

UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA  
 Centro Universitario de la Ciénega



Programa de la Unidad de Aprendizaje

Nombre de la Unidad de Aprendizaje									
TEORÍAS DE LA CULTURA									
Nivel en que se ubica la unidad de aprendizaje			Clave						
Ciclo uno. SUPERIOR (Licenciatura en Periodismo)			18423						
Prerrequisitos	Tipo de Unidad de Aprendizaje	Carga Horaria	Créditos						
NINGUNO	<input checked="" type="checkbox"/> Curso C <input type="checkbox"/> Curso-Taller CT <input type="checkbox"/> Laboratorio L <input type="checkbox"/> Curso-Laboratorio CL <input type="checkbox"/> Práctica P <input type="checkbox"/> Seminario S <input type="checkbox"/> Clínica N <input type="checkbox"/> Taller T <input type="checkbox"/> Módulo M	<table border="1" style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <thead> <tr> <th>Teoría:</th> <th>Práctica:</th> <th>Total:</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="text-align: center;">51</td> <td style="text-align: center;">17</td> <td style="text-align: center;">68</td> </tr> </tbody> </table>	Teoría:	Práctica:	Total:	51	17	68	8
Teoría:	Práctica:	Total:							
51	17	68							
<b>Correquisitos</b>									
NINGUNO									

Área de Formación	División	Departamento	Academia
Eje formación básica común obligatoria	División de Estudios Jurídicos y Sociales	Departamento de Política y Sociedad	Academia de Sociología
<b>Presentación</b>			
<p><i>El curso de teorías de la cultura tiene por objeto brindar conocimientos que permitan discernir sobre el significado de la cultura, así su relación con las teorías y los procesos de la comunicación.</i></p>			
<b>Vinculación con otras Unidades de Aprendizaje</b>			
<p>Esta unidad de aprendizaje se vincula con otra: <i>Fundamentos Epistemológicos del Lenguaje y la Comunicación (18415)</i> y <i>Psicología de la comunicación (18422)</i></p>			

### **Impacto de la Unidad de Aprendizaje en el perfil de egreso**

Será capaz de observar, investigar y analizar a profundidad procesos, fenómenos y problemáticas socio-culturales relacionadas con el campo de la comunicación.

### **Ámbito de Aplicación Profesional**

Periodista con capacidad de análisis y comprensión de fenómenos sociales en relación a las teorías de la comunicación y la cultura.

### **Competencia Genérica**

Comprende las características y los significados de la cultura, así como su relación con los procesos y teorías de la comunicación.

### **Competencias Específicas**

Analiza las diferentes posturas epistemológicas sobre la comunicación como objeto de estudio

Identifica las primeras teorías sobre la comunicación y la sociedad de masas

Comprende la reproducción ideológica y cultural en el contenido de los medios de comunicación al mismo tiempo que reconoce la recepción activa y crítica de la audiencia (lector, público, etc)

## Objetivo de Aprendizaje

Razonar las teorías de la comunicación para la interpretación de fenómenos culturales

## Campos Formativos

Saberes (Saber, Saber hacer, saber ser, y saber convivir)	Contenidos
<i>Teóricos (conocimiento)</i>	Reconoce la cultura desde distintos enfoques y disciplinas, como la antropología, la historia y la comunicación.
<i>Prácticos (procedimental)</i>	Identifica y analiza los discursos y las características de la cultura.
<i>Formativos (actitudinal)</i>	Comprende los conceptos de cultura y la comunicación, y es capaz de utilizarlos para la interpretación de discursos y prácticas.

<b>Desglose de Unidades de Temáticas</b>	
<b>Unidades Temáticas</b>	<b>Horas</b>
<p><b>Unidad de Competencia 1: Cultura</b></p> <p>1.1.- Cultura 1.2.- Enfoques culturales: antropología, sociología, historia y comunicación.</p>	10 horas teoría
<p><b>Unidad de Competencia 2: Paradigmas, teorías y enfoques en ciencias sociales</b></p> <p>2.1.- La sociedad de masas y la teoría de la bala mágica. 2.2.- Teoría de la aguja hipodérmica y el modelo comunicativo de Lasswell. 2.3.- El modelo en dos fases (two step flow). 2.4.- La sociología funcionalista de los medios 2.5.- La escuela crítica. 2.6.- La economía política de la comunicación.</p>	20 horas teoría
<p><b>Unidad de Competencia 3: Teorías de la comunicación</b></p> <p>3.1.- El estructuralismo 3.2.- Los estudios culturales y las industrias culturales 3.3.- La comunicación de masas 3.4.- La espiral del silencio 3.5.- Usos y gratificaciones</p>	11 horas teoría 10 horas práctica

<p><b>Unidad de Competencia 4: La sociedad de la información</b></p> <p>4.1.- Las nuevas tecnologías de la información</p> <p>4.2.- La sociedad de la información</p> <p>4.3.- Los medios de comunicación en la sociedad de la información</p>	<p>10 horas teoría 7 horas práctica</p>
--	---

**Metodología de trabajo**

En las fechas programadas por la institución, se realizarán 16 sesiones presenciales que contemplan la intervención del profesor y el dialogo con los autores teniendo como eje una discusión en clase.

Para garantizar la comprensión y la asimilación de la información teórica y práctica y una discusión seria y crítica durante las sesiones, se pide al estudiante una lectura atenta de cada uno de los documentos seleccionados por el profesor. Para ello, el alumno compartirá vía electrónica un mapa mental de su lectura usando herramienta en línea como Mind42.

Cada tema serán expuesto por alumnos al azar, cuando el primero no venga preparado seguirá otro o cuando a la exposición le haga falta complementarse también seguirá otro. Se espera que cada exposición use como recurso su mapa mental y que después de la exposición habrá un debate en clase que en caso de textos teóricos se compartirán ejercicios de ejemplificación y/o de aplicación al contexto mexicano.

Si bien la exposición, argumentación y aplicación constituyen los ejes principales de cada sesión, también la retroalimentación por parte del profesor y de los compañeros tiene un papel importante en el proceso de aprendizaje de los estudiantes.

Tratándose de la presentación/explicación/síntesis de cada lectura, el estudiante encargado seguirá las pautas siguientes de presentación:

- presentación general del autor, del texto y del contexto socio-histórico durante el cual fue escrito;

- síntesis ordenada de las principales ideas del texto;
- reflexiones críticas sobre la trascendencia del texto respecto a la aplicación de sus teorías para otro objeto o en otro contexto;
- proposición argumentada y pertinente de dos a cuatro temas de debate;
- discusión en clase y con el resto del grupo de los temas propuestos...

En relación con el texto presentado por su compañero, cada uno de los estudiantes buscará un producto en internet durante la clase (texto, video, reproducción de una obra de arte, institución, proyecto, etc.), explicando y justificando su elección.

Cada sesión será guiada y complementada por la aportación de ideas y/o de ejemplos dados por el profesor.

**Evaluación**

Producto de Aprendizaje	Criterios de Evaluación
-------------------------	-------------------------

<p><b>Trabajo final.-</b> El profesor asesora a los alumnos para que entreguen un ensayo de 6 cuartillas donde expliquen un fenómeno social con un conjunto de teorías de la comunicación. Comparte las instrucciones del producto de forma sobre el producto final. Referencias en formato APA.</p> <p>El profesor muestra diversos los modelos y teorías que vieron en clase para que los alumnos le presenten sobre qué harán su ensayo. Se Revisará el producto final y el desempeño en la penúltima clase.</p>	<p>El producto final tendrá que ajustarse a estos criterios de evaluación independientemente de tu propuesta general de ensayo:</p> <p>Resumen/abstract: una síntesis de cada una de las partes y se redacta cuando se ha concluido con el ensayo.</p> <p>Conceptos centrales: Explica los conceptos centrales y más importantes de tu tema. Recuerda que no son solo definiciones. Son explicaciones y relaciones de los conceptos con asuntos concretos. Indica el enfoque, disciplina o campo de conocimiento con el que abor das las explicaciones de estos conceptos.</p> <p>Explica los procedimientos: ¿Cómo elegiste el tema? ¿Cuáles fueron las dificultades para delimitar el tema? ¿Por qué es importante tener claridad conceptual del tema? ¿Qué importancia tuvo tu vocabulario para desarrollar el tema?</p>
---	---

El eje de tus hallazgos: Establece un eje de presentación de la información. Hay varias opciones, puedes crear uno o elegir alguno de los siguientes:

- Problema-solución o problema-escenarios de respuesta posible.
- Causa-efecto
- Método o procedimiento
- Evolución histórica o cronológica
- Explicación de las partes por el todo
- Explicación del todo hacia las partes

Niveles de escala: Menciona a qué escala explicas el tema en este informe: estatal, nacional, municipal, mundial, continental, regional... Y explica los motivos por los que piensas que el tema se puede abordar a esa escala.

Explica las propuestas de los diferentes autores: Distingue las ideas que no sean tuyas con citas y utiliza las comillas cuando sean necesarias (revisa el formato APA).

Conclusiones: Escribe aquí tus reflexiones que sobre los conceptos analizados, los procedimientos utilizados, y los resultados obtenidos. Valora tu conocimiento a partir de las actividades que realizaste para la elaboración de este trabajo.



## Ponderación de la Evaluación

### Calificación

### Acreditación

ITEM	porcentaje	
Mapas mentales	40%	60%
Trabajo final	40%	
Participación en clase (exposiciones y productos para debatir)	20%	
total	100%	

## Perfil Docente Deseable

El docente deberá tener una formación disciplinar afín a la comunicación y a los estudios culturales. Deberá manejar una estrategia pedagógica basada en competencias.

## Fuentes de Información

Williams Raymond (1997), Sociología de la cultura. Barcelona: Paidós  
 Alsina, Rodrigo Miquel (1995). Los modelos de la comunicación. Madrid: Tecnos.  
 Berger, Peter L., y Thomas Luckmann (2004). La construcción social de la realidad. Barcelona: Amorrortu editores.  
 Castells, Manuel (1999). La era de la información. México: Siglo XXI.  
 Fleur Melvin L. y S.J. Ball-Rokeach (2001). Teorías de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós.  
 Lozano, J.C. (2007). Teoría e investigación de la comunicación de masas. Pearson. Segunda edición.  
 McQuail, D. (2000). Introducción a la teoría de la comunicación de masas, Barcelona: Paidós.  
 Matterlart, Armand y Michèle Matterlart (1997). Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona: Paidós.

Elaborado por	Fecha
Mtro. Diego Noel Ramos Rojas	Marzo de 2017
Actualizado por	Fecha
Mtro. Diego Noel Ramos Rojas	Junio de 2018