

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN II
TEMARIO GENERAL

Coordinadora: Dra. Mireya Márquez Ramírez

Académica tiempo Completo y coordinadora del Área de Teorías – Universidad Iberoamericana
E-mail: mireya.marquez@ibero.mx, 5950-4000 ext. 7634. Twitter: @miremara

SITIO WEB DEL CURSO: www.teoriasibero.org

NOTA. Es obligatorio que el alumno siga el sitio con regularidad para descargar temario, calendario de sesiones y entregas, lecturas, instrucciones para entregas, presentaciones en clase, y consulta del material audiovisual presentado en clase

EVALUACIÓN

EVALUACIONES Y PLAZOS

Examen Parcial (30/30)

Entrega 1 (10/100). Análisis comparativo de noticia (agenda setting y framing) (en Pares)

Exposiciones por equipos (10/100) Presentación de equipos sobre la concentración en las industrias mediáticas (TV, cine, música, editorial, etc.)

Entrega 2: (10/100) Ejercicio de aplicación de conceptos sobre imagen fija en cartel publicitario, poster de película, etc. (Aplicación de conceptos de Barthes)

Entrega 3 (10/100) Aplicación de mecanismos de operación de ideología de Thompson en un discurso

Entrega final (30/100): Producto creativo a partir de aplicación de enfoque teórico (en pares)

DISCIPLINA Y CONDUCTA:

- Se permiten **hasta cuatro faltas justificadas o injustificadas al semestre**. A la quinta no tiene derecho a trabajo final. A la sexta la calificación es automáticamente reprobatoria. Puedo borrarle hasta dos faltas si entrega un trabajo extra. **Nada más.**
- **No se permiten tabletas ni laptops en clase**, use pluma y papel como en los viejos tiempos. Le ayudará el organizar sus pensamientos al tomar apuntes.
- Las presentaciones de clase y las lecturas (si existieran en PDF), así como los videos de clase se subirán al sitio www.teoriasibero.org Es obligatorio que el alumno **siga el sitio con regularidad** para descargar temario, calendario de sesiones y entregas, lecturas, instrucciones para entregas, presentaciones en clase, y consulta del material audiovisual presentado en clase.
- Las lecturas obligatorias indicadas en este temario **son indispensables para cada enfoque** (cada dos o tres sesiones) y pueden ser evaluadas con tareas/cuestionarios/resúmenes y le ayudan a estudiar para el examen. Las complementarias son las lecturas cuyos conceptos son abordados en clase. También son sus fuentes obligatorias para hacer su trabajo final.
- Hay una **bibliografía general que sintetiza todos los contenidos que abordamos al semestre**. Recomendamos tener como material indispensable para toda su carrera y no sólo para este curso, alguno de los siguientes libros (recomendamos más el 1 y sobre todo, el 3). Le servirá como referencia en futuras materias.
 1. D'Adamo, O; V. García Beaudoux, F. Freidenberg (2007) Medios de comunicación y opinión pública, Madrid : McGraw Hill (todos los temas vistos en clase en lenguaje claro y sencillo, útil para ensayo)
 2. De Fleur, M.L. y S.J. Ball-Rockeach (2001) Teorías de la Comunicación de Masas, Barcelona: Paidós (Profundo y Explicativo)
 3. Lozano, José Carlos (2007) Teoría e Investigación de la comunicación de masas, 2da ed. México: Pearson (Más digerible)
 4. McQuail, Denis (2000) Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas, 3ra ed, Barcelona, Paidós (más completo)
 5. Wolf, Mauro (2005) La Investigación en la Comunicación de Masas: Crítica y Perspectivas, México: Paidós (Más sintético)

TEMARIO

REPASO GENERAL. LAS TEORÍAS DE COMUNICACIÓN DE LA ESCUELA CRÍTICA A LOS ESTUDIOS FUNCIONALISTAS (1 sesión)

Debate grupal: ¿Manipulan los medios? Lo que aprendimos en Teoría de la Comunicación I: Teorías de la Prensa, Sociedad de Masas, Teoría de la Aguja Hipodérmica y Propaganda, Modelo de los Dos Pasos, Teoría del Cultivo, Teoría del Aprendizaje Social

ENFOQUE 1. DEBATES SOBRE LA OPINIÓN PÚBLICA (2-3 SESIONES)

- Historia de la Opinión Pública
- Teoría del establecimiento de la agenda (agenda setting), priming y framing (ejercicios en clase)

Lectura para tarea de análisis comparativo:

D'Adamo, Orlando; García Beadoux, V. Y F. Freidenberg (2007) *Medios de Comunicación y Opinión Pública*, Madrid: McGrawhill, Capítulo 8

Entrega 1: Análisis de coberturas de un tema en dos medios diferentes (una semana o cinco días diferentes por medio)

ENFOQUE 2. PROCESO DE PRODUCCIÓN DE NOTICIAS- USA-GB (3 sesiones)

- El “gatekeeper”, portero o guardabarreras: el individuo filtra contenidos
- Dinámica grupal: haciendo un periódico
- Rutinas de producción y objetividad como ritual estratégico

Lectura para la clase:

Tuchman, Gaye (1978/1998) ‘La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas’ Disponible en:

www.ucm.es/BUCM/revistas/inf/11357991/.../CIYC9899110199A.PDF

Lectura que resume la perspectiva:

Lozano, José Carlos (2007) *Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas*, 2da ed. México: Pearson Prentice Capítulo 3: La sociología de la producción de mensajes, p. 33-56

Lecturas de apoyo y mencionadas en clase: “Rutinas, valores y condicionantes en la producción de la noticia: el testimonio de cuatro directores de medios informativos en Monterrey, México”, artículo científico de Lorena Frankenberg y José Carlos Lozano

ENFOQUE 3. TEORÍA CRÍTICA Y ENFOQUES COLONIALISTAS: IMPERIALISMO CULTURAL (3 SESIONES)

- Teorías sobre el Imperialismo cultural y la ideología dominante: el caso Disney
- Críticas a la globalización y la era de la información de industrias culturales: el informe McBride y el Nuevo Orden internacional
- Proyección de documental: *The War on Democracy*, de John Pilger

Lectura en Clase: Dorfman, Ariel y Mattelart, Armand (1972/2005) *Para leer al Pato Donald, Comunicación de Masas y Colonialismo*, México: Siglo XXI (Introducción y págs. 57 a 82)

Lectura de apoyo:

Lozano, José Carlos (2007) *Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas*, 2da ed. México: Pearson Prentice. Capítulo 5. El imperialismo cultural en la comunicación internacional (pp. 79-96)

ENFOQUE 4. TEORÍA CRÍTICA Y SISTEMAS DE PROPIEDAD: ECONOMÍA POLÍTICA CRÍTICA (4 sesiones)

- Economía política de los medios: enfoque crítico sobre sistemas de propiedad
- Conceptos sobre integración vertical y horizontal de las empresas
- Proyección de película: “El Ciudadano Kane”, de Orson Wells o de algún otro documental
- ¿Quiénes son los grandes dueños de los medios en el mundo y en la región en las principales industrias culturales? Exposiciones por equipos sobre cine, música, editorial, televisión, telecomunicaciones, portales.

Algunas lecturas de apoyo para exposiciones (PDFs en sitio):

1. “Los dueños de la palabra: acceso, estructura y concentración de los medios en la América Latina del Siglo XXI” de Guillermo Mastrini y Martín Becerra (2008)
2. “Media Development Indicators: a framework for assessing media development”, Reporte de la UNESCO (2008)
3. “Muchos medios en pocas manos: concentración televisiva y democracia en América Latina” de Raúl Trejo Delarbre (2010)
4. “Los medios digitales: México” de Rodrigo Gómez y Gabriel Sosa Plata para la Open Society (2011)

Lectura que resume este enfoque:

Lozano, José Carlos (2007) *Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas*, 2da ed. México: Pearson Prentice. Capítulo : 4

ENFOQUE 5. DEBATES SOBRE GLOBALIZACIÓN: CONTRA-IMPERIALISMO CULTURAL E IDENTIDADES HÍBRIDAS (2 sesiones)

- Casos de contra-imperialismo cultural y dominación regional (anime japonés, telenovelas mexicanas, etc.)
- Flujos culturales, convergencia y transnacionalización; Identidad cosmopolita e hibridación cultural

Lectura Obligatoria:

Jenkins, Henry (2009) “Cosmopolitanismo Pop: Cartografiando los Flujos Culturales en una era de convergencia mediática”, en *Fans, blogueros y videojuegos: la cultura de la colaboración*, Barcelona: Paidós

Lectura complementaria:

“Cultura Mainstream” de Frederic Martell

ENFOQUE 6. ESTUDIOS CULTURALES Y ANÁLISIS DEL MENSAJE 1: IMAGEN Y PRODUCCIÓN DE SIGNIFICADO (4 sesiones)

- Introducción a la semiótica y el post-estructuralismo 1: representación signo, significado, significante de Stuart Hall
- Introducción a la semiótica y el post-estructuralismo 2: mito, connotación, denotación de Barthes
- Los elementos de análisis de la imagen en movimiento de Barthes
- Orientalismo y representación: la otredad en las imágenes

Lecturas mencionadas o abordadas en clase:

1. Hall, Stuart (ed.), (1997) *Representation: cultural representations and signifying practices*, Londres: The Open University (Capítulo 1 “The Work of Representation”)
2. Barthes, Roland (2009) *Lo obvio y lo obtuso: imágenes, gestos y voces*, Parte 1: “La Retórica de la Imagen”
3. Barthes, Roland (Varias ediciones) *Mitologías*, Madrid: Siglo XXI

ENTREGA: Análisis de Imagen con base en esta lectura: Barthes, Roland (1970) 'El tercer sentido: notas acerca de algunos fotogramas de S. M. Einsestein', en Barthes, R. *Lo obvio y lo Obtuso: Imágenes, Gestos y Voces*, Barcelona: Paidós, 55-77

APLICACIÓN DE EXAMEN PARCIAL

ENFOQUE 7. ESTUDIOS CULTURALES Y ANÁLISIS DEL MENSAJE VISUAL Y TEXTUAL: MECANISMOS DE IDEOLOGÍA, PODER Y DISCURSO (4 sesiones)

- Introducción a Conceptos clave 1: Representación, ideología, Poder y Discurso
- Introducción a conceptos clave 2: Otredad y Orientalismo de Edward Said
- Introducción a Conceptos clave 3: Arquetipos y Estereotipos: Género, Raza y Nacionalismo en los Medios
- Los mitos en las noticias

Lectura abordada en clase:

1. Hall, Stuart (ed.), (1997) *Representation: cultural representations and signifying practices*, Londres: The Open University (Capítulo "Otherness")
2. Lule, J. (2001). *Daily News, Eternal Stories*. New York: The Guildord Press.
3. Said, Edward (1976) *Orientalismo* (Varias ediciones)

Lectura para Tarea: Thompson, John (1998) *Ideología y Cultura Moderna. Teoría Crítica Social en la era de comunicación de masas*, México: UAM-X (pp. 81-110) – Aplicar los conceptos de Thompson a un discurso

Respaldo para entender este enfoque y hacer ensayo:

Lozano, José Carlos (2007) *Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas*, 2da ed. México: Pearson Prentice. Capítulo 8. La Polisemia de los mensajes (pp. 149-166)

ENFOQUE 8. ESTUDIOS CULTURALES 3: PROCESO DE AUDIENCIA Y RECEPCIÓN (3 sesiones)

- Stuart Hall y el Encoding-Decoding Model
- Recepción negociada y recepción activa y las mediaciones de Jesús Martín Barbero
- Fans y audiencias activas

Lectura abordada en clase

Jenkins, H. (2009) ¿Audiencias interactivas? La inteligencia colectiva de los fans mediáticos" en *Fans, bloggers y videojuegos: la cultura de la colaboración*, Barcelona: Paidós

Respaldo para entender este enfoque y hacer ensayo:

Lozano, José Carlos (2007) *Teoría e Investigación de la Comunicación de Masas*, 2da ed. México: Pearson Prentice. Capítulo 10. Los Estudios Culturales (pp. 177-208)