



**Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**



PROGRAMA DE ESTUDIOS POR COMPETENCIAS

I. IDENTIFICACIÓN DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

ESPACIO ACADÉMICO: FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES							
PROGRAMA EDUCATIVO: Licenciatura en Comunicación				ÁREA DE DOCENCIA: Disciplinarias de Comunicación			
APROBACIÓN POR LOS CONSEJOS ACADÉMICO (--) Y DE GOBIERNO (--)		Fecha de elaboración: 20 de junio de 2005		Programa Elaborado por: Dr. Juan Carlos Ayala Perdomo Mtra. Edith Cortés Romero Mtra. Judith Damarys Martínez Tapia			
APROBACIÓN ACTUALIZACIÓN POR LOS HH. CONSEJOS ACADÉMICO (649) Y DE GOBIERNO (722)		Fecha de actualización: 21 de Octubre de 2016		Actualizado por: Dr. Juan Carlos Ayala Perdomo Mtra. Anaid Pérez Monteagudo Dra. Natalia Ix-Chel Vázquez González Mtra. Edith Cortés Romero Mtro. Lenin Rafael Martell Gámez			
NOMBRE DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE: Estudios de mediación en comunicación							
CLAVE	HORAS DE TEORÍA	HORAS DE PRÁCTICA	TOTAL DE HORAS	CRÉDITOS	TIPO DE UNIDAD DE APRENDIZAJE	CARÁCTER DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE	NÚCLEO DE FORMACIÓN
L42915	6	0	96	12	Curso	Obligatoria	Sustantivo
PRERREQUISITOS: Formación básica en conceptos de comunicación, cultura y sociedad		UNIDAD DE APRENDIZAJE ANTECEDENTE: Estudios críticos de la comunicación			UNIDAD DE APRENDIZAJE CONSECUENTE: Ninguna		
PROGRAMAS ACADÉMICOS EN LOS QUE SE IMPARTE: Licenciatura en Comunicación							



**Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales**



II. PRESENTACIÓN

El campo académico de la comunicación se ha ocupado históricamente de comprender los procesos de producción, intercambio y recepción de mensajes dada la importancia que el significado atribuido a los mismos se considera el factor clave para la reproducción de la vida social, tanto para efectos prácticos como en la configuración de los imaginarios y las representaciones sociales que distinguen a cada sociedad, pero que también mantienen la cohesión e identidad entre los sujetos y los grupos que la conforman.

El desarrollo teórico que ha acompañado al estudio de estos procesos comunicativos evolucionó de una concepción esquemática del modelo de emisor – mensaje – receptor en donde se suponía un proceso lineal e inequívoco de la intencionalidad del primer agente a la asimilación pasiva del último, hacia modelos teóricos y metodológicos más complejos y abarcadores, en los cuales, con diferentes denominaciones y atributos, operan un conjunto de factores que determinan y / o condicionan la significación de los mensajes de acuerdo con el contexto social, histórico, político, económico, ideológico y cultural en el que tales mensajes se producen, intercambian y reciben por múltiples audiencias con diferentes perfiles, intereses y expectativas. A estos factores los podemos llamar *mediaciones*.

Así, los enfoques teóricos y metodológicos centrados en las mediaciones, desarrollados principalmente en América Latina desde las dos últimas décadas del siglo XX, se constituyen como una herramienta indispensable en la formación del comunicólogo, no solo por cuanto le permite comprender los procesos de construcción social de sentido inherentes a todo intercambio comunicativo, tanto mediático como no mediático, sino que también le permite reflexionar sobre la constitución social y cultural de las audiencias posibles para sus propios productos comunicativos y con ello articular en sus mensajes, códigos y canales los conocimientos y destrezas adecuadas para que el sentido y significado que se les atribuya esté más acorde con la formación histórica de la sociedad y los sujetos e instituciones a las que sirve.

III. LINEAMIENTOS DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

DEL PROFESOR	DEL ESTUDIANTE
<ul style="list-style-type: none"> • Canalizar con oportunidad las problemáticas académicas con el respectivo tutor. • Revisión puntual del desempeño de cada alumno. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las contempladas por el Reglamento Interno de la Facultad para efectos de asistencia, evaluación y responsabilidad. • Puntualidad en la asistencia, desarrollo y entrega de productos. Cumplimiento con oportunidad de las actividades extraclase.



IV. PROPÓSITO GENERAL

- a. Conocer las perspectivas teóricas y metodológicas desarrolladas en Iberoamérica a partir del paradigma de la *massmediación*.
- b. Explicar las condiciones económicas, sociales, políticas y culturales en las que se pueden comprender los desplazamientos teóricos – metodológicos de la comunicación y la cultura.
- c. Caracterizar los modelos teóricos que explican, por una parte, la producción de mensajes, y por otro, su recepción desde el paradigma de las mediaciones.

V. COMPETENCIAS GENÉRICAS

2. Capacidad para comprender y distinguir el ámbito disciplinario profesional de las Ciencias de la Comunicación vinculadas a los procesos de comunicación social, audiovisual y político.
 - Conocer, entender y aplicar los fundamentos teóricos de las Ciencias Sociales y las Humanidades con el propósito de contextualizar e identificar el fundamento científico de lo social que se traduce en el estudio y análisis de los fenómenos comunicativos.
 - Comprender la comunicación como un proceso que articula la emisión, circulación y recepción de mensajes en contextos específicos
 - 3. Capacidad para conocer, conceptualizar y aplicar principios, postulados, leyes, métodos y técnicas fundamentales del quehacer científico.
 - 3.1 Entender y manejar los sustentos teóricos-epistemológicos de la investigación social y a su vez ser capaz de elaborar trabajos de investigación con rigor metodológico.
 - 3.2 Conocimiento y comprensión de los postulados teórico-metodológicos, epistemológicos, heurísticos y científicos en general concernientes a las Ciencias de la Comunicación.



VI. ÁMBITO DE DESEMPEÑO

Docencia e investigación científica en el ámbito de las Ciencias Sociales y sus campos académicos multidisciplinarios relacionados con la comunicación, la sociedad y la cultura.

Gestión y desarrollo de empresas privadas, en las áreas destinadas o enfocadas en los procesos comunicativos.

Diseño y desarrollo de líneas de acción desde el ámbito comunicacional en instituciones públicas y gubernamentales.

VII. ESCENARIOS DE APRENDIZAJE

- Crítico. Reflexión y análisis de los estudios disciplinarios

VIII. NATURALEZA DE LA COMPETENCIA

(Inicial, entrenamiento, complejidad creciente, ámbito diferenciado)

Complejidad creciente.



IX. ESTRUCTURA DE LA UNIDAD DE APRENDIZAJE

Unidad I

Reconocer el proceso de mediación entre la cultura de élite, la popular y la masiva para proyectar sobre contextos socioculturales presentes y futuros las implicaciones de la *massmediación* como problemáticas emergentes del campo de la comunicación.

Unidad II

Comprender la articulación entre los conceptos de comunicación y cultura como mediación constitutiva de las sociedades contemporáneas para analizar los orígenes de su desarrollo histórico a través de las matrices culturales que dieron paso a la *massmediación*.

Unidad III

Conocer los procesos de mediación en la producción social de comunicación para analizar los contenidos y funciones de los agentes que conforman los sistemas institucionales de comunicación y producir propuestas de mensajes acordes con el propio contexto sociocultural.

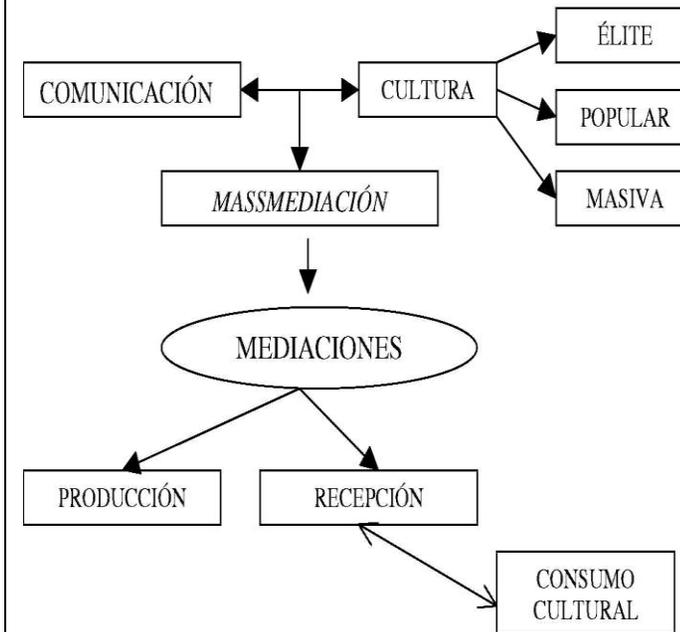
Unidad IV

Comprender la recepción de mensajes como procesos socioculturales mediados por diversos factores e instituciones para verificar la construcción de sentidos y significados que las audiencias hacen de mensajes mediáticos y no mediáticos, y proyectar objetivamente las implicaciones recíprocas del trabajo profesional del comunicador en relación con sus audiencias.

Unidad V

Comprender la construcción social de sentido en las prácticas de consumo cultural como procesos mediados cultural y comunicativamente para investigar sobre su articulación en la vida cotidiana y reconocer sus implicaciones en la configuración social de los espacios públicos y privados.

X. SECUENCIA DIDÁCTICA





XI. DESARROLLO DE LAS UNIDADES DE COMPETENCIA

UNIDAD DE COMPETENCIA I	ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
<p>La mediación en la Cultura: entre la Élite, lo Popular y lo Masivo. Reconocer el proceso de mediación entre la cultura de élite, la popular y la masiva para proyectar sobre contextos socioculturales presentes y futuros las implicaciones de la massmediación como problemáticas emergentes del campo de la comunicación.</p>	<p>Conceptos de cultura de élite, popular y masiva. Procesos de circulación, usos y apropiación entre lo elitista, lo popular y lo masivo. Contextos socioculturales de emergencia de la massmediación.</p>	<p>Abstracción conceptual. Perspectiva histórica. Capacidad analítica y argumentativa. Proyección de los supuestos teóricos en productos creativos.</p>	<p>Reflexiva. Crítica. Dialógica. Sensible. Apertura intelectual. Disposición colaborativa. Proactiva. Creativa.</p>	<p>Responsabilidad. Respeto. Solidaridad. Honestidad. Identidad.</p>
ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS		RECURSOS REQUERIDOS		TIEMPO DESTINADO
<p>Aprendizaje colaborativo. Exposición del docente. Lectura dirigida. Elaboración de cuadro sinóptico. Elaboración de ensayo. Análisis de materiales audiovisuales y documentos históricos.</p>		<p>Cañón PC Pintarrón Conexión WiFi</p>		<p>24 horas teóricas clase 48 horas extraclase</p>
EVIDENCIA				PONDERACIÓN
PRODUCTOS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO			
Cuadro sinóptico.	Sinopsis de los principales conceptos y procesos referidos por los autores con respecto a la cultura de élite, popular y masiva en un cuadro de tres a cinco cuartillas de extensión, elaborado en equipo de dos a tres personas, con suficiencia, pertinencia y claridad en los conceptos y las argumentaciones.			40 puntos
Ensayo.	Elaboración de ensayo de cuatro a cinco cuartillas sobre los aspectos más relevantes de la agenda del campo académico a propósito de la articulación entre los conceptos de comunicación y cultura, a partir de las propuestas del autor, por equipo de dos a tres personas, con suficiencia analítica, crítica y argumentativa.			50 puntos



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



Participación en clase.	Participación activa en el aula con aportaciones justificadas y pertinentes a través de comentarios, formulación de preguntas o problemas, críticas y ejemplificaciones de acuerdo con las lecturas dirigidas y la observación y análisis de recursos audiovisuales y documentales relativos a las temáticas de las culturas de élite, popular, masiva y sus mediaciones.	10 puntos
-------------------------	---	-----------



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



UNIDAD DE COMPETENCIA II	ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
Origen y Desarrollo de la Massmediación Latinoamericana. Comprender la articulación entre los conceptos de comunicación y cultura como mediación constitutiva de las sociedades contemporáneas para analizar los orígenes de su desarrollo histórico a través de las matrices culturales que dieron paso a la <i>massmediación</i> .	Concepto de cultura en su naturaleza comunicativa. Mediaciones culturales y comunicativas. Matrices culturales latinoamericanas. Historia y productos de la <i>massmediación</i> .	Articulación conceptual. Perspectiva histórica. Capacidad analítica y argumentativa. Proyección de los supuestos teóricos en productos creativos.	Reflexiva. Crítica. Dialógica. Sensible. Apertura intelectual. Disposición colaborativa. Proactiva. Creativa.	Responsabilidad. Respeto. Solidaridad. Honestidad. Identidad.
ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS		RECURSOS REQUERIDOS		TIEMPO DESTINADO
Aprendizaje basado en investigación. Exposición del docente Lectura dirigida. Análisis de materiales audiovisuales y documentos históricos. Investigación documental y de campo Realización de material audiovisual		Cañón PC Pintarrón Conexión WiFi		18 horas teóricas clase 36 horas extraclase
EVIDENCIA				PONDERACIÓN
PRODUCTOS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO			
Video documental	Elaboración de un video documental de cinco a diez minutos sobre alguna de las temáticas del texto, asignada por el profesor. El video debe mostrar evidencias de los procesos citados en la lectura, a través de referencia a casos o agentes empíricos y testimonios orales. Incluye guión escrito y dos cuartillas de justificación teórica.			80 puntos
Participación en clase.	Participación activa en el aula con aportaciones justificadas y pertinentes a través de comentarios, formulación de preguntas o problemas, críticas y ejemplificaciones de acuerdo con las lecturas dirigidas y la observación y análisis de recursos audiovisuales y documentales relativos a las temáticas de las matrices culturales y la <i>massmediación</i> .			20 puntos



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



UNIDAD DE COMPETENCIA III	ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
Mediaciones en la Producción Social de Comunicación. Conocer los procesos de mediación en la producción social de comunicación para analizar los contenidos y funciones de los agentes que conforman los sistemas institucionales de comunicación y producir propuestas de mensajes acordes con el propio contexto sociocultural.	Sistemas de Comunicación Institucional, Sistemas Sociales y de Referencia. Mediaciones cognitiva y estructural en la producción social de comunicación. Tareas de mitificación y ritualización en la elaboración de productos comunicativos.	Abstracción conceptual. Observación y análisis crítico del entorno. Gestión e intervención en instituciones y organizaciones en su dimensión comunicativa. Proyección de los supuestos teóricos en la elaboración y difusión de mensajes.	Reflexiva. Crítica. Dialógica. Sensible. Apertura intelectual. Disposición colaborativa. Proactiva. Creativa.	Responsabilidad. Respeto. Solidaridad. Honestidad. Identidad.
ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS		RECURSOS REQUERIDOS		TIEMPO DESTINADO
Aprendizaje basado en investigación. Exposición del docente Lecturas dirigidas Análisis de mensajes mediáticos y no mediáticos Investigación documental y de campo Realización de notas informativas en audio y video		Cañón PC Pintarrón Conexión WiFi		18 horas teóricas clase 36 horas extraclase
EVIDENCIA				PONDERACIÓN
PRODUCTOS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO			
Reporte escrito de investigación	Reporte por escrito de un análisis de la mediación a partir de la investigación y seguimiento de un acontecimiento público en medios asignados por el profesor, de acuerdo con los conceptos teóricos y modelos metodológicos propuestos por el autor. Mínimo cinco cuartillas, máximo quince, por equipo de dos a tres personas, con suficiencia analítica, crítica y de argumentación conceptual sobre datos empíricos.			40 puntos



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



Realización de cápsulas informativas en audio o video.	Realización de cápsulas en audio o video (asignado por el profesor) que presenten una nota informativa sobre algún acontecimiento público siguiendo los supuestos teóricos y metodológicos propuestos por la lectura, que se enmarquen dentro de una reflexión sobre las afectaciones en los sistemas sociales de comunicación, de conocimiento y de referencia, con claridad conceptual, suficiencia crítica y analítica. Duración de uno a dos minutos, con apoyo de entrevistas, imágenes o gráficos. Incluye guion escrito y explicación teórica de dos a tres cuartillas, por equipo de cuatro a cinco personas.	50 puntos
Participación en clase.	Participación activa en el aula con aportaciones justificadas y pertinentes a través de comentarios, formulación de preguntas o problemas, críticas y ejemplificaciones de acuerdo con las lecturas dirigidas y la observación y análisis de recursos audiovisuales relativos a las temáticas de la producción social de comunicación.	10 puntos



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



UNIDAD DE COMPETENCIA IV	ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
Procesos de Recepción de Mensajes Comprender la recepción de mensajes como procesos socioculturales mediados por diversos factores e instituciones para verificar la construcción de sentidos y significados que las audiencias hacen de mensajes mediáticos y no mediáticos, y proyectar objetivamente las implicaciones recíprocas del trabajo profesional del comunicador en relación con sus audiencias.	Procesos de recepción mediática, agentes, factores y contextos. Mediaciones en la recepción. Procesos de significación en las audiencias. Géneros, lógicas de producción y competencias culturales como mediaciones.	Abstracción conceptual. Capacidad analítica y argumentativa. Observación y análisis crítico del entorno. Proyección de los supuestos teóricos en la elaboración y difusión de mensajes.	Reflexiva. Crítica. Dialógica. Sensible. Apertura intelectual. Disposición colaborativa. Proactiva. Creativa.	Responsabilidad. Respeto. Solidaridad. Honestidad. Identidad.
ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS		RECURSOS REQUERIDOS		TIEMPO DESTINADO
Aprendizaje basado en investigación. Exposición del docente y los alumnos. Lecturas dirigidas. Investigación de campo. Realización de material audiovisual.		Cañón PC Pintarrón Conexión WiFi		18 horas teóricas clase 36 horas extraclase
EVIDENCIA				PONDERACIÓN
PRODUCTOS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO			
Reporte escrito de investigación	Reporte por escrito de una investigación de campo sobre los procesos de recepción de mensajes mediáticos y no mediáticos en el ámbito familiar, de acuerdo con los conceptos teóricos y modelos metodológicos propuestos por el autor. Mínimo diez cuartillas, máximo quince, por equipo de dos a tres personas, con suficiencia analítica, crítica y de argumentación conceptual sobre datos empíricos. Incluye planteamiento del problema, objetivos, pregunta de investigación, recolección de datos empíricos y análisis. Por equipo de tres a cuatro personas.			40 puntos



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



Realización de material audiovisual con testimonios y/o evidencias de la investigación de campo	Elaboración de material audiovisual (entrevistas en audio o video de máximo cinco minutos, registro fotográfico de diez a veinte fotos o videográfico, de máximo cinco minutos) que registre testimonios sobre la intervención de las mediaciones en los procesos de recepción televisiva, por equipo de tres a cuatro personas. Incluye guión escrito.	20 puntos
Exposición de lectura con apoyos audiovisuales	Exposiciones por equipo de cuatro a cinco personas de textos complementarios referidos a la teoría e investigación de las mediaciones en los procesos de recepción y significación de mensajes. Se requiere de claridad, suficiencia crítica, argumentación correcta y demostración con evidencias concretas. Proyección de diapositivas, grabaciones, imágenes y / o esquemas.	30 puntos
Participación en clase.	Participación activa en el aula con aportaciones justificadas y pertinentes a través de comentarios, formulación de preguntas o problemas, críticas y ejemplificaciones de acuerdo con las lecturas dirigidas y la observación y análisis de recursos audiovisuales relativos a la temática de los procesos de recepción y significación de los mensajes.	10 puntos



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



UNIDAD DE COMPETENCIA V	ELEMENTOS DE COMPETENCIA			
	CONOCIMIENTOS	HABILIDADES	ACTITUDES	VALORES
Consumo Cultural y Mediaciones Comprender la construcción social de sentido en las prácticas de consumo cultural como procesos mediados cultural y comunicativamente para investigar sobre su articulación en la vida cotidiana y reconocer sus implicaciones en la configuración social de los espacios públicos y privados.	Concepto y prácticas de consumo cultural. Modelos analíticos del consumo cultural. Consumo y vida cotidiana. El consumo en la configuración de los espacios públicos y privados.	Abstracción conceptual. Capacidad analítica y argumentativa. Observación y análisis crítico del entorno. Proyección de los supuestos teóricos en la reflexión y propuesta de políticas públicas y acciones privadas.	Reflexiva. Crítica. Dialógica. Sensible. Apertura intelectual. Disposición colaborativa. Proactiva. Creativa.	Responsabilidad. Respeto. Solidaridad. Honestidad. Identidad.
ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS		RECURSOS REQUERIDOS		TIEMPO DESTINADO
Aprendizaje basado en investigación. Exposición del docente y los alumnos. Lecturas dirigidas. Investigación de campo Realización de reportaje gráfico		Cañón PC Pintarrón Conexión WiFi		18 horas teóricas clase 36 horas extraclase
EVIDENCIA				PONDERACIÓN
PRODUCTOS	CRITERIOS DE DESEMPEÑO			
Reporte escrito de investigación.	Reporte por escrito de investigación sobre prácticas de consumo cultural en lugares públicos del área metropolitana de Toluca. Incluye planteamiento, pregunta de investigación, objetivos, categorías teóricas, instrumentos metodológicos (encuesta y entrevista personal), presentación de datos, análisis y conclusiones, con claridad conceptual, argumentación con datos empíricos y suficiencia crítica y analítica. Mínimo diez cuartillas, máximo veinte, por equipo de cuatro a cinco personas.			40 puntos



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



Realización de reportaje gráfico	Elaboración de reportaje fotográfico sobre las prácticas de comunicación observadas en lugares públicos de consumo cultural asignados por el profesor. Incluye justificación teórica de una cuartilla con pertinencia, suficiencia crítica y analítica y argumentación de los supuestos teóricos sobre las evidencias empíricas. Mínimo 20 fotografías, por equipo de tres a cuatro personas.	20 puntos
Exposición de lectura con apoyos audiovisuales	Exposiciones por equipo de cuatro a cinco personas de textos complementarios referidos a la teoría e investigación del consumo cultural. Se requiere de claridad, suficiencia crítica, argumentación correcta y demostración con evidencias concretas. Proyección de diapositivas, grabaciones, imágenes y / o esquemas.	30 puntos
Participación en clase.	Participación activa en el aula con aportaciones justificadas y pertinentes a través de comentarios, formulación de preguntas o problemas, críticas y ejemplificaciones de acuerdo con las lecturas dirigidas y la observación y análisis de recursos audiovisuales relativos a la temática del consumo cultural.	10 puntos



XII. EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

UNIDAD DE APRENDIZAJE	PRODUCTO	PORCENTAJE	TOTAL
I	Cuadro sinóptico. Ensayo. Participación en clase.	40% = 8 puntos 50% = 10 puntos 10% = 2 puntos	20%
II	Video documental. Participación en clase.	80% = 16 puntos 20% = 4 puntos	20%
III	Reporte escrito de investigación Realización de cápsulas informativas en audio o video. Participación en clase.	40% = 8 puntos 50% = 10 puntos 10% = 2 puntos	20%
IV	Reporte escrito de investigación Realización de material audiovisual con testimonios y/o evidencias de la investigación de campo Exposición de lectura con apoyos audiovisuales Participación en clase.	40% = 8 puntos 20% = 4 puntos 30% = 6 puntos 10% = 2 puntos	20%
V	Reporte escrito de investigación Reportaje gráfico Exposición de lectura con apoyos audiovisuales Participación en clase	40% = 8 puntos 20% = 4 puntos 30% = 6 puntos 10% = 2 puntos	20%
<p>La acreditación se hará sumando los porcentajes obtenidos en cada unidad de competencia. El porcentaje mínimo para acreditar el curso es de 60%.</p>			



XIII. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

No.	DATOS BIBLIOHEMEROGRÁFICOS	UNIDADES	CLASIFICACIÓN/ LOCALIZACIÓN
1	ZUBIETA, Ana María <i>et al</i> (2000): “Primera parte: Cultura popular. Capítulo I. Perspectivas fundantes y otros estudios”, en <i>Cultura popular y cultura de masas. Conceptos, recorridos y polémicas</i> , Buenos Aires, Paidós, Serie Estudios de Comunicación, pp. 27-61.	I	P90 R6
2	DE MORAGAS SPÁ, Miquel (2011): “Capítulo 8. La investigación sobre comunicación y cultura en América Latina” en <i>Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa</i> , Barcelona, Gedisa, pp. 175-216.	I	NO DISPONIBLE
3	DE MORAGAS SPÁ, Miquel (2012): “Capítulo 5. Comunicación, medios y cultura” en <i>La comunicación: de los orígenes a internet</i> , Barcelona, Gedisa, pp. 123-155	I	NO DISPONIBLE
4	MARTÍN-BARBERO, Jesús (2003): “Modernidad y massmediación en América Latina” en <i>De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía</i> , Bogotá, Convenio Andrés Bello, 203 - 333	II	HM258 .M359 2003
5	GONZÁLEZ, Jorge (1994): “Capítulo 2. Los frentes culturales. Las arenas del sentido” y “Capítulo 7. La cofradía de las emociones interminables” en <i>Más (+) cultura(s)</i> , México, CONACULTA, pp. 55-87 y 226-271.	II	F 1210 G624
6	HERNÁNDEZ, Francisco; OROZCO, Guillermo (2007): “La telenovela mexicana en el 2000, entre la cultura y el negocio” en <i>Televisión en México, un recuento histórico</i> , México, Universidad de Guadalajara, p.p. 139-164.	III	NO DISPONIBLE
7	MARTÍN SERRANO, Manuel (2004). “Primera parte. Fundamentos para una teoría social de la comunicación” y “Segunda parte. Planteamiento teórico y metodológico para el estudio de la producción social de comunicación” en <i>La producción social de comunicación</i> , Madrid, Alianza Universidad, pp. 36 - 167	III	P90 S47 1994



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



8	LOZANO, José Carlos (2007): “La polisemia de los mensajes” en <i>Teoría e investigación de la comunicación de masas</i> , México, Pearsons Educación, 2da. ed., pp. 149 - 166	IV	P90 .L69 2007
9	OROZCO, Guillermo (1991): <i>Recepción televisiva: Tres aproximaciones y una razón para su estudio</i> , México, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales No. 2, Universidad Iberoamericana, pp. 4-69.	IV	HQ784 T4 076
10	RENERO, Martha (2000): “Contar la propia vida a un extraño (a): acercamiento crítico a la etnografía de las audiencias desde la investigación de los talk shows” en <i>Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI</i> (Guillermo Orozco, coord.), Madrid, Ediciones de la Torre, pp. 121-135.	IV	NO DISPONIBLE
11	GARCÍA CANCLINI, Néstor (2006): “El consumo cultural: una propuesta teórica”, en <i>El consumo cultural en América Latina</i> (Guillermo Sunkel, coord.), Santafé de Bogotá, Convenio Andrés Bello, pp. 26 - 49	V	F1408.3 .C778 2006
12	RAMÍREZ KURI, Patricia (1998): “Coyoacán y los escenarios de la modernidad” en <i>Cultura y comunicación en la Ciudad de México</i> (García Canclini, N. ed). Primera Parte, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Grijalbo, pp. 321-366.	V	P94.65 M6 C85

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

No.	DATOS BIBLIOHEMEROGRÁFICOS	UNIDADES	CLASIFICACIÓN/ LOCALIZACIÓN
1.	DOUGLAS, Mary (1998): “Ni muerta me dejaría ver con eso puesto. Las compras como protesta” en <i>Estilos de pensar. Ensayos críticos sobre el buen gusto</i> , España, Editorial Gedisa, pp. 90-115	I,II	BH39 .D68



Universidad Autónoma del Estado de México
Secretaría de Docencia
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales



2.	G. DAPÍA, Silvia (2000): "Logics of Antagonism, of Difference, and of the Limit: Questions of Cultural Identity in Latin American Cultural Studies" Diálogos Latinoamericanos, pp. 9-32 [en línea], fecha de consulta: octubre de 2001	III	Disponible en: < http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=16200104 > ISSN 1600-0110
3.	GARCÍA CANCLINI, Néstor (1998): "La ciudad y los medios. Imaginarios del espectáculo y la participación" en Cultura y comunicación en la Ciudad de México. Segunda Parte, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Grijalbo, pp. 19-25	IV	P94.65 M6 C85
4.	MARTÍN- BARBERO, J. (2002): "La educación desde la comunicación" en: Eduteka-Tecnologías de Información y Comunicaciones para Enseñanza Básica y Media. 1-17 Editorial Norma.	V	NO DISPONIBLE
5.	MARTÍN- BARBERO, J. (1987): "Prácticas de comunicación en la cultura popular" en Procesos de comunicación y matrices de cultura, México, FELAFACS-G. Gili, pp. 98-110	I,II,III	P92 L3 M37
6.	OROZCO G., Guillermo (1997): "Experiencias en Investigación cualitativa" en La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa. Instituto Mexicano para el desarrollo comunitario, Guadalajara, Jal. pp. 129-151.	IV	P91.3 O76
7.	SANTOS, Hermilio&Constantopoulou, Christiana (2009):"Contemporary culture, media and identities Civitas" – Revista de Ciências Sociais [en línea], 9 (Enero-Abril), pp. 5-8 : [fecha de consulta: octubre de 2011]	V	Disponible en: < http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=74212712001 >