

## Nombre de la Asignatura: Teoría de la Comunicación 2

### a) Generalidades

<b>Número de orden: 7</b>	<b>Código: TCO2</b>	<b>Duración del ciclo en semanas: 16</b>
<b>Pre-requisito: Teoría de la Comunicación 1 (TCO1)</b>	<b>Ciclo académico: II</b>	<b>Duración/horas clases: 50 minutos</b>
	<b>Área: Fundamentación</b>	<b>Número/horas clase por ciclo: 80</b>
	<b>U.V.A.: 4</b>	<b>Horas teóricas/semanales: 2</b>
		<b>Horas prácticas/semanales: 3</b>

### b) Descripción de la Asignatura:

El curso se constituye en una reflexión y análisis de las teorías de la comunicación relacionadas con el enfoque crítico; aquellas que se refieren a los medios como impulsores y reforzadores de ideologías, productores de cultura, de conocimiento y de espacio para realizar transacciones de comunicación. Además, la asignatura pretende estudiar y comprender el papel activo que las audiencias han adquirido, en las últimas décadas, frente a los medios de comunicación y cómo las TIC se han convertido en un medio de expresión sin restricciones que faculta al estudiante a producir con libertad productos mediáticos.

### c) Objetivo general de la Asignatura:

Caracterizar aquellos modelos teóricos de la comunicación que entienden este ámbito como un producto histórico, que tiene una función político ideológico o como un proceso dinámico de carácter sociocultural, para aplicar los conceptos de ambos paradigmas en la producción social de las comunicaciones en nuestro país.

### Objetivos Cognitivos (conocer):

- Reconocer la importancia de la semiótica y del estructuralismo en el estudio interpretativo de los mensajes comunicacionales, a partir de la lectura particular de las audiencias.

- Analizar el rol activo que la audiencia ha adquirido en la actualidad, como el significado y relevancia que los medios de comunicación, especialmente las TIC, tienen en la vida de esta.
- Interpretar el funcionamiento, toma de decisiones y objetivos de los medios de comunicación salvadoreños, a través de las teorías relacionadas con el enfoque crítico.

**Objetivos Procedimentales (saber hacer):**

- Diseñar un proyecto mediático educativo que refleje los beneficios que los nuevos medios de comunicación ofrecen y que permita a los estudiantes, sobretodo, convertirse en productores de cultura y conocimiento.

**Objetivos Actitudinales (ser):**

- Desarrollar una actitud crítica y reflexiva sobre cada una de las teorías de la comunicación, las cuales brindan un panorama amplio sobre el estudio de la comunicación dentro del amplio contexto social, cultural y político
- Observar periódicamente su entorno para verificar el uso y consumo que las audiencias salvadoreñas hacen de los medios de comunicación nacionales, como el tipo de producción mediática que esta realiza continuamente.

**d) Contenidos:**

**UNIDAD I: De la teoría crítica a los estudios socioculturales**

1. Teoría de la Espiral del silencio
2. La teoría crítica: la comunicación como industria cultural
  - a. La Escuela crítica de Francfort
  - b. Economía política crítica
  - c. Imperialismo cultural
3. La polisemia de los mensajes
4. La audiencia activa
  - Teoría de los usos y gratificaciones
  - Estudios culturales (Escuela de Birmingham): hacia el estudio de la recepción.

## **UNIDAD II: Medios de comunicación y cotidianidad**

- 1- La aldea global de McLuhan: teoría del medio
- 2- Análisis de las audiencias: Integración de los media a la vida cotidiana
- 3- Corrientes de investigación de las audiencias en América Latina:
  - El consumo cultural
  - Los frentes culturales
  - La recepción activa
  - El uso social de los medios
  - El modelo de las multimediasiones
  -
- 4- Herramientas para estudiar a las audiencias: etnometodología y etnografía de las audiencias

## **UNIDAD III: De los nuevos medios a las hipermediasiones**

1. Definición del ciberespacio y características principales
2. Sociedad de la información vrs. sociedad del conocimiento
3. Cibermedios: nuevos paradigmas de la comunicación
4. Uso, consumo y producción de las audiencias: Convergencia de las nuevas tecnologías:
  - La imagen como forma de comunicación
  - Redes sociales, Chat, blogs: carta de presentación, zona de interacción social y comunicación
  - Comunicación digital y producción cultural
  - El papel de las audiencias ante las nuevas tecnologías: el prosumidor
  - La cuarta pantalla: comunicación móvil
  - Youtube como plataforma de la sociedad del espectáculo
  - La relevancia formativa de las pantallas

### **e) Estrategia Metodológica:**

La asignatura está diseñada para lograr que el estudiante realice proyectos dentro de los distintos campos mediáticos, por lo que se hará énfasis en la parte práctica, teniendo ésta un 60% y una parte teórica que alcance el 40%.

Para el logro de objetivos:

- Los estudiantes leerán los documentos, folletos o libros que el catedrático designe, con el propósito de tratar los temas leídos en discusiones de clase, las que buscarán ejemplificar esos temas con acontecimientos de actualidad.

- Los estudiantes realizarán investigaciones y presentaciones sobre algunos temas de la materia que les serán asignados previamente.
- Los estudiantes presentarán al final del curso un trabajo práctico que refleje los conocimientos adquiridos durante el ciclo de estudio
- La clase contará con la presencia de profesionales invitados para desarrollar desde su campo, y de la práctica, algunos temas incluidos en el curso.

**f) Bibliografía:**

<b>Nombre de la Obra</b>	<b>Autor</b>	<b>Casa editora</b>	<b>País</b>	<b>Año de edición</b>	<b>Número de ejemplares en biblioteca</b>
<i>De los medios a las mediaciones</i>	Barbero, Jesús Martín	Editorial Convenio Andrés Bello	Colombia	1998	3
<i>Televisión abierta y audiencia en América Latina</i>	Fuenzalida Fernández, Valerio	Editorial Norma	Chile	2001	3
<i>Introducción a la teoría de la comunicación de masas</i>	McQuail, Denis	Editorial Paidós	España	2000	3
<i>La revolución de los blogs</i>	Orihuela, José Luis	La esfera de los libros	España	2006	3
<i>Teoría e Investigación de la comunicación de masas</i>	Lozano Rendón, José Carlos	Editoriales Pearson	México	2006	5