayor

**Estudiantes por grupo:** 32 alumnos

**Equivalencias:** Seminario de análisis social I, II y III. Introducción a la investigación; Investigación I y II

**Ciclo en la ruta tipo:** 1

### **Objetivo:**

Los estudiantes desarrollarán en este curso un conjunto de competencias orientadas a reconocer las formas complejas de construcción de la cultura a partir de las interacciones dinámicas entre sujetos, instituciones y prácticas. Para este efecto, los estudiantes diseñarán y aplicarán técnicas de investigación etnográfica sobre el entorno sociocultural, particularmente la observación; así mismo utilizarán técnicas de registro, tales como diario de campo, video, audio -grabación y fotografía, entre otras; identificarán y describirán sistemáticamente las lógicas que articulan sujetos, instituciones y prácticas sociales en los procesos culturales de la vida cotidiana.

### **Temas y subtemas**

1. La percepción del mundo.
  - 1.1 La observación
  - 1.2 Territorio y espacio
  - 1.3 Identidad y alteridad
  - 1.4 Socialidad
  - 1.5 Construcción social de la realidad
2. Vida cotidiana
  - 2.1 Las coordenadas espacio-temporales
  - 2.2 Subjetividad e intersubjetividad
  - 2.3 Institucionalidad y estructura
  - 2.4 Las prácticas
3. Proceso etnográfico
  - 3.1 Registro
  - 3.2 Codificación
  - 3.3 Categorización
  - 3.4 Uso de herramientas para acopio y análisis de datos.
  - 3.5 Descripción densa

### **Actividades de aprendizaje**

Bajo la conducción de un docente:

Recepción y procesamiento del discurso didáctico del profesor en sesiones de clases.

Participación en seminarios y sesiones grupales de análisis y discusión.

Presentación de resultados del trabajo individual y en equipo.

Realización supervisada de actividades de diseño de protocolos y guías de observación.

Asesoría, seguimiento y evaluación del proceso y los resultados de prácticas etnográficas.

Actividades independientes del estudiante:

Elaboración de informes de lectura.

Elaboración de ensayos y descripciones.

Análisis de productos comunicacionales (videos etnográficos).

Búsqueda, procesamiento y análisis de información de fuentes documentales (texto, video, foto, documentos personales).

Búsqueda, procesamiento y análisis de información empírica.

Elaboración y presentación de informes de investigación etnográfica.

Participación en grupos virtuales de trabajo.

### **Criterios y procedimientos de evaluación**

Los estudiantes presentarán, a lo largo del curso, ejercicios de observación y registro etnográficos, en donde muestren su dominio progresivo de habilidades para reconocer las dinámicas culturales y su dimensión simbólica y las implicaciones sociales, políticas y económicas.

Presentarán informes de lectura de los materiales previamente señalados por el profesor y de otros materiales que ellos habrán seleccionado, de acuerdo a sus objetos de investigación.

En clases de seminario, los alumnos participarán en grupos de discusión a partir de los materiales elaborados con antelación.

Al término de este curso los alumnos presentarán un trabajo final de síntesis, a partir de sus ejercicios, lecturas y discusión.

La calificación se establecerá a partir de la siguiente ponderación:

Ejercicios de observación y registro: 50% Informes de lectura 15% Participación en las discusiones de los seminarios: 15% Ensayo final: 20%

### **Bibliografía**

SIMMEL, Georg. *Sobre la aventura*. Península. Barcelona. 1998.

DENZIN, Norman y Lincoln, Yvonna. *Strategies of qualitative inquiry*. SAGE Thousand Oaks. 2003.

ATKINSON, Paul et al. *Handbook of Ethnography*. SAGE. Londres. 2001.

GUBER, Rosana. *La Etnografía. Método, Campo y Reflexividad*. Grupo Editorial Norma Bogotá. 2001.

## Análisis sociocultural

**Créditos:** 12 BCD: 4 TIE: 8

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia Académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Dinámica Sociocultural, Subjetividad y Agentes Sociales

**Área:** Mayor

**Estudiantes por grupo:** 32 alumnos

**Equivalencias:** Investigación de la comunicación II, Investigación de la comunicación III

**Ciclo en la ruta tipo:** 2

### Objetivo:

Los estudiantes desarrollarán habilidades de de-construcción analítica de fenómenos, procesos y prácticas sociales, así como capacidad de observación y análisis de la realidad social; manejarán los métodos de investigación social que les permitan identificar, analizar e interpretar problemáticas socioculturales específicas.

### Temas y sub-temas:

4. De la realidad social al dato: el reconocimiento del entorno sociocultural, sus expresiones y dimensiones:
  - 4.1 Los actores, los escenarios y los contextos
  - 4.2 Los ámbitos de la realidad social: lo local, lo nacional y lo global
5. Del dato al análisis: herramientas y enfoques de la mirada analítica
  - 5.1 Mirar y contar: la perspectiva cuantitativa
  - 5.2 Mirar y calificar: la perspectiva cualitativa
  - 5.3 Contar y calificar: la complementariedad de enfoques y perspectivas
6. Del análisis a la interpretación: la construcción significativa del dato
  - 6.1 El proceso de de-construcción y re-construcción del dato
  - 6.2 La construcción de relaciones entre datos empíricos
  - 6.3 La re-construcción del entorno

### Actividades de aprendizaje:

En términos generales el curso contempla un aprendizaje situado, es decir, un aprendizaje construido a partir de tres tipos de situaciones: a) un contacto con el entorno sociocultural dirigido específicamente a la adquisición de las capacidades de observación, análisis y de-construcción de la realidad, a través del manejo analítico de datos provenientes de textos y discursos, de la estadística, de productos culturales (textos escritos, visuales, cibernéticos y orales); b) un registro sistemático de estas operaciones a través del diario de investigación que el estudiante deberá llevar a lo largo del curso, con el cual podrá desarrollar la habilidad de pensamiento reflexivo; y c) una producción creativa de materiales comunicativos que muestren la reconstrucción del entorno sociocultural analizado. Las lecturas que se realizarán durante el curso serán la plataforma para la construcción de los referentes teórico-conceptuales de la actividad de investigación y análisis del entorno sociocultural.

Bajo la Conducción de un docente:

Participación activa en sesiones de clase dirigidas por el profesor a través de la presentación de lecturas asignadas y discusión de temáticas propuestas

Presentación recurrente de resultados de prácticas de observación, análisis, interpretación de los casos asignados por el profesor

Participación en la revisión conjunta del diario de investigación personal

Participación en la presentación, discusión y crítica de la producción de materiales comunicativos que se realicen en el grupo, como resultado de los ejercicios de análisis del entorno.

Trabajo independiente del estudiante:

Lectura y análisis de materiales comunicativos asignados por el profesor

Realización de prácticas de observación y análisis de los casos asignados por el profesor

Elaboración y seguimiento del diario de investigación

Elaboración de síntesis-ensayos resultado de los procesos de análisis

### **Criterios y procedimientos de evaluación:**

El trabajo sostenido durante el semestre será objeto de evaluación permanente, de tal forma que la calificación final del estudiante contempla todos y cada uno de los trabajos realizados, con un peso específico.

Tres reportes críticos de lecturas realizadas durante el curso, que se entregarán como cierre de cada uno de los tres bloques del curso (30%); elaboración y seguimiento del diario de investigación (35%); presentación y defensa de los productos comunicativos que muestren las evidencias del análisis realizado (35%).

### **Bibliografía:**

DENMAN Catalina A., y Jesús Armando Haro (comp). *Por los rincones: antología de métodos cualitativos en la investigación social*. El Colegio de Sonora Hermosillo. 2002.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *Oficio de cartógrafo: travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Fondo de Cultura Económica. Santiago de Chile. 2002.

BERGER, Peter y Thomas Luckmann. *La construcción social de la realidad*. Amorrortu. Buenos Aires. 2001

## Historia, Cultura y Sociedad

**Créditos:** 6 BCD: 2 TIE: 4

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia Académica:** Departamento de Estudios Socioculturales.

**Unidad Académica Básica:** Dinámica Sociocultural, subjetividad y Agentes Sociales

**Área:** Mayor

**Estudiantes por grupo:** 64

**Equivalencias:** Seminario de análisis social I y II. Introducción al problema social

**Ciclo en la ruta tipo:** 3

### Objetivo:

Los estudiantes ampliarán su conocimiento de la historia y establecerán las articulaciones pertinentes entre el devenir histórico y algunas de las principales formaciones culturales que han definido el rumbo de la sociedad contemporánea en sus dimensiones sociopolíticas, estéticas y éticas. Serán, así mismo, capaces de reconocer los proyectos sociales en disputa.

### Temas y subtemas

1. La modernidad, las utopías inconclusas
  - 1.1 La formación del Estado y los proyectos nacionales
  - 1.2 El papel del sujeto: el ciudadano, el artista, el intelectual
  - 1.3 Institucionalización de la cultura
  - 1.4 La codificación de la cultura: lo culto, lo popular
2. La guerra fría y la revolución cultural
  - 2.1 El centro y la periferia: poder y producción cultural
  - 2.2 El New Deal y sus rostros: de Rockefeller a Disney
  - 2.3 La contracultura: la revolución de mayo
  - 2.4 El naufragio de la utopías
  - 2.5 Muros, ruinas y cimientos: de Berlín a Cisjordania
3. Globalización y resistencias
  - 3.1 Las industrias culturales y la reconfiguración de lo público
  - 3.2 La revolución tecnológica
  - 3.3 La culturalización de la política: nuevos movimientos sociales
  - 3.4 Lo local y sus expresiones
  - 3.5 Entresiglos: la cultura global
4. México en la historia contemporánea
  - 4.1 Modernidad y cultura nacional
  - 4.2 El monopolio cultural
  - 4.3 La transición
  - 4.4 México en el mundo

### Actividades de aprendizaje

Bajo la conducción de un docente:

Recepción y procesamiento del discurso didáctico del profesor en sesiones de clases

Presentación de resultados del trabajo individual y en equipo

Trabajo independiente del estudiante  
Realización de lecturas asignadas por el profesor  
Investigación complementaria a las lecturas asignadas  
Elaboración de ensayos individuales por unidad temática  
Elaboración de fichas de recuperación de las exposiciones magisteriales.  
Elaboración de trabajo final, por equipo.

### **Criterios y Procedimientos de evaluación**

Los estudiantes presentarán a lo largo del curso ensayos personales que utilizando la bibliografía señalada por el profesor y documentado con otras fuentes, problematicen los ejes a trabajar en cada unidad temática, en los que el estudiante muestre además de su dominio de los acontecimientos su capacidad de análisis crítico. Presentarán fichas de recuperación de las sesiones de clase y presentarán exámenes escritos. Presentarán al final del curso un trabajo en equipo en el articulen algunos ejes centrales de la reflexión del devenir histórico.

La calificación final considera la siguiente ponderación: Elaboración de ensayos individuales 40 % Fichas de recuperación de las exposiciones 20% Exámenes escritos 20% Trabajo final (por equipos) 20%

### **Bibliografía:**

BAUMAN, Zygmunt. *Legisladores e interpretes. Sobre la modernidad, la posmodernidad y los intelectuales*. Universidad Nacional de Quilmas. Buenos Aires. 1997.

FRANCO, Jean. *Decadencia y caída de la ciudad letrada. la literatura latinoamericana durante la guerra fría*. Debate (Mondadori). Barcelona. 2003.

Varios Autores. *Historia General de México*. El Colegio de México. México. 2000.

## **Teoría Sociocultural de la Comunicación**

**Créditos:** 6 BCD: 2 TIE: 4

**Dependencia Académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Dinámica Sociocultural, subjetividad y agentes sociales

**Estudiantes por grupo:** 32 alumnos

**Equivalencias:** Teoría de la Comunicación II y III, Corrientes actuales de la investigación en comunicación

**Ciclo en la ruta tipo:** 6

### **Objetivo general:**

Los estudiantes desarrollarán su capacidad de comprensión de la sociedad contemporánea y su competencia crítica frente a la realidad a través de la formulación y análisis de problemas socioculturales pertinentes a partir del dominio de los conceptos y categorías de las principales teorías de la comunicación y la cultura.

### **Temas y subtemas**

1. El proceso de institucionalización de la sociedad: de las estructuras a las redes
  - 1.1 Estructuración y formas de institución
  - 1.2 Las perspectivas del conflicto: teorías de la dominación
  - 1.3 Las perspectivas del consenso: teorías de la cooperación
  - 1.4 Desafíos de la sociedad-red
2. Comunicación y poder
  - 2.1 El poder de nombrar
  - 2.2 El poder de hacer creer
  - 2.3 Reproducción y cambio social
  - 2.4 Nuevas políticas de representación
3. Comunicación e intersubjetividad
  - 3.1 Individuo y sociedad
  - 3.2 Conciencia discursiva y conciencia práctica
  - 3.3 Pertenencias culturales, anclajes estructurales
  - 3.4 Identidades y adscripciones
  - 3.5 Entre el individualismo y el comunitarismo
  - 3.6 Sujetos políticos, prácticas culturales
4. Comunicación y producción de sentido
  - 4.1 La globalización y sus impactos
  - 4.2 La implosión de las instituciones
  - 4.3 Viejos problemas-nuevos ejes de conflicto
  - 4.4 El agotamiento del discurso
  - 4.5 Estrategias de la imaginación

### **Actividades de Aprendizaje**

Bajo la conducción de un docente:

Participación activa en las sesiones a través de:

Exposición de lecturas establecidas por el profesor

Presentación sintética de los ensayos personales encargados por el profesor

Presentación de ejercicios empíricos encargados por el profesor utilizando los conceptos y categorías pertinentes.

Participación en las sesiones de crítica y discusión.

Elaboración de un *tesaurus* crítico acumulativo con los conceptos y categorías revisadas en cada sesión, con su genealogía y sus referentes bibliográficos básicos, bajo la supervisión del profesor.

Presentación y conducción de las sesiones destinadas a la revisión y análisis de productos comunicativos audiovisuales.

Trabajo independiente del estudiante:

Lectura y presentación de síntesis crítica de las lecturas asignadas por el profesor.

Investigación y documentación de los conceptos y categorías básicos manejados en el curso –previa explicación y encargo del profesor– para aportar a la elaboración del *tesaurus* crítico

Elaboración de ensayos personales por cada unidad temática.

Diseño y elaboración de una “lotería teórica” en la que los estudiantes organizados en grupo presentarán de forma creativa el concepto, su definición y sus contextos de aplicación.

Proponer al profesor los productos comunicativos audiovisuales que a juicio del estudiante organizado en pequeños grupos de trabajo, refleje la problemática analizada en cada unidad temática.

### **Criterios y procedimientos de evaluación**

La evaluación será de carácter acumulativo y procesual lo que significa que el peso fundamental de la calificación final reposa en el trabajo realizado a lo largo del semestre.

Los elementos a considerar para esta evaluación son la preparación y exposición de lecturas (20%); la presentación de 4 ensayos personales que serán entregados al profesor al final de cada unidad temática (25%); participación y presentación de su cuaderno individual con los contenidos del *tesaurus* elaborado en conjunto (25%); presentación y conducción de las sesiones destinadas al análisis de productos comunicativos (10%); participación en el diseño y presentación final de la “lotería teórica” (20%).

### **Bibliografía:**

APPADURAI, A. *La modernidad desbordada. Dimensiones culturales de la globalización*. Buenos Aires. Trilce/FCE. 2001.

GIDDENS, A. *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires. Amorrurtu editores. 1995.

*Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*. THOMPSON, J.B. México. UAM-Xochimilco. 1990.

BAUMAN, Z. *La globalización. Consecuencias humanas*. Buenos Aires. FCE. 1999.

## Historia y estructura de los sistemas de comunicación

**Créditos:** 8 BCD: 4 TIE: 4

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Sistemas de Comunicación y prácticas sociales.

**Área:** mayor

**Estudiantes por grupo:** 32

**Equivalencias:** Teoría de la Comunicación I

**Ciclo en la ruta tipo:** 5

### Objetivo:

Los estudiantes reconocerán e interpretarán los procesos sociohistóricos y los modelos conceptuales que explican el origen, desarrollo y operación actual de los sistemas de comunicación como mediadores cognoscitivos e institucionales de los procesos sociales fundamentales. Del mismo modo identificarán las distintas formas de anclaje histórico de los medios masivos en México y su estructura actual.

### Temas y subtemas:

1. Enfoques para el estudio de los medios de comunicación
  - 1.1 Gate keeping
  - 1.2 Agenda setting
  - 1.3 Producción social de comunicación
  - 1.4 Redes de información
  
2. Contexto histórico de los sistemas de comunicación en el plano internacional
  - 2.1 Antecedentes: ¿por qué surgen los medios de comunicación?
  - 2.2 Las tecnologías como base del surgimiento y desarrollo de los medios
  - 2.3 Modelos de propiedad y operación de los medios de comunicación en el plano internacional.
  
3. Sistemas de comunicación en México
  - 3.1 Prensa escrita
  - 3.2 Radiodifusión
  - 3.3 Televisión
  - 3.4 Telecomunicaciones

### Actividades de aprendizaje

Bajo la conducción de un docente:

Interacción y procesamiento del discurso generado en las sesiones

Presentación y discusión de productos y/o resultados del trabajo en equipo

Trabajo independiente del estudiante

Búsqueda, procesamiento y análisis de información documental y empírica.

Ejercicios y prácticas para el análisis comparativo de procesos históricos, enfoques y modelos de explicación de la estructura y funcionamiento de los sistemas de comunicación.

**Criterios y procedimientos de evaluación:**

Cada estudiante elaborará durante el curso seis informes de lectura sobre textos señalados, con lo que dará cuenta de su comprensión y apropiación. (60%)

Cada estudiante elaborará también dos ensayos que reflejen su comprensión de los temas analizados en el curso. (40%)

**Bibliografía:**

Mc QUAIL, Dennis. *Introducción a la teoría de la comunicación*. Paidós. México. 2001.

TREJO DELABRE, Raul. *Mediocracia sin mediaciones. Prensa, televisión, elecciones*. Cal y Arena. México. 2001.

LEVARIO TURCOTT, Marco. Primera Plana. *La borrachera democrática de los diarios*. Cal y Arena. México. 2002.

## **Derecho de la Comunicación**

**Créditos:** 6 BCD: 2 TIE: 4

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Sistemas de Comunicación y prácticas sociales

**Área:** Mayor

**Estudiantes por grupo:** 32

**Equivalencias:** Legislación de la Comunicación

**Ciclo en ruta tipo:** 8

### **Objetivo:**

Los estudiantes analizarán el marco jurídico de la comunicación en México para normar su práctica profesional y participar activamente en los procesos sociales, mediante la defensa de la libertad de expresión y el derecho a la información.

### **Temas y Subtemas:**

1. Principios de Derecho
  - 1.1 Estructura y régimen jurídico del Estado en México
  - 1.2 Conceptos jurídicos del Derecho de la Comunicación
  - 1.3 Marco social y socioprofesional del derecho de la comunicación
2. Principales disposiciones jurídicas del Derecho de la Comunicación
  - 2.1 Leyes sobre medios de comunicación
  - 2.2 Leyes sobre la garantía al Derecho a la información
  - 2.3 Otras disposiciones conexas
3. Políticas Nacionales de comunicación
  - 3.1 Debate sobre el derecho a la información
  - 3.2 Participación social
  - 3.3 Iniciativas de Ley

### **Actividades de aprendizaje:**

Bajo la conducción de un docente:

Recepción y procesamiento del discurso didáctico del profesor en sesiones de clase.

Participación en seminarios y/o sesiones grupales de análisis y discusión

Presentación de productos y/o resultados del trabajo individual o en equipo.

Trabajo independiente del estudiante:

Elaboración de resúmenes, reseñas o informes de lectura.

Elaboración de monografías, ensayos o síntesis conceptuales sobre temas específicos.

Búsqueda, procesamiento y análisis de información de fuentes documentales.

Búsqueda, procesamiento y análisis de información empírica (trabajo de campo).

### **Criterios y procedimientos de evaluación:**

La evaluación final será el promedio de los trabajos con la ponderación de las exposiciones y la participación en clase.

**Criterios:**

En los trabajos escritos se tomará en cuenta la corrección ortográfica, tipográfica y sintáctica, así como la integración de información actualizada y apropiada por el autor. Deberán presentar bibliografía y las referencias, tanto de citas textuales como de las contextuales.

En las exposiciones orales, que deberán ser acompañadas de un texto escrito, se evaluará el contenido, el interés provocado en los oyentes y la exposición de asuntos para la discusión. En caso de utilizar recursos técnicos, éstos estarán supeditados a la comunicabilidad del tema.

Los estudiantes elaborarán los siguientes trabajos:

Trabajo escrito conceptual sobre el derecho de la comunicación (en equipo). (20%)

Trabajo escrito sobre la situación legal de un medio de comunicación (en equipo). (20%)

Resúmenes sobre las leyes vigentes (individual). (20%)

Descripción escrita del proceso de solicitud de información a una entidad gubernamental (en equipo de dos). (20%)

Presentar, exponer y explicar ante el grupo, el tema de investigación elegido (en equipo). (20%)

**Bibliografía:**

LORETI, Damián M. *El Derecho a la Información. Relación entre medios, público y periodistas*. Paidós. Buenos Aires. 1997.

VILLANUEVA, Ernesto. *El sistema jurídico de los medios de comunicación en México*. UAM-Atzacapozalco. México. 1995.

VILLANUEVA, Ernesto. *Régimen jurídico de las libertades de expresión e información en México*. UNAM. México. 1998.

## Observatorio de la Comunicación I

**Créditos:** 8 BCD: 4 TIE: 4

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Sistemas de Comunicación y prácticas sociales.

**Área:** mayor

**Estudiantes por grupo:** 32

**Equivalencias:** Investigación de la Comunicación I y II

**Ciclo en la ruta tipo:** 7

### Objetivo:

Los estudiantes reconocerán, a partir de información documental y empírica, la operación y situación actual de los medios masivos en México y en Jalisco. Situarán y se ejercitarán en la producción de insumos informativos y en la generación de indicadores actualizados sobre distintos aspectos del funcionamiento de los medios en las escalas nacional, regional o local y en relación con las dimensiones histórico-estructural, social, política y económica.

### Temas y subtemas

1. Estructura de los sistemas de comunicación
  - 1.1 Prensa escrita
  - 1.2 Radiodifusión
  - 1.3 Televisión
  
2. Dimensión económica de los sistemas de comunicación
  - 2.1 Prensa escrita
  - 2.2 Radiodifusión
  - 2.3 Televisión
  
3. Agenda política de los sistemas de comunicación
  - 3.1 Prensa escrita
  - 3.2 Radiodifusión
  - 3.3 Televisión
  
4. Agenda social y construcción de ciudadanía
  - 3.1 Prensa escrita
  - 3.2 Radiodifusión
  - 3.3 Televisión

### Actividades de aprendizaje

Actividades del estudiante bajo conducción docente:

Recepción y procesamiento del discurso didáctico del profesor en sesiones de clase

Participación en seminarios y/o sesiones grupales de análisis y discusión

Presentación de productos y/o resultados del trabajo individual o en equipo

Actividades independientes del estudiante:

Al principio del curso, los estudiantes elegirán un medio a analizar. En la cuarta sesión definirán una dimensión (histórico-estructural, política, económica o social) y

un nivel de análisis (local, regional o nacional) para la investigación a desarrollar en esta asignatura.

Elaboración de monografías

Búsqueda, procesamiento y análisis de información de fuentes documentales y empíricas

Análisis de casos

### **Criterios y procedimientos de evaluación**

La evaluación final será el promedio de los trabajos con la ponderación del trabajo individual, el informe final y la participación en clase.

Criterios:

En los trabajos escritos se tomará en cuenta la corrección ortográfica, tipográfica y sintáctica, así como la integración de información actualizada y apropiada por el autor. Deberán presentar bibliografía y referencias, tanto de citas textuales como de las contextuales. Se tomará en cuenta el proceso de trabajo de búsqueda, selección, procesamiento y análisis de la información, tanto individual como de equipo.

En las exposiciones orales, que deberán ser acompañadas de un texto escrito, se evaluará el contenido, el interés provocado en los oyentes y la exposición de asuntos para la discusión. En caso de utilizar recursos técnicos, éstos estarán supeditados a la comunicabilidad del tema.

Los estudiantes elaborarán los trabajos que a continuación se señalan:

Trabajo escrito sobre el diseño de la investigación documental y empírica (en equipo), 30%

Dos trabajos parciales de los avances de la investigación (en equipo), 30%

Informe final de la investigación (en equipo), 30%

Presentar, exponer y explicar ante el grupo, los resultados de la investigación (en equipo, 10%)

### **Bibliografía:**

*Etcétera*. Edit. Análisis, Ediciones y Cultura, S.A. de C.V.. México, DF.

*Revista Mexicana de Comunicación*. Fundación Manuel Buendía, A. C. México, DF.

*Zócalo*. Edit. Proyectos Alternativos de Comunicación, S.A. de C.V. México, DF.

Medios Publicitarios Mexicanos, S.A. de C.V. Publicación cuatrimestral.

## Observatorio de la Comunicación II

**Créditos:** 8 BCD: 4 TIE: 4

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Sistemas de Comunicación y prácticas sociales.

**Área:** mayor

**Prerequisito:** Observatorio de la Comunicación I

**Estudiantes por grupo:** 32

**Equivalencias:** Investigación de la Comunicación I y II

**Ciclo en la ruta tipo:** 9

### Objetivo:

Los estudiantes procesarán y analizarán información procedente de distintas fuentes, con la finalidad de generar propuestas descriptivas, analíticas o críticas que apunten hacia el reconocimiento o transformación del funcionamiento o del papel de los medios masivos de comunicación en la sociedad. A través de distintos formatos de difusión los estudiantes difundirán en los planos local, regional, nacional o internacional los análisis e interpretaciones que desarrollen en relación con el comportamiento cotidiano de los sistemas de comunicación.

### Temas y subtemas

2. Estructura de los sistemas de comunicación
  - 2.1 Prensa escrita
  - 2.2 Radiodifusión
  - 2.3 Televisión
  
2. Dimensión económica de los sistemas de comunicación
  - 2.1 Prensa escrita
  - 2.2 Radiodifusión
  - 2.3 Televisión
  
3. Agenda política de los sistemas de comunicación
  - 3.1 Prensa escrita
  - 3.2 Radiodifusión
  - 3.3 Televisión
  
4. Agenda social y construcción de ciudadanía
  - 3.1 Prensa escrita
  - 3.2 Radiodifusión
  - 3.3 Televisión

### Actividades de aprendizaje

Actividades del estudiante bajo conducción docente

Interacción y procesamiento del discurso generado en las sesiones

Presentación y discusión de productos y/o resultados del trabajo en equipo

Trabajo independiente del estudiante:

Búsqueda, procesamiento y análisis de información documental y empírica sobre los sistemas de comunicación

Desarrollo de análisis comparativos en escalas, nacional, regional o local  
Interpretación de la información  
Desarrollo de propuestas para la difusión de la información generada

**Criterios y procedimientos de evaluación:**

Los estudiantes sistematizarán los datos e informes procedentes del curso Observatorio de la Comunicación I, 10%  
Realizarán análisis comparativos e interpretarán la información empírica procedente de sus investigaciones y de otras fuentes 40%  
Diseñarán y elaborarán el formato de difusión de los indicadores y análisis generados, 30%  
Difusión de los indicadores y análisis, 20%

**Bibliografía:**

SUNKEL, Guillermo y Esteban Geoffroy. *Concentración económica de los medios de comunicación*. Santiago de Chile. LOM Ediciones.2001.

FERNÁNDEZ, Claudia y Paxman, Andrew. *El Tigre: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. Grijalbo. México. 2000.

MONSIVÁIS, Carlos y Julio Scherer García. *Prensa y poder en México*. Aguilar. México. 2003.

## Comunicación Institucional

**Créditos:** 6 BCD: 2 TIE: 4

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Sistemas de Comunicación y Prácticas Sociales

**Área:** Mayor

**Estudiantes por grupo:** 32

**Equivalencias:** Comunicación y Organización, Comunicación Institucional

**Ciclo en la ruta tipo:** 4

### Objetivo:

Los estudiantes aplicarán sistemas explicativos para identificar e implementar procesos y estrategias de articulación de flujos cotidianos de comunicación en las instituciones. Se ejercitarán en el diseño, gestión y evaluación de programas de comunicación institucional en contextos de cambio.

### Temas y Subtemas:

1. Instituciones y procesos
  - 1.1 Comunicación Institucional y comunicación organizacional, alcances y diferencias
  - 1.2 La interpretación y la institucionalización del significado
  - 1.3 La transformación de las instituciones: estabilidad institucional y cambio.
2. Usos instrumentales de la comunicación en la institución
  - 2.1 Imagen e identidad institucional
  - 2.2 Funciones de la comunicación interna y externa.
  - 2.3 Producción y uso de información institucional
3. Estrategias de comunicación Institucional
  - 3.1 Comunicación en instituciones: una aproximación teórico-analítica a su diversidad conceptual
  - 3.2 Diseño de estrategias de comunicación institucional
  - 3.3 Rendición de cuentas y Mercadotecnia Política
  - 3.4 Gestión y auditoria de medios
  - 3.5 Comunicación en crisis
4. El discurso de las instituciones
  - 4.1 ¿Qué dice la institución? Cuatro tipos de discurso
  - 4.2 Comunicación e interés público.
  - 4.3 Proyecto de empresa y proyecto de sociedad.
  - 4.4 Ética y comunicación institucional

### Actividades de Aprendizaje:

Bajo Conducción de un Docente:

- Recepción y procesamiento del discurso didáctico
- Presentación de productos y/o resultados del trabajo en equipo

Trabajo Independiente del Estudiante:

- Búsqueda, procesamiento y análisis de información documental y empírica.
- Ejercicios y prácticas para el desarrollo de destrezas y habilidades específicas
- Solución de casos y problemas de comunicación de instituciones del entorno local

### **Criterios y procedimientos de Evaluación:**

Cada estudiante presentará durante el curso tres reportes de lectura sobre textos señalados que den cuenta de su entendimiento y asimilación.

Los alumnos, mediante la apropiación de las herramientas y métodos trabajados durante el curso, resolverán dos casos sobre problemas reales de comunicación en instituciones.

En la última etapa del curso los estudiantes entregarán un trabajo que incluya el diseño y la implementación de propuestas de comunicación para una institución seleccionada.

La calificación del curso es un promedio de lo obtenido en los reportes de lectura (25%) la resolución de casos (40%) y la calificación del trabajo de diseño de estrategias (35%)

### **Bibliografía:**

GOODIN, Robert. *Teoría del diseño institucional*. Gedisa. Barcelona. 2003.

MARCH, James G y Olsen Johan P. *El redescubrimiento de las instituciones*. FCE/CBCPAP/UAS. México. 1997.

PETERS, B. Guy. *El nuevo institucionalismo*. Gedisa. España. 2003.

THOMPSON, John B. *El escándalo político en los medios de comunicación* Paidós. Barcelona. 2001.

WEIL, Pascale. *La Comunicación Global. Comunicación Institucional y de Gestión*. Paidós. Barcelona. 1992.

SAGAWA, Shirley y Eli Segal. *Interés común; bien común*. Oxford University Press. Barcelona. 2001.

FITA, Jaume. *Comunicación en programas de crisis*. Gestión. Barcelona. 2000.

## **Modelos de intervención social**

**Créditos:** 6 BCD: 2 TIE: 4

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia Académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Sistemas de Comunicación y Prácticas Sociales

**Área:** Mayor

**Estudiantes por grupo:** 32

**Equivalencias:** Educación popular, Comunicación y educación, Seminario de Análisis Social II

**Ciclo en el plan tipo:** 4

### **Objetivo:**

Los estudiantes analizarán los principales enfoques y modelos de intervención social que históricamente han dado forma a distintos tipos y estrategias de intervención comunicacional. Serán capaces de reflexionar respecto a las premisas y concepciones de sociedad, de individuo y de intervención, así como de las implicaciones de cambio y transformación social que tiene su hacer en comunidades, instituciones o sociedades. El aprendizaje estará referido a una dimensión política y ética de las intervenciones comunicacionales.

### **Temas y subtemas:**

1. El paradigma del desarrollo (políticas compensatorias y teoría de la oportunidad)
2. Promoción popular y acción socioeducativa
3. Modelos autogestivos
4. Desarrollo regional y sustentable
5. Gerencia social
6. Desarrollo, cultura y ecología
7. Intervención y derechos humanos

### **Actividades de aprendizaje:**

Bajo Conducción de un Docente:

- Recepción y procesamiento del discurso didáctico
- Participación en seminarios y/o sesiones grupales de discusión
- Asesoría, seguimiento y evaluación del proceso y los resultados de aprendizaje

Trabajo Independiente del Estudiante

- Búsqueda, procesamiento y análisis de fuentes documentales y empíricas.
- Elaboración y presentación de informes de investigación
- Exposición de resultados del análisis de experiencias empíricas de intervención social y comunicacional.

### **Criterios y procedimientos de evaluación:**

Los estudiantes desarrollarán tres prácticas de análisis de experiencias empíricas de intervención social y comunicacional. (15% cada una)

Elaborarán un ensayo intermedio (25%) y uno final (30%). En el ensayo intermedio reflexionarán sobre alguno o varios de los modelos de intervención estudiados y, en el

final, desarrollarán un análisis crítico en el que se vinculen aspectos de los modelos de intervención con los problemas o aportes detectados en las experiencias empíricas de intervención.

### **Bibliografía**

GONZAGA Motta, Luis. *Planificación de la comunicación en proyectos participativos*. CIESPAL. Quito, Ecuador. S/ Fecha.

PALEY, Julia *Marketing democracy: power and social movements in Post-Dictatorship Chile*. University of California Press. E.U.A. 2001.

FRANCO, Rolando. *Sociología del desarrollo, políticas sociales y democracia*. Siglo XXI. México. 2001.

ESTRADA Álvarez, Jairo. *Democracia, política y rebelión. Plan Colombia*. Facultad de Derecho, Ciencias políticas y sociales. México. 2002.

## **Diseño de proyectos de comunicación**

**Créditos:** 12 BCD: 8 TIE: 4

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia Académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Sistemas de Comunicación y prácticas sociales

**Área:** Mayor

**Estudiantes por grupo:** 32

**Equivalencias:** Proyectos de comunicación I, Proyectos de comunicación II

**Ciclo en la ruta tipo:** 5

### **Objetivo:**

Los estudiantes implementarán procedimientos y herramientas para el diseño y gestión de proyectos de intervención comunicacional en su rol de comunicadores estratégicos, como respuesta a las necesidades sociales de su entorno. Situarán y ejercitarán los factores profesionales que habrán de ponerse en juego en situaciones concretas de intervención.

### **Temas y subtemas**

1. Diagnóstico de Comunicación.
  - 1.1 Definición del diagnóstico de comunicación
  - 1.2 Objetivos, metas y alcances del diagnóstico
  - 1.3 Estrategias y técnicas de investigación
  - 1.4 Análisis y sistematización de la información
  
2. Diseño del Proyecto de Comunicación.
  - 2.1 Definición de proyecto de comunicación y sus componentes
  - 2.2 Descripción del proyecto
  - 2.3 Objetivos comunicacionales y metas
  - 2.4 Mercado, audiencia, público y usuarios.
  
3. Gestión del Proyecto.
  - 3.1 Recursos y presupuesto del proyecto
  - 3.2 Fuentes de financiamiento
  - 3.3 Ruta crítica del proyecto
  - 3.4 Desarrollo y producción del proyecto
  - 3.5 Estrategias de difusión del proyecto
  
4. Evaluación del proyecto de comunicación
  - 4.1 Definición de los criterios e instrumentos de evaluación

### **Actividades de aprendizaje**

Bajo la conducción de un docente:

- Recepción y procesamiento del discurso didáctico
- Presentación de productos y/o resultados del trabajo en equipo
- Ejercicios y prácticas supervisadas para el desarrollo de destrezas y habilidades específicas

- Asesoría, seguimiento y evaluación del proceso y los resultados del aprendizaje
- Análisis de casos

Trabajo independiente del estudiante:

- Búsqueda, procesamiento y análisis de información empírica.
- Ejercicios y prácticas para el desarrollo de destrezas y habilidades específicas.
- Solución de casos y problemas propuestos por el profesor.
- Realización de prácticas de laboratorio, experimentos y actividades de diseño y elaboración de productos.
- Presentación pública de proyectos.

### **Criterios y procedimientos de evaluación**

Los estudiantes elaborarán durante el curso una bitácora individual donde registren etapas, acciones y aprendizajes del curso. Realizarán y presentarán el diseño de su proyecto de comunicación bajo el formato y los requisitos establecidos.

La calificación del curso es un promedio de lo obtenido en la bitácora y autoevaluación (20%), la calificación del documento de diseño del proyecto (40%), la nota que recibió su presentación (25%). La evaluación de proyectos en grupo (15%) se integra a la nota final.

### **Bibliografía**

ANDER-EGG, E y M.J. Aguilar Idáñez. *Cómo elaborar un proyecto: guía para diseñar proyectos sociales y culturales*. Lumen, Humanitas. Buenos Aires. 2000

ALVAREZ García, Isaías. *Planificación y desarrollo de proyectos sociales y educativos*. Limusa. 1998.

CAMPOS Herrera, et al. *Emprendedores para el desarrollo social*. Trillas. México. 2000.

GONZAGA Motta, Luis.. *Manual para la gestión de proyectos de investigación con participación académica y empresarial*. Centro Interuniversitario de Desarrollo. Santiago de Chile. 1993.

## Proyectos de comunicación I

**Créditos:** 16 BCD: 6 TIE: 10

**Seriación:** Diseño de proyectos de comunicación y Modelos de intervención social

**Dependencia Académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Sistemas de comunicación y prácticas sociales

**Estudiantes por grupo:** 20

**Equivalencias:** Proyectos de comunicación II

**Ciclo en la ruta tipo:** 6

### Objetivo

Los estudiantes desarrollarán capacidades de trabajo en equipo y de interlocución con agentes sociales diversos para formular, fundamentar, planificar, realizar y evaluar intervenciones comunicacionales sistemáticas en situaciones sociales concretas.

### Temas y subtemas

1. Selección del proyecto
  - 1.1 Criterios de selección, pertinencia, factibilidad, prioridad.
  - 1.2 Delimitación y documentación de los objetivos.
  - 1.3 Identificación de interlocutores y públicos
  - 1.4 Marcos de referencia: social, valoral, económico y temporal.
2. Formato del proyecto
  - 2.1 Desarrollo del concepto rector
  - 2.2 Diseño informativo
  - 2.3 Diseño creativo
3. Planeación del proceso
  - 3.1 Plan de trabajo (ruta crítica)
  - 3.2 Conformación del equipo de trabajo, distribución de roles y estructura organizativa
  - 3.3 Elaboración del presupuesto
4. Diseño de etapas de la estrategia de comunicación
  - a. Elaboración del documento base de la estrategia
  - b. Definición de medios, acciones, productos comunicacionales y canales de distribución
  - c. Elaboración de piezas de comunicación (demos y maquetas)
  - d. Brief y notas de producción de productos comunicacionales

### Actividades de aprendizaje:

Bajo la Conducción de un Docente:

- Presentación de productos y/o resultados del trabajo en equipo
- Ejercicios y prácticas supervisadas para el desarrollo de destrezas
- Asesoría, seguimiento y evaluación del proceso y los resultados del aprendizaje

#### Trabajo Independiente del Estudiante

- Búsqueda, procesamiento y análisis de información empírica
- Ejercicios y prácticas para el desarrollo de destrezas y habilidades específicas
- Solución de casos y problemas propuestos por el profesor.
- Realización de prácticas de laboratorio, experimentos y actividades de producción de productos comunicacionales concretos.

#### **Criterios y procedimientos de evaluación**

A lo largo del curso, los estudiantes se organizarán y trabajarán en equipos. La evaluación del curso tiene como eje el cumplimiento puntal de los objetivos del proyecto seleccionado: en esta primera etapa, los equipos deben fundamentar y presentar: a) selección del proyecto, b) el diseño de propuestas y/o piezas de comunicación, c) elaboración de presupuestos y plan de trabajo, y d) desarrollo de estrategias comunicacionales.

El producto final es la elaboración de un documento base para la producción e implementación definitiva de la estrategia; es decir, un documento que dé la pauta para la elaboración de todas y cada una de las propuestas o productos de comunicación a realizarse.

Ajustes y delimitación de objetivos del proyecto 20%,

Reportes de entrevista y bitácoras 30%

Plan de trabajo, ruta crítica y presupuestos de propuestas comunicacionales necesario para la implementación de estrategias 20%

Documento base de la estrategia comunicacional 30%

#### **Bibliografía**

HICKEY, Lisa. *Design Secrets: Advertising : 50 Real-Life Projects Uncovered*. Rockport Gloucester. EUA. 2002.

LIENTZ, Bennet P. / Rea, Kathryn P. Breakthrough Technology Project Management. Butterworth-Heinemann. San Diego, EUA. 2001.

ORTEGA Martínez, José Antonio. *Sistemas de información y ventaja competitiva : cómo gestionar con éxito los sistemas de información de la empresa*. Desclée de Brouwer. España. 1997.

## Proyectos de comunicación II

**Créditos:** 16 BCD: 6 TIE: 10

**Seriación:** Proyectos de Comunicación I

**Dependencia Académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Sistemas de Comunicación y Prácticas Sociales

**Área:** Mayor

**Estudiantes por grupo:** 20

**Equivalencias:** Proyectos de comunicación III

**Ciclo en la ruta tipo:** 7

### Objetivo

Los estudiantes desarrollarán habilidades para gestionar y ejecutar estrategias de comunicación, haciendo uso efectivo de los recursos humanos, técnicos y financieros previstos en el plan de producción o implementación. La ejecución del proyecto requiere una relación dinámica con sus interlocutores para lograr intervenciones comunicativas creativas, pertinentes y de calidad técnico-expresiva.

### Temas y subtemas

1. Orientación estratégica del proyecto al usuario
  - 1.1 Elaboración de pruebas piloto
  - 1.2 Consolidación de la documentación
  - 1.3 Revisión y ajuste del plan de trabajo
  - 1.4 Elaboración de plan alternativo
2. Metodología de la gestión y operación del proyecto
  - 2.1 Asignación de puestos y funciones para los integrantes del equipo.
  - 2.2 Financiamiento, asignación de recursos y viabilidad del proyecto
  - 2.3 Cronograma y ruta crítica
3. Producción e implementación de la estrategia de comunicación
  - 3.1 Reuniones de seguimiento
  - 3.2 Outsourcing (relaciones con proveedores y terceros)
  - 3.3 Auditoría de recursos
  - 3.4 Actividades de ajuste en la producción (procedimientos en la incorporación de conocimiento)
4. Presentación, distribución y difusión
  - 4.1 Elaboración de documentos de cierre: carpetas, empaques y registros.
  - 4.2 Gestión canales de distribución o circulación
  - 4.3 Estrategias de presentación (presentaciones a audiencias implicadas)
  - 4.4 Formulación y aplicación de indicadores de impacto
5. Informe final
  - 5.1 Análisis de la bitácora de producción: tensiones, oportunidades, formas de trabajo, recuperación de la experiencia
  - 5.2 Sistematización y análisis de la retroalimentación presentada por los interlocutores: clientes, público, financiadores, colaboradores.

- 5.3 Reflexión interna sobre fortalezas y debilidades del equipo y del proceso
- 5.4 Redacción y presentación del informe.

### **Actividades de aprendizaje:**

Bajo la conducción de un docente:

- Recepción y procesamiento del discurso didáctico
- Participación en seminarios y/o sesiones grupales de discusión
- Presentación de productos y/o resultados del trabajo en equipo
- Ejercicios y prácticas supervisadas de uso de herramientas computacionales y sus periféricos
- Asesoría, seguimiento y evaluación del proceso y los resultados del aprendizaje

Trabajo independiente del estudiante:

- Búsqueda, procesamiento y análisis de información de fuentes documentales
- Búsqueda, procesamiento y análisis de información empírica (trabajo de campo)
- Elaboración y presentación de informes de investigación
- Consultoría o asesoría externa
- Realización de prácticas de laboratorio, experimentos y actividades de producción de productos comunicacionales concretos.

### **Criterios y procedimientos de evaluación**

Durante el curso la dinámica se realizará en equipos, cada equipo deberá entregar un plan de trabajo y elaborar pruebas piloto relativas al desarrollo de su proyecto (20% de la calificación).

La producción de la estrategia de comunicación, con todas las piezas que ello implique representa el 40% de la nota.

La presentación y difusión del proyecto y la entrega del Informe final 20% cada uno.

La evaluación de cada proyecto se realizará conforme a los siguientes criterios: coherencia necesidades/diseño/producto, calidad técnico expresiva/ relevancia /impacto y uso efectivo de recursos. En el informe se evaluará la visión integradora, el seguimiento cuidadoso del proceso, la capacidad autocrítica y propositiva.

### **Bibliografía**

CHÁVEZ, Maricela y Gloria Padilla S. *Manual de estilo de publicaciones de la American Psychological Association*. El Manual Moderno. México. 2002.

BURDEN, E. *Técnicas de presentación de proyectos*. McGraw-Hill. México. 1990.

STEWART, C.C. *Trabajo en equipo y dinámica de grupos*. Limusa. México. 2003.

LANGFORD, D.A. y A. Retik. *The organization and management of construction*. Edmundsbury. Londres, Inglaterra. 1996.

## Taller de evaluación de proyectos

**Créditos:** 8 BCD: 4 TIE: 4

**Seriación:** Modelos de intervención, Diseño de proyectos, proyectos I y II

**Dependencia Académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Sistemas de comunicación y prácticas sociales

**Área:** Mayor

**Estudiantes por Grupo:** 20

**Equivalencias:** Proyectos de Comunicación II, Proyectos de Comunicación III

**Ciclo en la ruta tipo:** 8

### Objetivo:

Los estudiantes se apropiarán de los fundamentos conceptuales de la evaluación, se ejercitarán en la construcción y aplicación de marcos de referencia y modelos, y en la generación de indicadores que permitan evaluar apropiadamente el impacto de las estrategias, programas y proyectos de intervención comunicacional. Aplicarán métodos y técnicas específicos orientados al desarrollo de competencias que les permitan generar opciones de solución y de innovación. Formularán y someterán a evaluación los informes de servicio social realizados en los cursos de proyectos de comunicación.

### Temas y Subtemas:

1. Fundamentos de la Evaluación
  - 1.1 Aproximaciones a conceptos y premisas de la evaluación
  - 1.2 Marco conceptual: las teorías de la evaluación
  - 1.3 Diferentes tipos de evaluación
2. Diseño de la Evaluación
  - 2.1 El contexto y las preguntas de la evaluación
  - 2.2 Determinación del objeto y los objetivos
  - 2.3 La elección y construcción del modelo teórico-metodológico: de lo cuantitativo a lo cualitativo
  - 2.4 Elementos del diseño: etapas, matrices, aplicabilidad de resultados
3. Evaluación de Proyectos
  - 3.1 La evaluación como construcción de significado asistida
  - 3.2 Los criterios de evaluación de proyectos
  - 3.3 Operacionalización de los criterios
  - 3.4 Aplicación de pautas y programas de evaluación: ámbitos y niveles
4. Evaluación de Proyectos y su Difusión.
  - 4.1 El informe de evaluación y la tarea de crear conocimiento: el proyecto de comunicación
  - 4.2 Evaluación, el proceso de información y la toma de decisiones.
  - 4.3 Evaluación y fines sociales.
  - 4.4 Evaluación de proyectos de comunicación.

### Actividades de Aprendizaje:

Bajo la conducción de un docente

- Recepción y procesamiento del discurso didáctico
- Presentación de productos y/o resultados del trabajo en equipo

Trabajo independiente del estudiante:

- Búsqueda, procesamiento y análisis de información documental y empírica.
- Ejercicios y prácticas para el desarrollo de destrezas y habilidades específicas mediante el uso de diversas metodologías de evaluación
- Evaluación de proyectos de comunicación propios y externos.

### **Criterios y procedimientos de Evaluación:**

Cada estudiante presentará durante el curso tres ejercicios de evaluación de programas y proyectos que den cuenta de su acercamiento y apropiación de herramientas metodológicas.

Mediante la construcción de modelos y matrices de evaluación, en la última etapa del curso, los alumnos entregarán un documento escrito en el que formulen y sometan a evaluación el proyecto de comunicación desarrollado curricularmente. Como modalidad de opción terminal, dicha evaluación deberá realizarse de cara a los objetivos, desafíos del entorno y las prácticas de comunicación implícitas .

La calificación del curso es un promedio de lo obtenido en los ejercicios de evaluación (45%), el diseño de su modelo de evaluación (25%) y la calificación del trabajo de evaluación de su Proyecto de Comunicación (30%)

### **Bibliografía:**

COHEN, Ernesto y Rolando Franco. *Evaluación de proyectos sociales*. Siglo XXI. México. 2000.

SAPAG Chain, Nasir y Reinaldo Sapag Chain. *Preparación y Evaluación de Proyectos*. McGraw Hill. Bogotá. 1993.

S/A. *Avances metodológicos en la investigación sobre evaluación de actitudes y creencias*. CTS. Revista Iberoamericana de Educación, edición electrónica De los Lectores (4-6-2001). [www.campus-oei.org/revista/deloslectores/Acevedo](http://www.campus-oei.org/revista/deloslectores/Acevedo) . S/L. 2001

BAKER, Judy L. *Evaluating the impact of development projects on poverty*. The World Bank. Washington. 2000.

## **Gestión estratégica y comunicación**

**Créditos:** 8 BCD: 4 TIE: 4

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Sistemas de Comunicación y Prácticas Sociales

**Área:** Curriculum Universitario

**Estudiantes por grupo:** 32

**Equivalencias:** Comunicación y Organización / Comunicación y Cultura Organizacional

**Ciclo en la ruta tipo:** 3

**Objetivo:** Los estudiantes identificarán y aplicarán herramientas y métodos de análisis para el diseño de estrategias de intervención, ubicando el papel de la comunicación en las diversas etapas del proceso de gestión.

### **Temas y Subtemas**

1. Diagnóstico y contextualización
  - 1.1 Elementos constitutivos del diagnóstico.
  - 1.2 Análisis de escenarios y contextos específicos
  - 1.3 Identificación de interlocutores
  - 1.4 Oportunidades, potencialidades y capacidades detectadas
  
2. La gestión de equipos de trabajo
  - 2.1 Planeación y administración de recursos
  - 2.2 Negociación, roles y Manejo de conflictos
  - 2.3 Liderazgo y emprendimiento en el sector social
  
3. Modelos de gestión aplicados
  - 3.1 Los instrumentos de la Gestión estratégica
  - 3.2 Matrices para el análisis estratégico
  - 3.3 Toma de decisiones y mecanismos facilitadores
  - 3.4 Formulación de estrategias
  
4. Estrategias de intervención
  - 4.1 Construcción del escenario deseable
  - 4.2 Diseño e intervención en organizaciones complejas
  - 4.3 Misión y Objetivos
  - 4.4 La ejecución, la gestión y el control

### **Actividades de Aprendizaje**

Bajo Conducción de un Docente:

- Recepción y procesamiento del discurso didáctico
- Presentación de productos y/o resultados del trabajo en equipo

Trabajo Independiente del Estudiante.

- Búsqueda, procesamiento y análisis de información documental y empírica
- Ejercicios y prácticas para el desarrollo de destrezas y habilidades específicas
- Solución de casos y problemas

**Crterios y procedimientos de Evaluación:**

Los estudiantes resolverán durante el curso cuatro casos utilizando las lecturas seleccionadas y las herramientas de gestión revisadas.

Cada estudiante realizará una investigación de campo que tenga como resultado un ensayo que incluya la identificación de un problema, su contextualización, la identificación de interlocutores, la construcción de resultados deseables y la propuesta de estrategia de comunicación

La calificación del curso es un promedio de lo obtenido en la resolución de casos (60%) y la calificación del trabajo de campo (40%)

**Bibliografía**

COSTA Joan. *La Comunicación en acción: informe sobre la nueva cultura de la gestión..* Paidós. Madrid. 1999.

L. PTUMAN, Kinda et al. *Comunicación Empresarial.* Gestión. Madrid. 2000.

DRUDIS Antonio *Gestión de Proyectos. Cómo planificarlos, organizarlos y dirigirlos.* Gestión. Madrid. 2000.

HILL Charles y Gareth Jones. *Administración Estratégica, Un Enfoque Integrado.* Mc Graw Hill. México. 1996.

SERRANO, Rafael et al. *La organización habitable. (editorial)* México. 2001

## **Introducción a la profesión**

**Créditos:** 8 BCD: 4 TIE: 4

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia Académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Sistemas de comunicación y prácticas sociales

**Área:** Curriculum Universitario

**Estudiantes por grupo:** 32

**Equivalencia Plan 4cc:** Seminario de síntesis

### **Objetivo:**

Los estudiantes se ubicarán como agentes profesionales en el campo social y reconocerán las competencias con las que cuentan para insertarse productivamente en los campos socioprofesionales de su interés. Analizarán las determinaciones laborales y las articulaciones sociales de las diversas prácticas profesionales de la comunicación y diseñarán, a partir de este doble reconocimiento, su proyecto de desarrollo profesional. Finalmente, los estudiantes reflexionarán sobre las implicaciones éticas de su acción profesional.

### **Temas y subtemas:**

1. Recuperación de la experiencia como sujetos del conocimiento de la comunicación
  - 1.1 Saberes y competencias integradas a lo largo de la formación universitaria
  - 1.2 Ámbitos de interés: espacios consolidados, espacios emergentes
2. Recuperación de la experiencia como sujetos de la producción de comunicación
  - 2.1 Integración de portafolio de producciones realizadas
3. Reconocimiento de la condición de sujetos de un proyecto profesional
  - 3.1 El concepto de trayectoria profesional y capital social: exploración de procesos de inserción y desarrollo de profesionales reconocidos.
  - 3.2 Reconocimiento de las condiciones del entorno laboral: dinámicas en los subcampos
  - 3.3 Condiciones básicas para el desarrollo de un proyecto profesional
4. El egresado de comunicación como sujeto de una reflexión ética sobre el sentido de su acción profesional
  - 4.1 Profesionalidad: ejecución competente y pertinente.

### **Actividades de Aprendizaje:**

Bajo la conducción de un docente:

Realización supervisada de actividades de diseño y elaboración de productos; Participación en seminarios y sesiones grupales de análisis y discusión; presentación de productos y resultados de trabajos individuales y en equipo.

Trabajo independiente del estudiante:

Elaboración de ensayos y síntesis conceptuales sobre temas propuestos; Análisis de productos comunicacionales; Búsqueda, procesamiento y análisis de información en fuentes documentales y en actividades de indagación de campo;

### **Criterios y procedimientos de evaluación:**

Serán evaluados:

Elaboración de síntesis y análisis sobre la propia experiencia de la formación (20%); Integración de portafolio (30%); Elaboración de proyecto profesional y ensayo reflexivo (30%); entrevistas y reportes (20%).

### **Bibliografía**

*Generación de conocimientos y formación de comunicadores*, Coneicc, México, 1992.

CAMPS, Victoria. *Virtudes públicas*. Espasa-Calpe, Barcelona. 1990.

CALETTI, Sergio. "Profesiones, historia y taxonomías. Algunas discriminaciones necesarias". En *Diálogos de la comunicación*, núm. 31, septiembre, Lima. 1991.

GALINDO, Jesús y Carlos LUNA. *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. Iteso/Conaculta: pensar la cultura. México. 1995.

## Manejo de información y datos numéricos

**Créditos:** 8 BCD: 4 TIE: 4

**Seriación:** Ninguna

**Área:** Currículum Universitario

**Dependencia académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Sistemas de comunicación y prácticas sociales

**Estudiantes por grupo:** 32

**Equivalencia:**

**Objetivo:** Los estudiantes desarrollarán competencias básicas para encontrar, evaluar, organizar, interpretar y comunicar información en diversos formatos mediante la adquisición de conocimientos y el desarrollo de habilidades para el manejo de sistemas de información; en particular podrán observar los números e interpretar sus significados según los contextos en que se expresan.

### Temas:

1. Papel de la información en la sociedad actual y en el desempeño de las profesiones
  - d. ¿Qué implica informarse en el contexto universitario y profesional?
  - e. Los mecanismos de producción de la información
  - f. El papel de la información en la sociedad actual
  - g. Las competencias profesionales del uso de la información
5. Planeación del proceso de investigación documental
  - a. Enfoque de un tema de interés por medio de preguntas e hipótesis
  - b. Descripción de temas, variables, palabras clave y representación de un campo semántico por medio de organizadores gráficos
  - c. Definición de necesidades de información documental
  - d. Determinación de las fuentes
  - e. Elaboración de un cronograma de actividades
6. Las fuentes de información
  - a. Las fuentes de información: tipos, usos y modalidades de acceso
  - b. La Internet y centros públicos de información
  - c. Uso y aplicación de los sistemas de consulta de bases de datos y bancos de información
7. Obtención y valoración de la información
  - a. Desarrollo de estrategias de búsqueda y recuperación de información
  - b. Registro y organización inicial de la información
  - c. Mecanismos de corrección para detectar la información faltante
8. Uso de datos numéricos
  - a. Los números y notaciones
  - b. Uso de las medidas descriptivas
  - c. Diseño e interpretación de cuadros y gráficas
  - d. Uso de pronósticos
9. Análisis y evaluación de la información

- a. Selección de la información relevante
  - b. Criterios para establecer la confiabilidad de la información
  - c. La relación de la información obtenida con el conocimiento previo
10. Integración y comunicación
- a. Los principales métodos (análisis, síntesis, comparación y extrapolación) para producir nueva información y generar conclusiones
  - b. El uso de información y sus implicaciones legales, sociales, económicas y éticas
  - c. Elaboración de un documento propio y planeación de su comunicación
  - d. Los principales criterios académicos (formas de citar, uso de fuentes etc.) para presentar la información

### **Actividades de aprendizaje:**

Bajo la conducción de un docente:

Recepción y procesamiento del discurso didáctico del profesor en sesiones de clase

Presentación de productos y/o sesiones grupales de análisis y discusión

Talleres, ejercicios y prácticas supervisadas para el desarrollo de destrezas y habilidades específicas, especialmente de los recursos de la Biblioteca del ITESO

Asesoría, seguimiento y evaluación del proceso y los resultados del aprendizaje

Trabajo independiente del estudiante

Elaboración de resúmenes, reseñas o informes de lecturas

Búsqueda, procesamiento y análisis de información de fuentes documentales

Elaboración y presentación de informes de investigación documental

Participación en grupos virtuales de trabajo y discusión mediante el uso de tecnologías de información

Ejercicios y prácticas para el desarrollo de destrezas y habilidades específicas

Solución de casos y problemas propuestos por el profesor

### **Criterios y procedimientos de evaluación**

La realización de problemas y ejercicios propuestos por el profesor orientados a la demostración de las habilidades y competencias adquiridas

El desarrollo de un proyecto global de comunicación y representación de información que involucre el uso de diversas fuentes documentales y datos numéricos en un contexto determinado

### **Bibliografía**

HART Chris (1998): Doing a Literature Review. Releasing the Social Science. Research Imagination. London: Sage Publications.

ORNA Elisabeth y Graham STEVENS (2001): Cómo usar la información en trabajos de investigación. Barcelona: Gedisa (Biblioteca de Educación).

Consulta permanente a los recursos de la Biblioteca y a sitios en Internet.

## Comunicación Oral y Escrita

**Créditos:** 8 BCE: 4 TIE: 4

**Seriación:** Ninguna

**Dependencia académica:** Departamento de Estudios Socioculturales

**Unidad Académica Básica:** Medios, Tecnicidades y Lenguajes.

**Área:** Currículum universitario

**Estudiantes por grupo:** 32

**Equivalencia:** Comunicación Escrita 1 (CC), Introducción General a la Comunicación (IE, ISC), Taller de expresión oral y escrita (ARQ), Taller de Comunicación Escrita (AF, CP) Expresión Jurídica (D). Comunicación Oral (CC) y Comunicación Personal (IE, ISC).

### Objetivo:

Los estudiantes desarrollarán habilidades de comunicación escrita y oral, a través de la lectura y comparación de modelos discursivos, para intervenir eficazmente en los diversos procesos de comunicación.

### Temas

#### I Código oral y escrito

- Importancia y concepto de comunicación.
- Proceso de comunicación.
- Funciones del lenguaje.
- Diferencias entre comunicación oral y escrita.

#### II Lectura crítica

- Estrategias de lectura.
- Estrategias de predicción.
- Estrategias para determinar el valor comunicativo del texto.
- Estrategias para extraer información.

#### III La pre escritura

- Planeación
- Acopio de ideas
- Generación de ideas
- Importancia de la documentación
- Jerarquización de las ideas

#### IV La Escritura y los Géneros textuales

- Párrafo
- Puntuación
- Géneros textuales: carta, informe, síntesis, resumen, ensayo.

#### V Desarrollo de habilidades expresivas orales.

- Imagen y credibilidad
- Paralenguaje.
- Análisis de receptores
- Selección del tema
- Modelos discursivos
- Apoyos para una presentación

### **Actividades de aprendizaje:**

Bajo la conducción de un docente

- Procesamiento del discurso didáctico del profesor en sesiones de clase.
- Participación en sesiones grupales de análisis y discusión.
- Presentación de productos y/o resultados del trabajo individual o en equipo.
- Ejercicios y prácticas supervisadas para el desarrollo de destrezas y habilidades escritas y orales.

Trabajo independiente del estudiante

- Elaboración de resúmenes, reseñas o informes de lectura.
- Elaboración de monografías, ensayos o síntesis conceptuales sobre temas específicos.
- Análisis de productos comunicacionales, estéticos o culturales.
- Búsqueda, procesamiento y análisis de información de fuentes documentales.
- Búsqueda, procesamiento y análisis de información empírica.
- Elaboración y presentación de informes de investigación documental y/o empírica.
- Ejercicios y prácticas para el desarrollo de destrezas y habilidades específicas.

### **Criterios y procedimientos de evaluación:**

El profesor evaluará el proceso de aprendizaje y resultado en ambas competencias: orales y escritas del estudiante.

- |  |     |
|--|-----|
| - Elaboración y entrega de tareas escritas | 40% |
| - Elaboración y entrega de tareas orales   | 40% |
| - Trabajo final                            | 20% |

### **Bibliografía:**

SERAFINI, Ma. Teresa. *Cómo se escribe*. Instrumentos paidós. México. 1997.

DE LA TORRE, Francisco J. y Silvia Dufío M. *Taller de lectura y redacción 2*. McGrawHill. México. 1994.

YERENA Fonseca, Socorro. *Comunicación Oral. Fundamentos y estrategias*. Prentice Hall. México. 2000.

LEÓN Mejía, Alma B. *Estrategias para el desarrollo de la comunicación profesional*. Limusa. México, D.F. 2002.