

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**Facultad o Escuela:** Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

**Programa de la Asignatura:** Teorías de la Comunicación III

**Semestre:** Quinto

**Clave:**

<b>Eje de Conocimiento:</b> Teórico-Analítica		<b>Área por orientación de contenidos:</b> Teorías		
<b>Carácter:</b> Obligatoria	<b>Horas/Semanas/Semestre</b>		<b>Total de Horas al Semestre</b>	<b>Créditos</b>  08
	<b>Teóricas</b> 4	<b>Prácticas</b> 0	64	
<b>Modalidad:</b> Curso	<b>Tipo:</b> Teórica			

**Nombre de la asignatura con seriación indicativa antecedente:**

Ninguna.

**Nombre de la asignatura con seriación indicativa subsecuente:**

Ninguna

**Objetivo(s):**

Al concluir esta asignatura, los estudiantes serán capaces de generar conocimiento alrededor de los fenómenos de comunicación vigentes, considerando tres niveles fundamentales donde se desarrolla la comunicación: tecnología; economía y política.

**Específicos:**

- Entender que la comunicación y sus modos de circulación han sido una variable inherente del desarrollo de la sociedad capitalista.
- Comprender que existen tres niveles de desarrollo del capitalismo (tecnológico, político y económico) que están estrechamente ligadas al desarrollo de la comunicación y a su explotación y uso comercial e ideológico.
- Comprender y explicar que las tres revoluciones industriales son producto y causa de tres transformaciones del capitalismo en lo económico y lo político, desde mediados del siglo XVIII, hasta finales del siglo XX y principios del XXI.
- Explicar de qué manera la comunicación y los medios, convencionales y nuevos, han estado fincados en una razón cognitivo-instrumental desde sus inicios, hasta finales del siglo XX y principios del XXI.

**Unidades**

**Número de Horas**

**Unidad 1**

12 horas

**Unidad 1**

1. Las tres revoluciones industriales del capitalismo:

- 1.1. La primera revolución industrial (la máquina de vapor) y el surgimiento de la prensa burguesa y la sociedad democrática
- 1.2. La segunda revolución industrial (la electricidad) y la aparición de los espectáculos masivos
  - 1.2.1. La “refeudalización del poder”, la pérdida de legitimidad burguesa
  - 1.2.2. El desarrollo de la prensa industrial sensacionalista
  - 1.2.3. La sociedades de masas (URSS, Italia fascista, Alemania nazi y los Estados Unidos)
  - 1.2.4. La cultura de masas frente a la cultura burguesa
- 1.3. La tercera revolución industrial (los microcircuitos integrados), la globalización informacional y la reterritorialización del poder y del capital
  - 1.3.1. Las redes de comunicación y la redistribución territorial
  - 1.3.2. Comunicación, territorio e identidad
  - 1.3.3. Redes de telecomunicación y producción de nuevos territorios
  - 1.3.4. Identidades y alteridades (sociedades democráticas o sociedades totalitarias)

<b>Numero de horas</b> <b>Unidad 2</b> 12 horas	<b>Unidad 2</b> 2. La comunicación internacional. 2.1. La sociedad mundial como sistema global 2.1.1. Dinámica de la sociedad mundial 2.1.2. Transformaciones recientes de la sociedad mundial 2.2.3. El proceso de trasnacionalización 2.2. Trasnacionalización y medios de comunicación 2.2.1. Los medios como sector industrial avanzado 2.2.2. Tendencias del complejo industrial de la comunicación 2.2.3. La dinámica trasnacional de la comunicación de masas 2.3.4. Estructura de la comunicación internacional
<b>Número de horas</b> <b>Unidad 3</b> 10 horas	<b>Unidad 3</b> 3. La sociedad informacional. 3.1. Economía y sociedad de la información 3.2. Los nuevos mercados en la sociedad de la información 3.3. Programa para la sociedad de la información 3.4. Las nuevas empresas y las autorutas de la información
<b>Número de horas</b> <b>Unidad 4</b> 9 horas	<b>Unidad 4</b> 4. Los desafíos de las autorutas de la información 4.1. Los multimedia 4.2. Los intercambios comerciales por vía electrónica
<b>Número de horas</b> <b>Unidad 5</b> 9 horas	<b>Unidad 5</b> 5. De un mundo lento, local y real a un mundo rápido, global y virtual. 5.1. Las sociedad virtuales 5.2. Las democracias virtuales. 5.3. Las empresas virtuales y el teletrabajo 5.4. Las universidades virtuales y la circulación del conocimiento.
<b>Número de horas</b> <b>Unidad 6</b> 12 horas	<b>Unidad 6</b> 6. Los nuevos territorios de la comunicación. 6.1. El reposicionamiento del poder local frente al poder mundial. 6.1.1. Un retorno a lo local. 6.1.2. La comunicación personal universal: utopía y territorio. 6.1.3. Tecnologías de la comunicación y la reconstrucción del lazo social territorial.
<b>Total de horas: 64</b>	
<b>Bibliografía Básica</b> Bockelmann, Franz. <i>Formación y función social de la opinión pública</i> , México, Gustavo Gili, 1983. Delmas, Richard. <i>Vers la société de l'information</i> , Rennes, Apogée, 1995. Dizard, Wilson P. <i>La era de la información</i> , México, Publigráficos, 1985. Ferry, Jean Marc et. al. <i>El nuevo espacio de los públicos</i> , Barcelona, Gedisa, 1992. Habermas, Jürgen. <i>Teoría de la acción comunicativa I y II</i> , Madrid, Taurus, 2005. Habermas, Jürgen. <i>Historia y crítica de la opinión pública</i> , México, Gustavo Gili, 1982. Habermas, Jürgen. <i>El discurso filosófico de la modernidad</i> , Madrid, Taurus, 1989. Levy, Pierre. <i>Qu'est-ce que le virtuel</i> , Paris, La Découvert, 1995. Marchipont, Jean Francois. <i>Les nouveaux réseaux de la communication</i> , Paris, Editions Continent Euripéan, 1995. Martín Serrano, Manuel. <i>La producción social de comunicación</i> , México, Alianza, 2a. ed. 1994. Mattelart, Armand. <i>Les nouveaux scénarios de la communication internationale</i> , Barcelona, Generalitat de Catalunya, 1994. Morin, Edgar. <i>Pour sortir du XXème siècle</i> , Paris, Fernand Nathan, 1982. Murciano, Marcial. <i>Estructura y dinámica de la comunicación internacional</i> , Barcelona, Bosch, 1992. Paillart, Isabel. <i>Les territoires de la communication</i> , Francia, Presse Universitaire de Grenoble, 1993. Rheingold, Howard. <i>Realidad virtual</i> , España, Colección de los límites de la ciencia (Núm. 24), 1994. Sandoval, Víctor. <i>Les autoroutes de l'information</i> , Paris, Hermès, 1995. Scher, Léo. <i>La démocratie virtuelle</i> , Paris, Flamariom, 1994. Toffler, Alvin. <i>El cambio del poder</i> , México, Plaza y Janés, 1990. Trudel, Lina. <i>La population face aux média</i> , Montréal, VLB editeur, 1992. Varios autores. "Territorie, société et communication", in Sciences de la société, Press Universitaire du Mirail, N° 35, 1995. Vitalis, André. <i>Médias et nouvelles technologies</i> , Rennes, Apogée, 1994. Gilles Lipovetsky. <i>Metomorfosis de la cultura liberal</i> , Barcelona, Anagrama, 2002.	

Giovanni Sartori. *Homo videns, la sociedad teledirigida*, México, punto de lectura, 2006.

#### **Bibliografía Complementaria**

Barthes, Roland. *El susurro del lenguaje*, Madrid, Paidós Ibérica, 1994.

Giddens, Anthony. *La teoría social hoy*, México, CONACULTA-Alianza, 1991.

Habermas, Jürgen. *Conciencia moral, acción moral y acción comunicativa*, Madrid, Península, 1985.

Habermas, Jürgen. *La reconstrucción del materialismo histórico*, Madrid, Taurus, 1981.

Luhmann, Niklas. *Sistemas sociales. Lineamientos para una teoría general*, México, U. Iberoamericana-Alianza Editorial, 1991.

Martín Barbero, Jesús. *De los medios de las mediaciones*. México, Gustavo Gili, 1987.

Moles, A. y Rohmer, E. *Teoría estructural de la comunicación y sociedad*. México, Trillas, 1983.

Moreno Aguilar, José L. *Análisis de algunos paradigmas de desarrollo desde una perspectiva estructuralista*. México, ITESO, 1980.

Berrocal, Salomé. *Comunicación Política en televisión y nuevos medios*, Ariel España, 2003.

#### **Sugerencia de Enseñanza y de Aprendizaje**

- Exposición oral
- Ejercicios dentro del aula
- Ejercicios fuera del aula
- Lecturas obligatorias
- Trabajos de investigación

#### **Sugerencia para la evaluación de la asignatura**

- Exámenes parciales
- Exámenes finales
- Trabajos y tareas fuera del aula
- Participación en clase
- Informe de investigación

#### **Perfil profesiográfico de quienes pueden impartir la asignatura**

Licenciados en Ciencias de la Comunicación, Sociología y áreas afines.