



Datos generales

- Periodo de Examen Extraordinario: **Del 07 de diciembre al 25 de enero de 2025**
- Fechas de aplicación: **14 de diciembre 2024**
- Nombre del profesor(a): **Lorenzo Reyes García**
- Correo electrónico del profesor (a): **reyesgarcialorenzo@yahoo.com.mx**
- Clave de la materia: 2305 / 1421
- Nombre de la materia: Teorías de la Comunicación II
- Licenciatura: Ciencias de la Comunicación
- Semestre al que pertenece: 3º
- Carácter de la materia (obligatoria u optativa): Obligatoria
- Número de créditos: 8

Características del examen

- Temario

Unidad 1. CIENCIA Y MÉTODO CIENTÍFICO

1. Desarrolle la definición de ciencia con base en la bibliografía revisada.
2. Explique la definición de método.
3. A partir de la bibliografía del curso construya una definición de psicología.
4. Defina la comunicación.
5. Desarrolle la definición de ciencia de la comunicación.

- **Unidad 2. ENFOQUE CIENTÍFICO DE LAS TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN**

1. Escuela de Chicago

Explica que es la Escuela de Chicago, indica cual su principal característica para las Ciencias Sociales y menciona a sus principales representantes.

2. Interaccionismo Simbólico

Explica que es el Interaccionismo Simbólico, cuales son sus principales fundamentos y representantes; describe su metodología.

3. Escuela de Palo Alto

Explica la Escuela de Palo Alto, desarrolla sus principales fundamentos, menciona a sus principales representantes y determina porque es importante para la Ciencia de la Comunicación.



4. Enfoque Psicológico

4.1 Describe la Teoría Psicológica del Conductismo; explica su MODELO DE ESTUDIO. Explica el Condicionamiento Clásico; explica el Condicionamiento Operante; explica la Teoría Cognitivo Conductual.

4.2 Explica la Teoría de la Gestalt; menciona a sus principales representantes; describe las Leyes de la Gestalt y explica su importancia en la Comunicación.

5. Analiza un producto comunicativo donde describas el uso de las Teorías de la Comunicación del Enfoque Científico.

- **Unidad 3. ENFOQUE MARXISTA Y CRÍTICO**

1. Explica de manera resumida en que consiste la obra de Carlos Marx, donde abordes su Teoría y Metodología. Explica porque la Teoría de Carlos Marx es importante para la Ciencia de la Comunicación.

2. Enfoque Crítico, Escuela de Frankfurt. Explica de manera general que es la el Enfoque Crítico; desarrolla la historia de la Escuela de Frankfurt; aborda en particular las aportaciones de Horkheimer, Habermas, Adorno y Marcuse.

3. Analiza en un proceso o producto comunicativo el uso y aplicación del Marxismo y la Escuela de Frankfurt.

- **Unidad 4. ENFOQUE CULTURAL INTERACCIONISTA MEDIACIONAL**

1. Define que es la Cultura.

2. Explica que son los Estudios Culturales

3. Describe el desarrollo histórico de la Escuela de Birminham.

4. Explica la Teoría Mediacional de Martín Serrano; describe su Metodología para estudiar y analizar la Comunicación.

5. Analiza un proceso o producto comunicativo donde se aplique el Enfoque Cultural Interaccionista Mediacional.

- **Unidad 5. ENFOQUE LATINAMERICANO: INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA**

1. Con base en Raúl Fuentes Navarro contextualiza el desarrollo de la Ciencia de la Comunicación en América Latina.

2. Explica los tres principales modelos de estudio que según Fuentes Navarro se han aplicado en América Latina para investigar y producir Comunicación.



3. Analiza críticamente las conclusiones de Fuentes Navarro sobre la Investigación y producción de Comunicación en América Latina.

- **Unidad 6. EJERCICIO DE APLICACIÓN TEÓRICA**

1. Con base en el temario del curso selecciona un proceso o producto Comunicativo donde aplicas los cuatro Enfoques Teóricos que desarrollaste en esta Investigación:

- Ubica los Recursos Teóricos implícito en tu objeto de estudio
- Establece la relación entre el proceso o mensaje y las Teorías de la Comunicación.
- Formula objetivos, hipótesis y resultados de tu análisis.

- **Contenidos a evaluar**

Para poder acreditar el curso de manera extraordinaria el alumno deberá desarrollar el temario de Teorías de la Comunicación II en una investigación, que comprende la exposición teórica escrita y aplicación por medio de ejercicios de análisis de procesos o productos comunicativos; de esta forma este Examen corresponde al desarrollo de la temática del curso y la aplicación teórica, lo cual representa ser él factor más importante para los profesionales de la Comunicación: LA APLICACIÓN DE LA TEORÍA Y METODOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN.

- **Bibliografía básica**

Unidad 1

- Nagel, Ernest. La Estructura de la Ciencia, Paidós, México, 1972
- Schramm W; La Investigación de la Comunicación en EU; Extracto
- John B. Thompson, Ideología y Cultura Moderna, UAM, 1999; págs. 241 a 473

Unidad 2

- Armand Mattelart, Historia de las Teorías de la Comunicación
- Gerald C. Davidson, Psicología de la Conducta Anormal; Limusa, México, 2000. Obtenerlo en bibliotecas de Psicología.
- Mónica Gurevicz, Teoría de la Gestalt; extracto disponible en internet.
- Martha Rizo; Interaccionismo Simbólico y Escuela de Palo Alto; Portal de la Comunicación; disponible en internet.



Unidad 3

- Armand Mattelart, Historia de las Teorías de la Comunicación
- Carlos Marx, El Capital; prólogo de Engels.

Unidad 4

- Historia de las Teorías de la Comunicación, Mattelart.
- Manuel Martín Serrano, La Mediación de los Medios de Comunicación;
- Sociología de la Comunicación de Masas, Miguel de Moragas.
- John B. Thompson; Ideología y Cultura Moderna, UAM.

Unidad 5

- Raúl Fuentes Navarro, La Investigación de la Comunicación en América Latina; artículo disponible en internet.

- **Recurso de evaluación**

El Examen Extraordinario consiste en realizar un **Ensayo Teórico y Práctico**, compuesto por el desarrollo Teórico del curso de Teorías de la Comunicación II, y por la aplicación práctica con base en un análisis de algún procesos o producto de cualquier modalidad de la Comunicación: publicitaria, masiva, política u organizacional.

Formato:

Fuente: Arial, 12 puntos, Títulos altas, Subtítulos altas y bajas.

Párrafos Justificados, no mayores a 5 líneas.

La extensión queda a criterio del alumno, en el entendido que todo deberá quedar desarrollado de manera original, clara, completa y objetiva.

Examen

Elaborado a criterio del Profesor.

Lorenzo Reyes García

Criterios de acreditación

- Dar a conocer los criterios de acreditación del examen al alumno.

El desarrollo del Curso, puntos del 1 al 5, tendrá un valor del 70% de la calificación.

El Análisis Psicológico Comunicativo, punto 6, tendrá un valor del 30% de la calificación.

El desarrollo Teórico debe ser necesariamente con base en la Bibliografía del curso, se puede completar con otras fuentes de Universidades, Institutos de Investigación o Revistas



Científicas; sin embargo, no se aceptan fuentes electrónicas de Wikipedias ni páginas que no sean especializadas en el temario.

Cualquier tipo o extensión de Copiar y pegar será considerado como plagio, lo cual corresponde calificación reprobatoria y lo que resulte legalmente.

NOTA FINAL: El presente Examen Extraordinario, no consiste en realizar un mero *trabajo*, consiste en llevar a cabo una investigación de todos los temas del curso de Psicología de la Comunicación, revisarlos y aprenderlos.

- Por lo tanto, se debe **DEMOSTRAR** que se cuenta con los conocimientos necesarios para acreditar el curso con base en este Examen al igual que los alumnos que cursan todo un semestre