

	<b>Contenidos Programáticos</b>	<b>Código</b>	FGA-23 v.01
		<b>Página</b>	1 de 8

FACULTAD: ARTES Y HUMANIDADES

PROGRAMA: COMUNICACIÓN SOCIAL

DEPARTAMENTO DE: COMUNICACIÓN SOCIAL

CURSO :	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN I	CÓDIGO:	152012
ÁREA:	FORMACIÓN PROFESIONAL		
REQUISITOS:		CORREQUISITO:	TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN II
CRÉDITOS:	3	TIPO DE CURSO:	TEÓRICO

#### JUSTIFICACIÓN

***¿Cómo abordar las teorías de comunicación de masas para fundamentar el discurso académico y profesional de los estudiantes en formación del programa de comunicación social?***

La formación de los estudiantes de Comunicación Social requiere una fundamentación teórica que les permita identificar los orígenes de la comunicación en el mundo y su incidencia en la vida del hombre. Así mismo, cómo evoluciona el concepto técnico de la comunicación abordado por otras disciplinas hasta la construcción de un enfoque relacionado con la profesión del comunicador y sus escenarios de formación para abordar la carrera con sentido crítico y propositivo.

La asignatura Teoría de la Comunicación I propone la revisión analítica de la escuela norteamericana de comunicación, en la que su naturaleza se encamina hacia el paradigma del funcionalismo y por lo tanto, los modelos de comunicación tienen como particularidad la rigidez entre los diferentes componentes de los actos comunicativos. "Entendiendo para esto las lógicas de los paradigmas de las ciencias de la comunicación, desde una reflexión social, humana, universal, latinoamericana, crítica y reflexiva" Duarte

Partiendo de este recorrido por las diferentes teorías y modelos funcionalistas de la comunicación, el estudiante implementará el análisis de contenido y la construcción de un discurso crítico del escenario mediático y social de la comunicación, en los que prima la causa y el efecto sobre los públicos.

Además, el curso le permitirá al estudiante contraponer a medida que avanza su proceso de formación, las miradas desde los enfoques norteamericano, europeo y latinoamericano, en los cuales promueven tendencias completamente diferentes y necesarias de identificar para fortalecer su dinámica profesional.

	<b>Contenidos Programáticos</b>	<b>Código</b>	FGA-23 v.01
		<b>Página</b>	2 de 8

### OBJETIVO GENERAL

Analizar la naturaleza de la comunicación como ciencia, desde las teorías y modelos propuestos por la escuela norteamericana y su paradigma funcionalista.

### OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Ø Identificar los orígenes y conceptos básicos de la comunicación.
- Ø Reconocer los elementos, teorías y modelos de la escuela norteamericana de la comunicación.
- Ø Orientar al estudiante en el análisis de contenido promovido por los medios desde el paradigma funcionalista de la comunicación.
- Ø Generar espacios de discusión para sensibilizar a los estudiantes frente a las temáticas comunicacionales actuales de la sociedad.
- Ø Establecer escenarios creativos desde el aula, que permitan a los estudiantes, generar propuestas críticas y reflexivas para el manejo de contenidos en los medios de comunicación masivos.

### COMPETENCIAS

El estudiante identificará los elementos de comunicación y sus orígenes.  
 El estudiante estará en la capacidad de indagar sobre las etapas relevantes de la comunicación.  
 El estudiante fundamentará e interpretará las influencias de la comunicación en la vida del hombre y la sociedad.  
 El estudiante estimulará su capacidad de análisis de mensajes de comunicación.  
 El estudiante identificará las diferentes teorías de la comunicación sus enfoques y escuelas desde el enfoque de la escuela norteamericana de comunicación.

UNIDAD 1(Temas de la unidad. Copie y pegue las casillas de acuerdo al número de unidades)

TEMA	HORAS DE CONTACTO DIRECTO	HORAS DE TRABAJO INDEPENDIENTE DEL ESTUDIANTE
<b>UNIDAD I. Conceptos básicos.</b> <b>¿Cuál ha sido el desarrollo de la comunicación en la sociedad?</b> Concepto y tipos de Comunicación La Historia de la Comunicación Conceptos de teoría, paradigma y relación de la comunicación con otras ciencias Dimensiones de la Comunicación	15	7

	<b>Contenidos Programáticos</b>	<b>Código</b>	FGA-23 v.01
		<b>Página</b>	3 de 8

<b>UNIDAD II.</b> <b>¿Cuáles son las teorías de la comunicación desde el enfoque funcionalista que han incidido en la cultura y la sociedad?</b> Teoría Estructural – funcionalista Teoría determinismo tecnológico – aldea global Aguja hipodérmica Efectos limitados Agenda Setting Agenda building. Espiral del silencio	12	7
<b>UNIDAD III</b> <b>¿Cómo identificar los modelos de la comunicación y sus efectos desde lo funcionalista en los escenarios comunicativos?</b>  <ul style="list-style-type: none"> <li>- Modelo Shannon y Weber</li> <li>- Modelo de Harold Laswell</li> <li>- Modelo de los dos pasos</li> <li>- Modelo de Osgood y Schramm</li> </ul>	12	7

**METODOLOGIA** (Debe evidenciarse el empleo de nuevas tecnologías de apoyo a la enseñanza y al aprendizaje)

- |  |
|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Guías de trabajo y restitución de lecturas</li> <li><input type="checkbox"/> Realización de ordenadores mentales: mapas conceptuales físicos y virtuales.</li> <li><input type="checkbox"/> Clases magistrales con lecturas previas donde los estudiantes puedan analizar y desarrollar los conceptos pertinentes como conclusiones de la discusión.</li> <li><input type="checkbox"/> Exposiciones y consulta en la web, con manejo de fuentes bibliográficas.</li> <li><input type="checkbox"/> Discusiones de clase que les permita expresar sus argumentos y concluir sobre aspectos relevantes de la discusión</li> <li><input type="checkbox"/> Talleres prácticos donde el estudiante a partir de la investigación genere análisis de contextos comunicacionales.</li> <li><input type="checkbox"/> Apreciación cinematográfica para la discusión desde la temática abordada en clase.</li> </ul> |
|--|

**SISTEMA DE EVALUACION**

<p>El estudiante deberá analizar e interpretar los contenidos vistos en cada encuentro y disertar sobre los mismos. El aprendizaje de los contenidos se apoyará con lecturas, participación activa en los talleres, quices y mesas de trabajo.</p> <p>Se realizarán 3 parciales escritos, exposiciones, talleres y quices para completar el 100% de la evaluación. La participación y asistencia del estudiante es fundamental en el proceso de formación.</p>
--

	<b>Contenidos Programáticos</b>	<b>Código</b>	FGA-23 v.01
		<b>Página</b>	4 de 8

#### BIBLIOGRAFIA BASICA

<b>Estética y comunicación: de acción, pasión y seducción.</b> <a href="#">Mandoki, Katya</a> . Bogotá 2006.
<b>Los cínicos no sirven para este oficio</b> Ryszard Kapuscinski. <b>Sobre el buen periodismo.</b> Editorial Anagrama, Barcelona, 2014.
<b>Teoría crítica de los medios de comunicación:</b> Rodríguez <a href="#">Gina Paola Ivonne León Patricia, Reyes Pablo Ignacio y Moreno Segura Laura</a> . Universidad Nacional. Bogotá.2009
<b>Teorías de los Medios de Comunicación.</b> Boni, Federico. Barcelona. 2008
<b>Teroría Critica de la Escuela de Frankfurt.</b> Osorio Néstor Sergio. 2007 Revista Universidad Militar Nueva Granada.
<b>Teoría de la Comunicación, La comunicación, la vida y la sociedad.</b> Serrano, Manuel Martín. Editorial Mac Graw-Hill, Madrid, 2007.
<b>Formas del discurso : de la teoría de los signos a las prácticas comunicativas.</b> <a href="#">Palleiro, María Inés</a> ; <a href="#">Di Marzo, Silvia Elena</a> ; <a href="#">Fabaro, Rita Rosalía del Carmen</a> ; <a href="#">Luque, Irene</a> ; <a href="#">Miño, Mercedes Laura</a> ; <a href="#">Muñoz, Lili</a> ; <a href="#">Suárez Lissi, María Beatriz</a> . Argentina 2008.
<b>Sentidos de la comunicación: Teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación.</b> Marafioti, Roberto. Editorial Biblos, Buenos Aires, 2005.
<b>Investigación y Teorías de la comunicación Masiva.</b> Rocha Ernesto. Valencia España. 2002.

#### BIBLIOGRAFIA COMPLEMENTARIA

<b>Introducción a las Teorías de la Comunicación y Formación.</b> Aguado Terrón, Juan Miguel. Universidad de Murcia 2004 <b>Teorías de la Comunicación. Ámbitos, Métodos y Perspectivas.</b> Alsina Rodrigo Miquel, Valencia España. 2001 <b>Teoría de la Comunicación: una propuesta.</b> Martín Manuel Algarra. España 2003
---

#### DIRECCIONES ELECTRONICAS DE APOYO AL CURSO

<a href="http://www.eumed.net">www.eumed.net</a> <a href="http://comunicacionsocialudi.wordpress.com/">http://comunicacionsocialudi.wordpress.com/</a>
<a href="http://www.tesisenred.net">www.tesisenred.net</a> <a href="http://www.razonypalabra.org.mx/">http://www.razonypalabra.org.mx/</a> <a href="http://blogs.unir.net/comunicacion/">http://blogs.unir.net/comunicacion/</a>
<a href="http://www.monografias.com">www.monografias.com</a> <a href="http://www.librosyeditores.com/">http://www.librosyeditores.com/</a> <a href="http://www.unesco.org">www.unesco.org</a> <a href="http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n59/especialserrano/indexespecial.html">http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n59/especialserrano/indexespecial.html</a>

NOTA: EN CADA UNA DE LAS UNIDADES EL DOCENTE DEBERA PROPONER MÍNIMO UNA LECTURA EN LENGUA INGLESA Y SU MECANISMO DE CONTROL

	<b>Contenidos Programáticos</b>	<b>Código</b>	FGA-23 v.01
		<b>Página</b>	5 de 8

<b>UNIDAD N° 1</b>						
<b>NOMBRE DE LA UNIDAD</b> Conceptos básicos.						
<b>COMPETENCIAS A DESARROLLAR</b>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>- El estudiante identificará el desarrollo de la comunicación y su evolución</li> <li>-El estudiante identificará los elementos de comunicación y sus orígenes.</li> </ul>						
CONTENIDOS	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL PROFESOR	HORAS CONTACTO O DIRECTO	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL ESTUDIANTE	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE	HORAS ACOMPAÑAMIENTO O AL TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS DE EVALUACION QUE INCLUYA LA EVALUACION DEL TRABAJO INDEPENDIENTE
<p>Concepto y tipos de Comunicación</p> <p>La Historia de la Comunicación</p> <p>Conceptos de teorías, paradigma y relación de la comunicación con otras ciencias.</p> <p>Dimensiones de la Comunicación</p>	<p>Orientación conceptual sobre los elementos básicos de comunicación.</p> <p>Clase magistral e indicaciones para la elaboración de mapas conceptuales.</p> <p>Clase magistral</p>	15	<p>Consulta de información sobre las generalidades de la comunicación. Organización de la exposición para realizar en clase.</p> <p>Lectura del texto: Introducción a los medios de comunicación. Luis López Forero.</p> <p>Consulta de información sobre las dimensiones de la comunicación. Identificación de las dimensiones de la comunicación en espacios públicos y cotidianos donde se promueve la diversidad social.</p>	7	4	<p>Exposiciones grupales sobre las generalidades de la comunicación.</p> <p>Restitución de lectura Introducción a los medios de comunicación.</p> <p>Elaboración y sustentación de los mapas conceptuales elaborados en clase.</p> <p>Sustentación del ejercicio de campo sobre las dimensiones de la comunicación en espacios públicos cotidianos que promueven la diversidad social.</p>

	<b>Contenidos Programáticos</b>	<b>Código</b>	FGA-23 v.01
		<b>Página</b>	6 de 8

## UNIDAD N° 2

### NOMBRE DE LA UNIDAD

Teorías y enfoques de la comunicación desde la escuela del paradigma funcionalista.

### COMPETENCIAS A DESARROLLAR

-El estudiante identificará y analizará las diferentes teorías de la comunicación y sus aportes a la sociedad desde la escuela funcionalista.

- El estudiante estimulará su capacidad de análisis de mensajes de comunicación

CONTENIDOS	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL PROFESOR	HORAS CONTACTO DIRECTO	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL ESTUDIANTE	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE	HORAS ACOMPAÑAMIENTO AL TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS DE EVALUACION QUE INCLUYA LA EVALUACION DEL TRABAJO INDEPENDIENTE
1. Teoría Estructural funcionalista 2. Teoría determinismo tecnológico aldea global 3. Aguja hipodérmica 4. Efectos limitados 5. Agenda Setting Agenda building	Orientación para la elaboración de las exposiciones sobre las teorías de la comunicación.  Explicación de los elementos	12	-Lectura de textos -Realización de glosarios -Consultas -Participación en debates.  Identificación de la aplicación de las teorías de la comunicación en piezas publicitarias en los medios masivos.	6	1	Exposiciones sobre las teorías de la comunicación.  Análisis de las piezas publicitarias de comunicación masiva.  Quices -Controles de lectura -Participación en debates.  Exámenes escritos



## Contenidos Programáticos

**Código**

FGA-23 v.01

**Página**

7 de 8

### UNIDAD N° 3

#### NOMBRE DE LA UNIDAD

**Modelos de Comunicación**

#### COMPETENCIAS A DESARROLLAR

-El estudiante estará en la capacidad de identificar y analizar los diferentes modelos de comunicación y su efecto en el proceso comunicativo

CONTENIDOS	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL PROFESOR	HORAS CONTACTO DIRECTO	ACTIVIDADES A DESARROLLAR POR EL ESTUDIANTE	HORAS TRABAJO INDEPENDIENTE	HORAS ACOMPAÑAMIENTO AL TRABAJO INDEPENDIENTE	ESTRATEGIAS DE EVALUACION QUE INCLUYA LA EVALUACION DEL TRABAJO INDEPENDIENTE
1. Modelo Shannon y Weber 2. Modelo de Harold Laswell 3. Modelo de los dos pasos 4. Modelo de Osgood y Scharamm	Clases Magistral de conceptos -Ejemplificación del poder de los mensajes a través de análisis de comerciales.	12	Búsqueda de información y consulta de aportes complementarios.  -Lectura del textos La sociología de las profesiones de la comunicación. Eric Maigret.  Investigación y preparación de exposiciones a partir de cada uno de los modelos de comunicación.	6	1	Restitución de la lectura "La sociología de las profesiones de la comunicación"  Conclusiones del trabajo grupal para la revisión de los modelos de comunicación.

	<b>Contenidos Programáticos</b>	<b>Código</b>	FGA-23 v.01
		<b>Página</b>	8 de 8

**BIBLIOGRAFIA**

Aguadero, F. (1997). ***La Sociedad de la Información***. Acento Editorial. Madrid.

Balle, Francis (1991). ***Comunidad y Sociedad, Evolución y análisis comparativo de los medios***. Tercer Mundo Editores. 514 p.

Castells, Manuel (1998). ***La era de la información***. Alianza Editorial

Fuentes, Juan Luis (1980). ***Comunicación***. Madrid – España. M. Fernández y Cía.

Galeano, Ernesto Cesar (1997). ***Modelos de Comunicación, desde los esquemas de “estímulo-respuesta” a la “comunicación contingente”***. Ediciones Macchi. 146 p.

Lazarsfeld, Paul y Merton, Robert K. (1992). ***Los Medios de Comunicación de Masas, el gusto popular y la acción Social Organizada***, en Bell y otros (Comp.) *Industria Cultural y Sociedad de Masas*. Editorial Monte Ávila editores. p.p. 231-259.