

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

SECRETARÍA GENERAL

**DIRECCIÓN GENERAL DE INCORPORACIÓN Y REVALIDACIÓN DE
ESTUDIOS**

**Temario de estudio para
Taller de Comunicación II
(1621)**

**Plan CCH - 1996
Modificado
A PARTIR DEL CICLO ESCOLAR 2004-2005**

TEMARIO

TALLER DE COMUNICACIÓN II (1621)

UNIDAD 1. COMUNICACIÓN MASIVA Y SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

1. Concepto y elementos de la comunicación masiva:
 - A. Emisor real y vocero
 - B. Mensaje
 - C. Canales o medios de comunicación
 - D. Receptor
 - E. Contexto de emisión y de recepción
2. Medios y tecnologías de la información y de la comunicación (tic) en la sociedad globalizada
3. Comunicación masiva y opinión pública
 - A. Proceso de formación de la opinión pública
 - B. Líderes de opinión
 - C. Sondeos de opinión
4. El rumor y su proceso de formación.

BIBLIOGRAFÍA

- Bellenger, Lionel, *La persuasión*, FCE, México, 1999.
- Beltrán, Luis Ramiro, *Comunicación dominada. Estados Unidos en los medios de América Latina*, Nueva Imagen, México, 1997.
- Brünner, José Joaquín, *Globalización cultural y posmodernidad*, FCE (Breviario 531), Santiago de Chile, 1999.
- Corral C., Manuel de Jesús, *La comunicación y sus entramados en América Latina*, Plaza y Valdés, México, 2003.
- _____, *La ciencia de la comunicación en México, Origen, desarrollo y situación actual*, Trillas, México, 2003.
- Crovi Druetta, Delia, (coord.), *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá*, FCPS-UNAM, México, 1995.
- Flores Olea, Víctor y R.E. Gaspar de Alba, *Internet y la revolución cibernética*, Océano, México, 1997.
- Hernández Rodríguez, Rafael de Jesús, *Estrategia didáctica: Abordaje teórico-práctico de la labor periodístico-literaria en medios impresos, José Joaquín Fernández de Lizardi (1779-1827)*, CCH Plantel Naucalpan-UNAM, 2002.
- Matterlart, Armand, *La comunicación como construcción de un mundo alternativo*, CIICH-UNAM, México, 1997.
- Morduchowics, Roxana (coord.), *Comunicación, medios y educación. Un debate para la educación en democracia*, Octaedro, Barcelona, 2003.
- Nieto Cruz, Rosa María y Silvia Edith Segura N. (coord.) *Comunicación masiva. Taller de comunicación II*, CCH-UNAM, México, 1999.

Ramonet, Ignacio. *La tiranía de la comunicación*, Debate, Madrid, 1998.
Rodríguez Pastoriza, Francisco, *La mirada en el cristal. La información en televisión*, Fragua Editorial, España, 2002.
Trejo Delarbre, Raúl, *Volver a los medios*, Ediciones Cal y Arena, México, 1997.
Wolton, Dominique, *War game. La información y la Guerra*. Siglo XXI Editores, México, 2003.
Varios, *Compilación de Textos. Taller de Comunicación II (TRED 2002)*, CCH-UNAM, México, 2002.

UNIDAD 2. ELEMENTOS PARA EL ANÁLISIS DE MENSAJES.

1. Tipología de los mensajes de los diferentes medios:
 - A. Por su contenido: informativo, publicitario, propagandístico, entretenimiento, cultural y educativo.
 - B. Por su lenguaje: verbales, icónicos, icónico-verbales.
 - C. Por sus soportes mediáticos: impresos, auditivos, audiovisuales y cibernéticos.
2. Elementos para el análisis de mensajes:
 - A. Contexto de producción y recepción
 - B. Nivel de significación
 - a) Denotación
 - b) Connotación
 - c) Referentes
 - d) Intencionalidad
 - C. Retórica del mensaje.
 - D. Tipo de soportes
 - a) Impresos
 - b) Auditivos
 - c) Audiovisuales
 - d) Cibernéticos
3. La imagen visual en los mensajes
 - A. Análisis icónico: forma, tamaño, textura, color, composición...
 - B. Análisis retórico: prototipos, estereotipos y figuras retóricas

BIBLIOGRAFÍA:

Aparicci, Roberto y Agustín García-Mantilla. *Lectura de imágenes*, Ediciones de la Torre, Madrid, 1998.
Borrini, Alberto, *Cómo se vende un candidato*, Editorial la Crujía, Buenos Aires, 2003.
Corral C., Manuel de Jesús, *Comunicación y vida. Taller de Comunicación II*, Ederé, México, 2004.
Dondis, D. A. *La sintaxis de la imagen*, 15ª edición, Ediciones Gustavo Gilli, México, 1992.
Durandin, Guy, *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*, Piados, Barcelona, 1983.
Ferrer, Eulalio, *De la lucha de clases a la lucha de frases*, Taurus, Madrid, 1995.
Gubern, Román, *El eros electrónico*, Taurus, México, 2000.

- Iriarte, Gregorio y Marta Orsini Puente, *Conciencia crítica y medios de comunicación*, Ediciones Dabar, México, 1995.
- Martín Barbero, Jesús, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Editorial Gustavo Gili, México, 1987.
- Mendiola, Salvador y María Adela Hernández R. *Manual de apreciación cinematográfica*, UNAM/ENEP Aragón, México, 1995.
- Morduchowicz, Roxana (coord.) *Comunicación, medios y educación. Un debate para la educación en democracia*. Ediciones Octaedro, Barcelona, 2003.
- Orozco Gómez, Guillermo, *Recepción Televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio*. UIA, México, 1991.
- Sartori, Giovanni, *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Taurus, México, 1998.
- Simone, Rafaëlle, *La tercera fase. Formas de saber que estamos perdiendo*, Piados, Madrid, 2001.

UNIDAD 3. MEDIOS Y CREATIVIDAD

1. Medios y Creatividad:
 - A. Producción para medios impresos
 - a) Investigación
 - b) Redacción
 - c) Edición
2. O, en su caso,
 - A. Producción radiofónica o audiovisual
 - a) Sinopsis
 - b) Guión Literario
 - c) Guión Técnico
 - d) Grabación
3. Internet
 - a) Funciones
 - b) Posibilidades
 - c) Usos

BIBLIOGRAFÍA:

- Corral C., Manuel de Jesús, *Comunicación y vida. Taller de comunicación II*, Edere, México, 2004.
- Kaplún, Mario, *Una pedagogía de la comunicación*, Ediciones de la Torre, Madrid, 1998.
- Kapuscinski, Ryszard. *Los cínicos no sirven para este oficio*. Anagrama, Barcelona, 2002.
- Mar Cruz, Piñol. *Enseñar español en la era de Internet. La www y la enseñanza del español como lengua extranjera*. Octaedro, España, 2002.
- Maza, Enrique, *Medios de comunicación: Realidades y búsquedas*, Ed. de la Universidad de la Ciudad de México, México, 2003.
- Moreno, Isidro, *La radio en el aula. Posibilidades para comunicar en forma creativa*, Octaedro, España, 1997.
- Poloniato, Alicia, *Cine y comunicación*, Trillas, México, 1992.