



TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN II

Especialista en contenido:	LIC. JUAN CARLOS GARCÍA	AUTORIZADO POR VICE RECTORADO ACADÉMICO
Fecha de elaboración:	NOVIEMBRE, 1998	
Elaborado por:	LIC. JUAN CARLOS GARCÍA	

(FIRMA Y SELLO)

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

El presente programa presente dar a conocer la producción contemporánea de conocimientos e ideas, respecto al proceso comunicacional y el fenómeno de la información. El programa está compuesto por cinco (5) unidades temáticas: **I** Comunicación y Sociedad, **II** Sociología de la Comunicación, **III** Sociedad de la Información, **IV** Sociopolítica de la Comunicación, **V** Comunicación Contemporánea.

MODALIDAD Y ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA

Estudios
Talleres
Conferencias
Discusión Grupal

ESTRATEGIA DE ESTUDIO

Consulta Bibliográfica
Lectura dirigida
Investigación
Análisis y síntesis de material escrito
Realización de esquemas y resúmenes

OBJETIVO TERMINAL DE LA ENSEÑANZA

Analizar el papel de los medios de la comunicación como formadores activos de la sociedad, así como los efectos de las modernas tecnologías aplicadas a los procesos comunicacionales de la sociedad humana.

UNIDAD II	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD	RECONOCER LA IMPORTANCIA DE LOS PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA CONFIGURACIÓN DE LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA...
DURACIÓN	
3 SEMANAS	
EVALUACIÓN	
10 % TRABAJO DE APLICACIÓN	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
• Lectura Dirigida • Revisión Bibliográfica • Discusión Grupal	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1. Definir: Democracia, Participación, Estado, Rol, Estratificación, clase, lucha de clase, proceso social. 2. Reconocer los elementos que conforman las estructuras sociales. 3. Identificar los medios de comunicación e información que operen en ella. 4. Identificar el papel o rol de los mismos dentro de la estructura social contemporáneo	
CONTENIDOS	
• Sistema Social. • Instituciones sociales, Grupos económicos, grupos de presión, gremios, etc.	

UNIDAD III	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN	IDENTIFICAR LAS INVESTIGACIONES QUE GENERAN CONOCIMIENTO EN EL ÁREA SOCIAL A PARTIR DEL ESTUDIO DE LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN..
DURACIÓN	
4 SEMANAS	
EVALUACIÓN	
20 % TRABAJO DE APLICACIÓN	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
• Exposiciones • Lectura dirigida • Revisión bibliográfica • Discusión Grupal	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1. Reconocer la importancia que tienen en la conformación social los procesos de comunicación e información. 2. Interpretar la importancia de la opinión pública. 3. Identificar el aporte de la sociología al estudio del fenómeno comunicacional.	
CONTENIDOS	
• Sociología de la comunicación. • El público, la audiencia y el mercado. • La producción de mensajes. • La información, propaganda, publicidad, promoción como productos y sus efectos. • La opinión pública como proceso	

UNIDAD IIII	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN	ANALIZAR EL IMPACTO QUE EN LA COMUNICACIÓN DE LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA HAN TENIDO LAS TECNOLOGÍAS APLICADAS AL ALMACENAMIENTO Y RECUPERACIÓN DE INFORMACIÓN...
DURACIÓN	
2 SEMANAS	
EVALUACIÓN	
10 % TRABAJO DE APLICACIÓN	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
• Trabajo de Investigación. • Exposición.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1. Describir las características de una sociedad informatizada. 2. Reconocer las características del sistema de información mundial. 3. Analizar el impacto que en la comunicación de la sociedad contemporánea han tenido la tecnologías aplicadas al almacenamiento y recuperación de información.	
CONTENIDOS	
• Redes de Información. • La producción de información (noticias) • Banco de Datos. • Internet como nuevo de comunicación.	

UNIDAD IV	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
SOCIOPOLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN	ANALIZAR LOS ESTUDIOS QUE ABORDAN LA COMUNICACIÓN Y LA FORMACIÓN CENTRÁNDOSE EN SUS IMPLICACIONES POLÍTICO SOCIALES...
DURACIÓN	
3 SEMANAS	
EVALUACIÓN	
20 % TRABAJO DE APLICACIÓN	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
• Discusión Estructurada • Revisión Bibliográficas • Análisis de lecturas • Charlas o Conferencias	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1. Reconocer el carácter político implícito en común acto comunicativo o informativo. 2. Reconocer la importancia del análisis a partir de los polos de la relación o proceso de comunicación (emisor-receptor). 3. Diferenciar las distintas posturas respecto a éste fenómeno. 4. Analizar estudios de comunicación e información centrándose en sus implicaciones políticas – sociales.	
CONTENIDOS	
• Política en la estructura social – cultura y sociedad ideología. • La ideología y la cultura como mercancía (Telenovela, cómics, noticieros) • Sistema político y comunicación. • Lo privado y lo público en comunicación.	

UNIDAD V	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
LA COMUNICACIÓN CONTEMPORÁNEA	RECONOCER EL PENSAMIENTO CONTEMPORÁNEO E TORNAR AL PROCESO COMUNICACIONAL Y SU INFLUENCIA SOCIAL..
DURACIÓN	
4 SEMANAS	
EVALUACIÓN	
40 % TRABAJO DE APLICACIÓN	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
• Revisión Bibliográfica. • Discusión dirigida. • Análisis de lectura	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1. Conocer los principales autores contemporáneos que producen conocimiento en torno al proceso comunicacional. 2. Reconocer la importancia del proceso de la comunicación y la formación en la conformación social contemporánea.	
CONTENIDOS	
• Apocalípticos en integrados Humberto Eco. • Teoría de la Acción comunicativa – Jungüen Habernas. • Comunicación y cultura Fernando Savater y Carlos Monsivais • Procesos de Recepción y Apropiación. • Nuevos modelos en Comunicación.	

BIBLIOGRAFÍA

- Bell Adorno, Merton y otros, (1969) **INDUSTRIA CULTURAL Y SOCIEDAD DE MASAS**. Monte ávila Editores. Caracas.
- Chacón, Alfredo (1975) **CULTURA Y DEPENDENCIA** Monte Ávila Editores, Caracas.
- De Fleur, Melvin L. **TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN MASIVA**. Pailos, Buenos Aires.
- Eco, Umberto (1968) **APOCALIPTICOS E INTEGRADOS ANTE LA CULTURA DE MASAS**. Lumen.. Barcelona-España.
- Lizarazo A., Diego, (1998) **LA RECONSTRUCCIÓN DEL SIGNIFICADO** Editorial Addison Wesley, Longman México.
- Lozano, José carlos (1996) **TEORÍA E INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS** Editorial Alhambra Mexicana 1era Edición.
- Marín Barbero, Jesús (1988) **PROCESO E COMUNICACIÓN Y MATRICESDE CULTURA**, Gustavo Gili, México.
- Moragas, Miguel de (1981) **TEORIAS DE LA COMUNICACIÓN**, Gustavo Gili, Barcelona.
(1985) **SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS**, Gustavo Gili, Barcelona.
- Pascuali,, Antonio (1972) **COMUNICACIÓN Y CULTRA DE MASAS U.C.V**, Caracas.
- Toffler, Alvin (1990) **EL CAMBIO DE PODER**, Editorial Plaza & Janés. Barcelona, España.
- Yuren, Adrián (1984) **CONOCIMIENTO Y COMUNICACIÓN** , Editorial Alhambra Mexicana, México