

# UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

## Programa de Comunicación Social y Periodismo

*Código SNIES: 106628*

*Calificado Resolución No. 29792 del 29 diciembre de 2017 - Ministerio de Educación  
Nacional*

### **Misión**

El Proyecto curricular de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas, en concordancia con la misión de la Universidad, orientada a "democratizar el acceso al conocimiento", se inscribe en la apertura de los estudios, la investigación, la formación académica y profesional de la comunicación y el periodismo en el ámbito de la ciudad-región. Con ello se busca, dado el actual contexto sociopolítico de la Nación y la urgencia de contribuir a un mejor vivir, el fortalecimiento de los procesos de democratización, cohesión, inclusión y reconstrucción del tejido social.

### **Visión**

El proyecto curricular de Comunicación Social y Periodismo se inscribe en el marco de la excelencia, exaltando la calidad, basada en un programa de alto contenido social y humanístico, con metas de equidad y competitividad, que posibiliten un alto rendimiento de los egresados, fundamentalmente en competencias humanas y ciudadanas. En esta perspectiva, todo el currículo, los saberes, las aptitudes y actitudes están orientadas a la formación profesional e investigativa para el desarrollo social y cultural, generando un sentido de pertenencia y apropiación de la ciudad, la región y de una Colombia verdaderamente democrática con oportunidades para todos.

### **Perfil de Egreso**

*El egresado del Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas será competente para:*

- Investigar, procesar y divulgar comunicación e información de interés local, nacional, regional e internacional.
- Producir contenidos de alta calidad comunicativa y/o periodística, con nuevas estéticas y narrativas socioculturales de la Nación, la Ciudad-región y el mundo.
- Generar contenidos socioculturales y políticos que contribuyan a la construcción de una opinión pública de carácter democrática y social.
- Desarrollar programas comunicativos e informativos de divulgación de la ciencia, la cultura y el arte.
- Participar en la configuración de políticas públicas para formar nuevos actores sociales en la construcción de ciudadanías y el desarrollo social y cultural comunitario.
- Formular, gestionar y coordinar proyectos socioculturales de alto alcance e impacto en las dinámicas de desarrollo local y/o nacional.
- Dirigir y gestionar procesos comunicacionales de carácter estratégico, en organizaciones sociales y entidades públicas y privadas.
- Investigar desde las ciencias sociales y humanas en el campo de la comunicación y el

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS  
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

**Programa de Comunicación Social y Periodismo**

periodismo y participar en redes de investigación interdisciplinarias.

**1. IDENTIFICACIÓN DEL SYLLABUS**

<b>FECHA:</b> 02 de febrero de 2023	<b>PERIODO:</b> 2023-1	
<b>ASIGNATURA:</b> Fundamentación teórica		
<b>CÓDIGO:</b> 23901	<b>SEMESTRE:</b> A	<b>GRUPO:</b> 052-3 y 052-4
<b>LÍNEA DE FORMACIÓN:</b> Fundamentación teórica		
<b>CICLO CURRICULAR:</b> _____		
<b>NÚMERO DE CRÉDITOS:</b> 4C	<b>HTD:</b> _	<b>HTC:</b> _ <b>HTA:</b> _

**2. DESCRIPCIÓN GENERAL**

Este curso se desarrolla desde la necesidad de forjar en los futuros profesionales de la comunicación y del periodismo, un acercamiento a esa dimensión teórica que generó las bases de lo que hoy conocemos como Ciencias de la Comunicación. Por eso, es vital, que los estudiantes generen una serie de reflexiones teóricas con base en esos elementos histórico de la primera mitad del siglo XX. Adicionalmente, es vital para el desarrollo de su perfil, el generar una discusión en el marco no solo dentro de su proceso en la formación académica, sino también en los entornos comunicativos aportando desde las referencias generadas por las escuelas, corrientes y tendencias aportadas por investigadores de distintas condiciones y procedencias para la época.

**3. JUSTIFICACIÓN**

Justificar este curso, es entender que la noción de comunicación abarca una multitud de sentidos que se pueden rastrear desde los albores de la Revolución Industrial. Por eso, se hace necesario, desarrollar y entender todo lo que abarca en este sentido la transformación de lo que hoy conocemos como comunicación. haciendo visible que el papel de las tecnologías y la profesionalización de las prácticas sociales han hecho de la comunicación la figura emblemática en la actualidad. Eso sí, sin olvidar el papel que han tenido los profesionales en esta área, que mediado por el interés en los procesos de comunicación, ha propiciado la confluencia de disciplinas tan diversas como la filosofía, la historia, la geografía, la sociología, la psicología, la etnología y la antropología, por citar sólo algunas.

**4. OBJETIVOS DE FORMACIÓN**

GENERAL.

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

**Programa de Comunicación Social y Periodismo**

Brindar al estudiante las herramientas fundamentales que les permita comprender la comunicación como campo y objeto de estudio, a partir del conocimiento de los paradigmas históricos acerca de la comunicación y de los medios.

**ESPECÍFICOS.**

- Comprender los grandes paradigmas teóricos que irrumpieron la historia en aras de pensar los fenómenos sociales asociados al desarrollo de los medios masivos de comunicación, como síntesis de la realidad investigativa de la comunicación.
- Analizar la historia de los medios de comunicación y su impacto en la vida de la sociedad vista desde estos paradigmas teóricos.
- Reconocer en nuestro entorno social, la aplicabilidad de las teorías y su importancia en el mundo de hoy.

**5. 3- RESULTADOS DE APRENDIZAJE**

Los resultados de aprendizaje son los enunciados que permiten identificar lo que se espera que el estudiante esté en capacidad de hacer, como resultado del proceso académico y las actividades de aprendizaje desarrolladas durante el semestre (Jenkins y Unwin, 2001).

Por tanto, se espera que el estudiante esté en capacidad de:(según cada línea):

1. Identifica las diferentes corrientes teóricas que posibilitaron la concepción de lo que hoy conocemos como ciencias de la comunicación.
2. Entiende la importancia de los procesos históricos dados en la comunicación como eje central de nuestro ejercicio diario.
3. Aplica los conocimientos aprendidos en sus entornos sociales.
4. Diseña ejercicios y propuestas que le permitan mejorar sus entornos sociales tomando como referente los principios teóricos de la comunicación y la usabilidad de estos.
5. Adopta posiciones críticas frente a las perspectivas teóricas de las ciencias de la comunicación en sus participaciones orales, exposiciones, producciones textuales en diversos tipos y formatos.

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

**Programa de Comunicación Social y Periodismo**

**6. NÚCLEOS PROBLÉMICOS**

Los núcleos problémicos a los que se articula Fundamentación Teórica corresponden al Ciclo de Formación 1, que se comparten con espacios académicos tales como: Cátedra Francisco José de Caldas, Teorías del Lenguaje, Oralidad, Fotografía, Métodos de Estudio, Política y Ciudadanía y Segunda lengua.

**7. EJES TEMÁTICOS**

**Unidad I: Comunicación, historia y definiciones.**

1. *Concepto de comunicación: delimitación:*
  - 1.1. Escuela de **CHICAGO**
    - 1.1.1. Lenguaje y comunicación
  - 1.2. Escuela de **PALO ALTO**
    - 1.2.1. El ser humano ser social y simbólico.
2. *Comunicación: definición y características:*
  - 2.1. Proceso de comunicación.
  - 2.2. Breve recorrido del surgimiento de las ciencias, las ciencias sociales y de las ciencias de la comunicación.
3. *Aportes de la teoría de la información:*
  - 3.1. La Teoría Matemática de la Información.
  - 3.2. Modelos de comunicación lineales.
  - 3.3. El modelo de Shannon y Weaver.

**Unidad II: Comunicación, funciones y tecnología.**

4. *La Teoría General de Sistemas, enfoque sistémico de primera generación*
5. *La Cibernética: antecedentes*
  - 5.1. La entropía
  - 5.2. El feed-back o retroalimentación.
6. *Funcionalismo: teorías, perspectivas y enfoques*
  - 6.1. Orígenes de la Mass Communication Research
  - 6.2. Los ‘padres fundadores’ de la MCR
  - 6.3. Conductismo.
  - 6.4. El modelo de Harold Lasswell: el impacto de la propaganda.
  - 6.5. El modelo de De Fleur.
  - 6.6. El modelo de Osgood y Schramm
7. *Escuela de **FRÁNCFORT***

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

**Programa de Comunicación Social y Periodismo**

- 7.1. Teoría Crítica.
- 7.2. Psicología de masas: Sigmund Freud y Karl Marx.
- 7.3. Las industrias culturales.
- 7.4. Walter Benjamin.

**Unidad III: Comunicación, medios y cultura.**

- 8. El determinismo tecnológico de Marshall McLuhan
- 9. Media Ecology de Marshall McLuhan
- 10. Escuela de Birmingham: Estudios Culturales
  - 10.1. Stuart Hall: Codificar y decodificar
  - 10.2 Raymond Williams: Teoría Cultural
  - 10.3 Mattelart: Leer al Pato Donald.

**Unidad IV: Comunicación y Latinoamérica.**

- 11. Consumo cultural: Néstor García Canclini.
- 12. De los medios a las mediaciones: Jesús Martín-Barbero
- 13. Comunicación digital y sociedad red: Manuel Castells
- 14. De las mediaciones a las hipermediaciones, narrativas transmedia: Carlos Scolari.

**8. PLANEACIÓN GENERAL POR CRÉDITOS ACADÉMICOS**

<b>Semana</b>	<b>Temáticas</b>	<b>HTD</b>	<b>HTC</b>	<b>HTA</b>	<b>Evaluación</b>
<b>1</b>	Presentación general y acuerdos básicos del curso.	Presentación general de los participantes. Presentación del Syllabus. Presentación y explicación del proceso del curso.		Lectura del syllabus. Indagación conceptual individual.	



**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

**Programa de Comunicación Social y Periodismo**

<b>2-6</b>	<p><b>Unidad I: Comunicación, historia y definiciones.</b></p> <p>1. Concepto de comunicación: delimitación:</p> <p>1.1. Escuela de CHICAGO</p> <p>1.1.1. Lenguaje y comunicación</p> <p>1.2. Escuela de PALO ALTO</p> <p>1.2.1. El ser humano ser social y simbólico.</p> <p>2. Comunicación: definición y características:</p> <p>2.1. Proceso de comunicación.</p> <p>2.2. Breve recorrido del surgimiento de las ciencias, las ciencias sociales y de las ciencias de la comunicación.</p> <p>3. Aportes de la teoría de la información:</p> <p>3.1. La Teoría Matemática de la Información.</p> <p>3.2. Modelos de comunicación lineales.</p> <p>3.3. El modelo de Shannon y Weaver.</p>	<p>Exposición del docente.</p> <p>Discusión en clase. Talleres dirigidos en el aula de clase</p>	<p>Talleres dirigidos en el aula de clase</p>	<p>Revisión bibliográfica sugerida para cada clase.</p> <p>Revisión audiovisual para cada clase</p>	<p>Simil/Noticias</p> <p>Reseña</p> <p>Producto Informativo</p> <p>Parcial UNO</p>
------------	---	--	---	---	--

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS  
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

**Programa de Comunicación Social y Periodismo**

<p align="center"><b>7-12</b></p>	<p><b>Unidad II: Comunicación, funciones y tecnología.</b></p> <p>4. La Teoría General de Sistemas, enfoque sistémico de primera generación</p> <p>5. La Cibernética: antecedentes</p> <p>5.1. La entropía 5.2. El feed-back o retroalimentación.</p> <p>7. Escuela de FRÁNCFORT</p> <p>7.1. Teoría Crítica.</p> <p>7.2. Psicología de masas: Sigmund Freud y Karl Marx.</p> <p>7.3. Las industrias culturales.</p> <p>7.4. Walter Benjamin.</p>	<p>Exposición del docente.</p> <p>Discusión en clase. Talleres dirigidos en el aula de clase</p>	<p>Talleres dirigidos en el aula de clase</p>	<p>Revisión bibliográfica sugerida para cada clase.</p> <p>Revisión audiovisual para cada clase</p>	<p>Exposición en equipo</p> <p>Reseña</p> <p>Producto Publicitario</p> <p>Parcial DOS</p>
-----------------------------------	--	--	---	---	---



**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS  
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

**Programa de Comunicación Social y Periodismo**

<b>13-16</b>	<p><b>Unidad III: Comunicación, medios y cultura.</b></p> <p>8. El determinismo tecnológico de Marshall McLuhan</p> <p>9. Media Ecology de Marshall McLuhan</p> <p>10. Escuela de Birmingham: Estudios Culturales</p> <p>10.1 Stuart Hall: Codificar y decodificar</p> <p>10.2 Raymond Williams: Teoría Cultural</p> <p>10.3 Mattelart: Leer al Pato Donald.</p> <p><b>Unidad IV: Comunicación y Latinoamérica.</b></p> <p>11. Consumo cultural: Néstor García Canclini.</p> <p>12. De los medios a las mediaciones: Jesús MartínBarbero</p> <p>13. Comunicación digital y sociedad red: Manuel Castells</p> <p>14. De las mediaciones a las hipermediaciones, narrativas transmedia: Carlos Scolari.</p>	<p>Exposición del docente.</p> <p>Discusión en clase. Talleres dirigidos en el aula de clase</p>	<p>Talleres dirigidos en el aula de clase</p>	<p>Revisión bibliográfica sugerida para cada clase.</p> <p>Revisión audiovisual para cada clase</p>	<p>Infografía</p> <p>Expo Individual</p> <p>Producto Final</p>

**9. COMPETENCIAS**

Los estudiantes, de acuerdo con las necesidades de un mundo globalizado y de un mercado laboral y social cada vez más exigente, deberán estar en la capacidad de asumir y responder por las siguientes competencias:

- Este curso se propone desarrollar las competencias crítico-analíticas y argumentativas.
- En cuanto a la investigación formativa es indispensable que los estudiantes -futuros profesionales- produzcan conocimiento, cuenten con las condiciones y recursos suficientes para participar en procesos investigativos que enriquezcan las áreas de estudio; también,



# UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

## FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

### Programa de Comunicación Social y Periodismo

que generen nuevas formas de abordar y desarrollar el quehacer profesional, en este caso de la Comunicación Social y periodismo.

- Desarrolla actividades de comprensión y análisis del proceso de comunicación a partir de las teorías.
- Establece relación entre conocimientos previos, referencias teóricas y ejemplos prácticos.
- Crea conocimiento mediante recursos de aprendizaje conceptual, verbal, visual.
- Realiza trabajos escritos sobre procesos investigación: consulta, selección de fuentes. •  
Adopta posiciones críticas frente a las perspectivas teóricas de las ciencias de la comunicación.

### **10. METODOLOGÍA.**

El curso asume la modalidad de seminario-taller que propone articular los procesos de mediación (docente, pares, entornos) y autorregulación del estudiante. Por tanto, se centra el interés en la relación docente-estudiante que incide en la orientación de los procesos de producción de conocimiento de los estudiantes universitarios de pregrado. Desde esta perspectiva se plantea que los procesos de enseñanza-aprendizaje se consideran como una mediación entre un docente que orienta, conoce las estrategias, los recursos de lectura, escritura e investigación y un estudiante aprendiz autónomo; lo cual implica despertar la motivación, promover la autorregulación, y el desarrollo de la autonomía; también se sustenta en la concepción de una educación dialógica.

En consecuencia, tanto al inicio de las clases como de las temáticas estudiadas durante el semestre, se reconocerán los conocimientos previos; se visibilizarán los recursos y estrategias del lector y el escritor; se identificarán los aspectos a potenciar. A continuación, se exponen los siguientes recursos:

- Presentación del programa, metodología y modos de evaluación por parte de la docente, de acuerdo con la nueva modalidad de entornos educativos virtuales.
- Lectura, comentarios sobre los textos propuestos.
- Ejercicios preliminares que le permita tanto al docente como al estudiante reconocer los conocimientos previos de las ciencias sociales y el campo de la comunicación.
- Orientación de los procesos de lectura, escritura e investigación. (Antes, en el momento y después: una propuesta de mediación cognitiva, sociocultural y en entornos virtuales).

# UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

## FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

### Programa de Comunicación Social y Periodismo

- Orientación en la consulta y recolección de datos de fuentes bibliográficas a través de las bibliotecas físicas, virtuales, repositorios y las bases de datos de la universidad, Biblored (crear usuarios) y externas.

Se realizarán 48 horas de trabajo directo, 16 horas de trabajo cooperativo con el propósito que, trabajando individualmente o en grupos, desarrollen temáticas, adelanten prácticas, resuelvan problemas, resuelvan ejercicios de aplicación, ensayen aplicaciones en el campo de la gestión documental; y 128 horas de trabajo autónomo y resolver las tareas y demás actividades necesarias para consolidar su aprendizaje.

Tipo de Curso	Horas			Horas profesor/semana	Horas Estudiante/semana	Total Horas	Créditos
	TD	TC	TA	(TD+TC)	(TD+TC+TA)	Estudiante/semestre	
		3	1	8	4	12	X16semanas 192

**Trabajo Presencial Directo (TD):** Trabajo de aula con plenaria de todos los estudiantes.

**Trabajo Mediado\_cooperativo (TC):** Trabajo de tutoría del docente a pequeños grupos o de forma individual a los estudiantes.

**Trabajo Autónomo:** Trabajo del estudiante sin presencia del docente, que se puede realizar en distintas instancias: en grupos de trabajo o en forma individual, en casa o en biblioteca, laboratorio, etc.

## 11. EVALUACIÓN.

**Los criterios de evaluación en este espacio académico son los siguientes:**

Se desarrollará en tres momentos: El primero corresponde a la heteroevaluación, (80%) que corresponde a la valoración dada por el docente, quien verifica que el estudiante haya alcanzado los resultados esperados del proceso de aprendizaje. Seguidamente se da paso a la Autoevaluación, (10%) como un referente individual que hacen los estudiantes respecto a lo desarrollado a lo largo de su participación en la clase y finalmente una Coevaluación (10%), que se designa a los demás compañeros quienes tienen la responsabilidad de evaluar lo desarrollado por sus compañeros, tomando como eje de partida el trabajo en equipo.

PRIMERA NOTA	PRODUCTO A EVALUAR			FECHA	PORCENTAJE
		Reseña	Participación	Parcial UNO	17/03/23

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS  
FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

**Programa de Comunicación Social y Periodismo**

	10%	10%	15%		
<b>SEGUNDA NOTA</b>	<b>PRODUCTO A EVALUAR</b>			<b>FECHA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
	Participación	Producto Publicitario	Parcial DOS	04/05/23	35%
	10%	10%	15%		
<b>ÚLTIMA NOTA</b>	<b>PRODUCTO A EVALUAR</b>			<b>FECHA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
	Participación	Exposición en equipo	Producto Final	06/06/23	30%
	5%	10%	15%		

**12. BIBLIOGRAFÍA, HEMEROGRAFÍA, CIBERGRAFÍA GENERAL Y/O ESPECIFICA:**

- Castells, M. (2012). Cap. 2. La comunicación en la era digital. En: Comunicación y poder. México y Argentina: Siglo XXI editores.
- Castells, M. (1996). La sociedad red. Volumen 1: La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Madrid: alianza Editorial.
- Fiske, J (1985). Teoría de la Comunicación. En: Introducción al estudio de la comunicación. Madrid: Herder, pp. 1-17.
- García Canclini, N. (2020). Ciudadanos reemplazados por algoritmos. CALAS: Universidad de Guadalajara. En:  
[http://www.calas.lat/sites/default/files/garcia\\_canclini.ciudadanos\\_reemplazados\\_por\\_algoritmos.pdf](http://www.calas.lat/sites/default/files/garcia_canclini.ciudadanos_reemplazados_por_algoritmos.pdf)
- García Canclini, N. (2009). Consumidores y ciudadanos Conflictos multiculturales de la globalización. México: Ingramex, S.A.
- García Canclini, N. (1990). I. De las utopías al mercado; VII. Culturas híbridas poderes oblicuos. En: Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad. México: Grijalbo.
- Mattelart, Armand y Michèle (1997): Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona: Paidós. Recuperado de:  
[http://www.proglocode.unam.mx/sites/proglocode.unam.mx/files/Paidos -  
Historia De Las Teorias De La Comunicacion1%20%281%29.pdf](http://www.proglocode.unam.mx/sites/proglocode.unam.mx/files/Paidos_-_Historia_De_Las_Teorias_De_La_Comunicacion1%20%281%29.pdf)
- Mattelart, A. (2002). Historia de la Sociedad de la información. Buenos Aires: Paidós. Recuperado de: <https://octavioislas.files.wordpress.com/2017/04/mattelart-armandhistoria-de-la-sociedad-de-la-informacion.pdf>
- Mattelart, A. (2005). Comunicación y Cultura de masas. En: La comunicación masiva en el proceso de liberación. México: Siglo XXI editores.

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

**Programa de Comunicación Social y Periodismo**

- Martín-Barbero, J. (2003). De los medios a las mediaciones. Primera parte Capítulos I-II. Pueblo y masa en la cultura: los hitos del debate. Santafé de Bogotá: 5ª edición, 1ª reimpresión. Bogotá: Convenio Andrés Bello, p 1-43.
- Martín-Barbero, J. (1999). La educación en el ecosistema comunicativo. En: Comunicar, N°13, octubre. Colectivo Andaluz para la Educación en Medios de Comunicación. Andalucía: Grupo Comunicar. p 13-21.
- Marafioti, R. (2010). Sentidos de la comunicación. Teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación. Biblos: Buenos Aires
- Piscitelli, A. (2005). Internet, la imprenta del siglo XXI.
- Nieto Useche, Sandra. ( Ecosistema comunicativo ciudadano: configuraciones de las ciudadanías del Sur
- global. Ensayo final, Curso Internacional CLACSO ( Pensamiento y luchas situadas. Para una cartografía del Sur. Coordinación general de Boaventura de Sousa Santos y la Coordinación académica de María Paula Meneses y Karina Vidaseca.

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

**Programa de Comunicación Social y Periodismo**

- Scolari, C. (2008). Cap.2. De los nuevos medios a las hipermediaciones. En: *Hipermediaciones Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2017). Extinción del diario / Evolución del periodismo. Recuperado de: <https://hipermediaciones.com/2017/05/04/extincion-del-diario-evolucion-del-periodismo/amp/>
- Castells, M. (1996). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. 1. México: Siglo XXI.
- Marafioti, R. (2010). Cap I. Cultura y comunicación. En: *Sentidos de la comunicación. Teorías y perspectivas sobre cultura y comunicación*. Biblos: Buenos Aires.
- Adorno, T. W. *La industria cultural*. En Martín-Barbero, J. & Silva, A. (comp.) (1997). *Proyectar la comunicación*. Bogotá: Tercer Mundo, Instituto de Estudios sobre Culturas y Comunicación UN. p. 34-42
- Barthes, R. (1993). *La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós.
- Berger, P. & Luckmann, T. (2008). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Cooley, H. C. (2005) (Traducción Eva Aladro). *El yo espejo*. Cuadernos de información y comunicación.
- Echeverría, B. (2010). *Siete aproximaciones a Walter Benjamin*. Bogotá: Desde Abajo.
- Esteinou, F. & Madrid, J. (1990). *Economía política y medios de comunicación*. México: Trillas.
- García Canclini, N. (1999). *El consumo cultural: una propuesta teórica*. En Sunkel, G. (coord.). *El consumo cultural en América Latina*. Bogotá: CAB. Pág. 26-49
- Giddens, A. (1998). *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Lasswell, H. (1982). *Estructura y función de la comunicación en la sociedad*. En Moragas, M. de. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili. p. 171-191
- Lazarfeld, P. & Merton, R. (1982). *Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada*. En
- Moragas, M. de. *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Gustavo Gili. p. 166-170
- López Pérez, R. *Crítica de la teoría de la información*. Recuperado noviembre 13 de 2007. Disponible en <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=10100304>
- Maigret, E. (2005). *Sociología de la comunicación y de los medios*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- Marc, E. & Picard, D. (1992). *La interacción social. Cultura, instituciones y comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Mariotti, H. *Autopoiesis, cultura y sociedad*. Recuperado noviembre 2007. Disponible en <http://www.geocities.com/pluriversu/autopoi.html>

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

**Programa de Comunicación Social y Periodismo**

- 
- Martín-Barbero, J. (1995). Dinámicas urbanas de la cultura. En: Comunicación y espacios culturales en América Latina. Cátedra UNESCO de Comunicación Social 1994. Bogotá: Javegraf. p. 135-150
- Martínez, E. Migraciones, cambios sociales e híbridos culturales. Recuperado noviembre 2007. Disponible en <http://www.ub.es/geocrit/sn-75.htm>
- Mattelart, A. & Mattelart, M. (1997). Historia de las teorías de la comunicación. Barcelona: Paidós. Mattelart, A. (1995). La invención de la comunicación. Barcelona: Bosch.
- Mattelart, A. (2002). Geopolítica de la cultura. Bogotá: Ediciones Desde abajo
- Ministerio de Cultura. (2003). Medios y nación. Historia de los medios de comunicación en Colombia. Bogotá: Mincultura, Convenio Andrés Bello, CERLALC.
- Moragas, M. de. (2011). Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa. Barcelona: Gedisa.
- Morley, D. (1996). Televisión, audiencias y estudios culturales. Buenos Aires: Amorrortu. Muñoz, B. (1989). Cultura y comunicación. Barcelona: Barcanova.
- Murciano, M. (1982). Nuevas demandas de investigación sobre comunicación internacional. Contexto teórico y político del Informe McBride. En Moragas, M. de. Sociología de la comunicación de masas. Barcelona: Gustavo Gili. p. 349-360.
- Pereira, J.M. & Villadiego, M. (eds.) (2003). Comunicación, cultura y globalización. Bogotá: CEJA. Pereira, J.M. & Villadiego; M. (eds.). (2005). Tecnocultura y comunicación. X Cátedra UNESCO de
- Comunicación 2004.
- Pereira, J.M.; Villadiego; M. & Sierra, L.I. (eds.). (2008). Industrias culturales, músicas e identidades. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Rey, G. (1998). Balsas y medusas. Visibilidad comunicativa y narrativas políticas. Bogotá: CEREC, FESCOL, Fundación Social.
- Rincón, O. & otros. (2007). Ya no es posible el silencio. Bogotá: C3, Fundación Friedrich Ebert Stiftung
- Rincón, O. (comp.). (2001). Televisión pública: del consumidor al ciudadano. Bogotá: Convenio Andrés
- Bello, Friedrich Ebert Stiftung.
- Rizo, M. (2007). George Simmel, sociabilidad e interacción: aportes a la ciencia de la comunicación. Recuperado noviembre de 2007. Disponible en <http://www.moebio.uchile.cl/27/rizo.html>
- Rodríguez, H. (2011) Opacidades mediáticas y conflicto en la universidad pública. Dos estudios de caso.
- Popayán: Unicomfauca. E-book.

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN**

**Programa de Comunicación Social y Periodismo**

- 
- Roveda, A. & Rico, C. (ed.). (2012). Comunicación y medios en las Américas. Bogotá: Editorial Javeriana, Orbicom.
- Serrano, M. y Otros: tema 4 (Concepto de información) + tema 5 (concepto de sistema) +
- Vattimo, G. (1994). Posmodernidad: ¿Una sociedad transparente? En: Debates sobre la postmodernidad. Barcelona: Antrophos. p. 9-19  
Wiener, N. Cibernética y sociedad. En Martín-Barbero, J. & Silva, A. (comp.) (1997). Proyectar la comunicación. Bogotá: Tercer Mundo, Instituto de Estudios sobre Culturas y Comunicación UN. p. 23-33
- Wolton, D. (2006). Salvemos la comunicación. Barcelona: Gedisa.

**13. SOCIALIZACIÓN DEL SYLLABUS**

**FECHA: 01 de septiembre de 2022**

**NOMBRE DE ESTUDIANTE VEEDOR:**

**ACUERDOS ADICIONALES: Ninguno. Aprobado.**

---

---

---