

## Programas de Estudio por Competencias Formato Base

### 1. IDENTIFICACIÓN DEL CURSO

Centro Universitario

Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades

Departamento:

Departamento de Sociología/Departamento de Estudios de la Comunicación Social

Academia:

Orientación en Sociología de la Comunicación (Licenciatura en Sociología)

Nombre de la unidad de aprendizaje

Los Medios de Comunicación e Información en México

Clave de la materia:	Horas de teoría:	Horas de práctica:	Total de Horas:	Valor en créditos:
SO210	64	0	64	9

Tipo de curso:	Nivel en que se ubica:	Carrera	Prerrequisitos:
<input type="radio"/> C = curso	<input type="radio"/> Licenciatura	<input type="radio"/> Sociología	Ninguno

Área de formación

Especializante Selectiva

Elaborado por:

Mtra. Teresa de Jesús González Pérez

Fecha de elaboración:

Enero 2013

Fecha de última actualización

Enero 2014

## 2. PRESENTACIÓN

El curso de **Los Medios de Comunicación e Información en México** se inscribe en el área de formación especializante selectiva con orientación en estudios sobre comunicación social, de la Licenciatura en Sociología. En este curso conocerás el origen y el desarrollo del sistema institucionalizado de comunicación pública dominante en nuestros días: los medios de comunicación e información en México. Los sistemas institucionalizados de comunicación pública son las organizaciones especializadas, que con recursos materiales y humanos se encargan de la producción, distribución y uso de la información que interesa o afecta a la sociedad. Se sirven de medios, instrumentos y tecnologías que permiten una rápida y multiplicada producción, una amplia distribución y una extensa y pronta recepción de los productos comunicativos. Transmiten una determinada cultura, elaborando representaciones ideológicas colectivas, es decir, difunden una visión del mundo determinada por la clase o grupo social que controla la comunicación pública.

A través de la evolución histórica que han tenido los medios comprenderás cómo llegan a formar parte de tu vida cotidiana y analizarás, críticamente, los mensajes que transmiten y cómo forman tu cultura.

Para comprender la situación actual de los medios de comunicación e información estudiaremos la evolución histórica que han tenido, tanto los impresos como los radiofónicos, televisivos y el cine, así como su inserción en la sociedad mexicana. El desarrollo de los medios de comunicación de masas tuvo el impulso del Estado, pero principalmente de los grupos empresariales que crearon monopolios comunicativos que dominan actualmente en nuestro país. El alumno puede elegir este curso a partir del sexto semestre de su formación, no tiene prerrequisito ni lo constituye para ningún otro curso.

## 3. UNIDAD DE COMPETENCIA

El alumno desarrollará las siguientes competencias:

- Revisar críticamente la evolución histórica de los medios de comunicación en México
- Conocer los argumentos principales de los diferentes medios de comunicación.
- Desarrollar estrategias de transmisión de conocimientos
- Creatividad para mejorar su ámbito profesional acorde con los códigos de la ética.

## 4. SABERES

<b>Saberes Prácticos</b>	<p>Conocer el origen, desarrollo y estado actual de los medios de comunicación en México</p> <p>Analizar los productos comunicacionales en los diversos medios: prensa, radio, televisión y cine.</p> <p>Desarrollar un estado de la cuestión en relación con la trayectoria de los medios de comunicación en México.</p>
--------------------------	---

<b>Saberes teóricos</b>	<p>Reconocer los argumentos principales que sostienen las distintas perspectivas para comprender y estudiar la historia de los medios de comunicación.</p> <p>Valorar la importancia de los estudios realizados y coadyuvar para el desarrollo de investigaciones en este campo de estudios.</p>
<b>Saberes formativos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desempeñar su ejercicio profesional con el objetivo principal de atender necesidades sociales.</li> <li>• Respeto a la diversidad de opinión</li> <li>• Objetividad</li> <li>• Creatividad</li> <li>• Ética</li> <li>• Profesionalismo</li> <li>• Respeto</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Actitud crítica y autocrítica</li> <li>• Compromiso social</li> </ul>

## 5. CONTENIDO TEMÁTICO (temas y subtemas)

<p><b>LA PRENSA EN MÉXICO: DE SU ORIGEN AL ESTADO ACTUAL</b></p> <p>1.1 Origen de la prensa en México</p> <p>1.2 Desarrollo histórico de la prensa en el Siglo XX</p> <p>1.3 Prensa y poder político</p> <p>1.4 La prensa en Jalisco</p> <p><b>LA RADIO EN MÉXICO: NACIMIENTO Y DESARROLLO</b></p> <p>2.1 El surgimiento de la radio en México</p> <p>2.2. La radio comercial y la influencia norteamericana</p> <p>2.3 La radio y el Estado</p> <p>2.4. La radio en Jalisco</p> <p>2.5 Radio y ciudadanía</p> <p><b>LA TELEVISIÓN EN MÉXICO: SURGIMIENTO Y EVOLUCIÓN</b></p> <p>3.1 Surgimiento de la televisión en México</p> <p>3.2 Las primeras transmisiones, canales 2, 4 y 5</p> <p>3.3 Expansión de la industria televisiva 1959-1970</p> <p>3.4 La televisión en Jalisco</p> <p>3.5 Las televisiones en México</p> <p>3.6 Televisión pública, privada y por cable</p>
--

## **INTERNET EN MÉXICO**

- 4.1 Internet y su evolución en México
- 4.2 Internet, poder y sociedad
- 4.3 Usos de la internet en México

### **6. ACCIONES**

Registrar aspectos desde el contexto histórico – científico de los diversos ámbitos de los medios de la comunicación.  
Planeación, discusión y realización de trabajo en equipo.

### **ELEMENTOS PARA LA EVALUACIÓN**

<b>7. Evidencias de aprendizaje</b>	<b>8. Criterios de desempeño</b>	<b>9. Campo de aplicación</b>
Participación en la discusión y retroalimentación a sus compañeros en los foros temáticos.  Reportes de comprensión y análisis de las lecturas básicas y la elaboración de un trabajo final.	Lectura de la bibliografía básica recomendada. Aportación con preguntas generadoras en los foros y retroalimentación a sus compañeros. Realización y entrega de reportes de lectura. Ensayo final.	Experiencia en la redacción de escritos académicos.  Experiencia de indagación de documentos históricos y de investigación que podrán apoyar proyectos de investigación

### **10. CALIFICACIÓN**

Actividades preliminares, de aprendizaje e integradoras 70 % participación en los foros mínimo una vez por cada tema y retroalimentación a dos compañeros 20 %, ensayo final 10 % TOTAL 100

### **11. ACREDITACIÓN**

Obtener calificación mínima de 60 / 100 como promedio de los criterios de calificación

### **12. BIBLIOGRAFÍA**

#### **BIBLIOGRAFÍA BASICA OBLIGATORIA**

1. ACEVES GONZÁLEZ, Francisco de Jesús “La triste historia de la industria tapatía de televisión” En Revista Universidad de Guadalajara. Dossier, no. 20, Otoño 2000

Disponible en <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug20/art2.html>

(Consultado el 23 de octubre de 2012).

2. ARREDONDO RAMIREZ, Pablo. Acceso y usos de internet en el occidente de México: El caso Jalisco. En Comunicación y Sociedad. [http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/cys8\\_2007/cys\\_n8\\_2.pdf](http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/cys8_2007/cys_n8_2.pdf)
3. ARREDONDO RAMIREZ, Pablo y Enrique E. Sánchez Ruíz. *Comunicación social, poder y democracia en México*. Guadalajara, U de G., C.E.I.C, 1987. (Difusión Científica)
4. ARREDONDO RAMIREZ, Pablo *Los medios de comunicación en Jalisco*. Guadalajara, Universidad de Guadalajara, 1986 (Cuadernos de difusión científica n. 3)
5. CARREÑO CARLÓN, José. "Un modelo histórico de la relación entre prensa y poder en México en el siglo XX" en *Revista Mexicana de Comunicación*. Disponible en <http://www.saladeprensa.org/art102.htm> (Consultado el 5 de enero de 2013)
6. CORONA BERKIN, Sarah (1993). "La televisión: informe de Salvador Novo y Guillermo González. Entre melón y sandía". En: *Revista Comunicación y Sociedad* n.16-17 [http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/16-17\\_1993/195-239.pdf](http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/16-17_1993/195-239.pdf) (Consultado el 5 de enero de 2013)
7. DE LA GUARDIA, Carlos, Fernando Gutiérrez, Octavio Islas (1996) " *Internet: el medio inteligente*" En *Razón y palabra*, n.3, may-jul 1996 Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n3/mcluhan.html> (Consultado el 3 de noviembre de 2012)
8. FIERRO VILLAVICENCIO, David, "Investigación sobre los hábitos de los cibernautas en México" en. Octavio Islas, *Experiencias de empresas exitosas de Internet en México*. [http://www.scielo.unal.edu.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0122-82852010000200005&lng=es&nrm=](http://www.scielo.unal.edu.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852010000200005&lng=es&nrm=) (Consultado el 13 de octubre del 2012)
9. GÓMEZ, Rodrigo y Gabriel Sosa, "La concentración en el mercado de la televisión restringida en México", En *Comunicación y Sociedad*, No. 14, Julio-Diciembre de 2010, pp. 109-142, disponible en [http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/volumenes/cys14\\_10.htm](http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/volumenes/cys14_10.htm)

(Consultado el 13 de octubre del 2012)

10. HERNANDEZ LOMELI, Francisco, Guillermo Orozco Gómez *Televisión en México: un recuento histórico*. Guadalajara, Universidad de Guadalajara. 2007
11. SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E. "Los medios de comunicación masiva en México, 1968-2000" En BIZBERG, Ilán y Lorenzo Meyer, Coords. *Una historia contemporánea de México: Actores*. México. Océano, 2005
12. TREJO DELARBRE, RAÚL. (1996) , "Prensa y gobierno: Las relaciones perversas. Los medios, espacios y actores de la política en México" Disponible en [http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/25-26\\_1996/35-55.pdf](http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/25-26_1996/35-55.pdf) (Consultado el 5 de enero de 2013)
13. ZARUR OSORIO, Antonio E "El Estado y el modelo de televisión adoptado en México: el Salinismo" Disponible en <http://www.azc.uam.mx/publicaciones/gestion/num7/art7.htm> (Consultado el 6 de noviembre de 2012)
- 14.

## BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

1. ACEVES GONZALEZ, Francisco. *La Televisión en Guadalajara, génesis y desarrollo*. Guadalajara, Universidad de Guadalajara. 1995.
2. ACEVES GONZALEZ, Francisco. Génesis de la radiodifusión jalisciense. Guadalajara, Universidad de Guadalajara. 1995. Disponible en [www.publicaciones.cucsh.udg.mx/pperiod/comsoc/pdf/4-5.../58-96.pdf](http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/pperiod/comsoc/pdf/4-5.../58-96.pdf) (Consultado el 5 de enero de 2012)
3. ARREDONDO, Pablo y Carlos Luna. (coord.) *Radiodifusión regional en México*. Guadalajara, Universidad de Guadalajara. fecha
4. BOHMAN, Karin. *Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México*. México. Conaculta-Alianza cien, 1989.
5. FERNANDEZ, Claudia y Andrew Pasman. *El Tigre, Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. México. Grijalbo. 2000.
6. FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima. *Los medios de difusión masiva en México*. México, Juan Pablos. 1986.
7. OCHOA CAMPOS, Moisés. *Reseña Histórica del periodismo en México*. México. Porrúa. 1971.
8. REED, Luis y María del Carmen Ruíz Castañeda. *El periodismo en México. 500 años de historia*. México. Edamex 1998.
9. SÁNCHEZ DE ARMAS, Miguel Angel (coord.) *Apuntes para una historia de la T. V. Mexicana*. México. Espacio 98-Revista Mexicana de Comunicación, 1998.
10. SÁNCHEZ RUIZ, Enrique. "Hacia una cronología de la T. V. Mexicana" *Revista Comunicación y Sociedad*. Universidad de Guadalajara, N- 10-11, 1991.