

Universidad Autónoma del Estado de México
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Licenciatura en Comunicación



Programa de estudios

Estudios estructural-funcionalistas de la Comunicación

	Dr. Lenin Rafael Martell Gámez	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Dra. Natalia IxChel Vázquez González	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
Elaboró:	Dr. Juan Carlos Ayala Perdomo	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Mtra. Edith Cortés Romero	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Lic. Efren Giribeth Alfaro Víquez	Unidad Académica Profesional Huehuetoca

	H. Consejo Académico	H. Consejo de Gobierno
Fecha de aprobación:	Acta No. 723 28 de agosto de 2020	Acta No. 802 28 de agosto de 2020
	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales	



Índice

	Pág.
I. Datos de identificación.	3
II. Presentación del programa de estudios.	4
III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular.	5
IV. Objetivos de la formación profesional.	7
V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.	9
VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje y su organización.	10
VII. Acervo bibliográfico.	12



I. Datos de identificación

Espacio académico donde se imparte	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales Unidad Académica Profesional Huehuetoca				
Estudios profesionales	Licenciatura en Comunicación, 2018				
Unidad de aprendizaje	Estudios estructural- funcionalistas de la Comunicación	Clave	LCOM17		
Carga académica	6 Horas teóricas	0 Horas prácticas	6 Total de horas	12 Créditos	
Carácter	Obligatorio	Tipo	Curso	Periodo escolar	Tercero
Área curricular	Comunicación		Núcleo de formación	Sustantivo	
Seriación	Epistemología de la Comunicación		Estudios críticos de la comunicación		
	UA Antecedente		UA Consecuente		
Formación común	Licenciatura			No presenta	X



II. Presentación del programa de estudios.

La unidad de aprendizaje Estudios estructural-funcionalistas de la comunicación pertenece al grupo de unidades de aprendizaje obligatorias de teorías. Se imparte en el tercer semestre y le anteceden los contenidos de Epistemología de la Comunicación y Epistemología de las Ciencias sociales. Es la primera unidad de aprendizaje concerniente al bloque de cuatro aproximaciones teóricas de la comunicación: Estudios críticos, Estudios de mediación y Estudios socioculturales.

Este recorrido teórico general sobre las teorías de la comunicación, y en particular las concernientes a los paradigmas funcionalista y estructuralista que aborda esta unidad de aprendizaje, contribuyen fundamentalmente al logro de la función profesional de investigar “procesos de comunicación que generen perspectivas de fenómenos sociales, culturales, económicos y políticos a nivel local, regional, nacional e internacional” que establece el perfil de egreso del plan de estudios.

En un primer momento, esto se logra por medio de los modelos, teorías, metodologías y conceptos característicos de estas bases fundacionales del campo científico de la Comunicación. Posteriormente, el alumnado tendrá la capacidad de construir objetos de estudio, argumentar racionalmente y explicar en diferentes contextos y situaciones procesos comunicativos bajo una mirada crítica, constructiva y proactiva de la teoría y las posibilidades que abre para intervenir en la realidad.

Además, esta unidad de aprendizaje otorgará al alumno herramientas teóricas y conceptuales para fundamentar y llevar a cabo prácticas comunicativas profesionales en el campo de las relaciones públicas, publicidad, comunicación y salud, comunicación política, periodismo, producción audiovisual, entre otras.

En este periodo se estudian los paradigmas teóricos clásicos de la comunicación en Norteamérica, los cuales están enfocados a cuatro intereses primordialmente: el estudio de los efectos de la comunicación, las funciones sociales de los medios, la sociología de los medios, la comunicación persuasiva y la comunicación interpersonal. Además, los alumnos aprenderán otras teorías importantes, como la Escuela de Chicago, los preceptos de Marshall McLuhan, la ecología de los medios, entre otras.

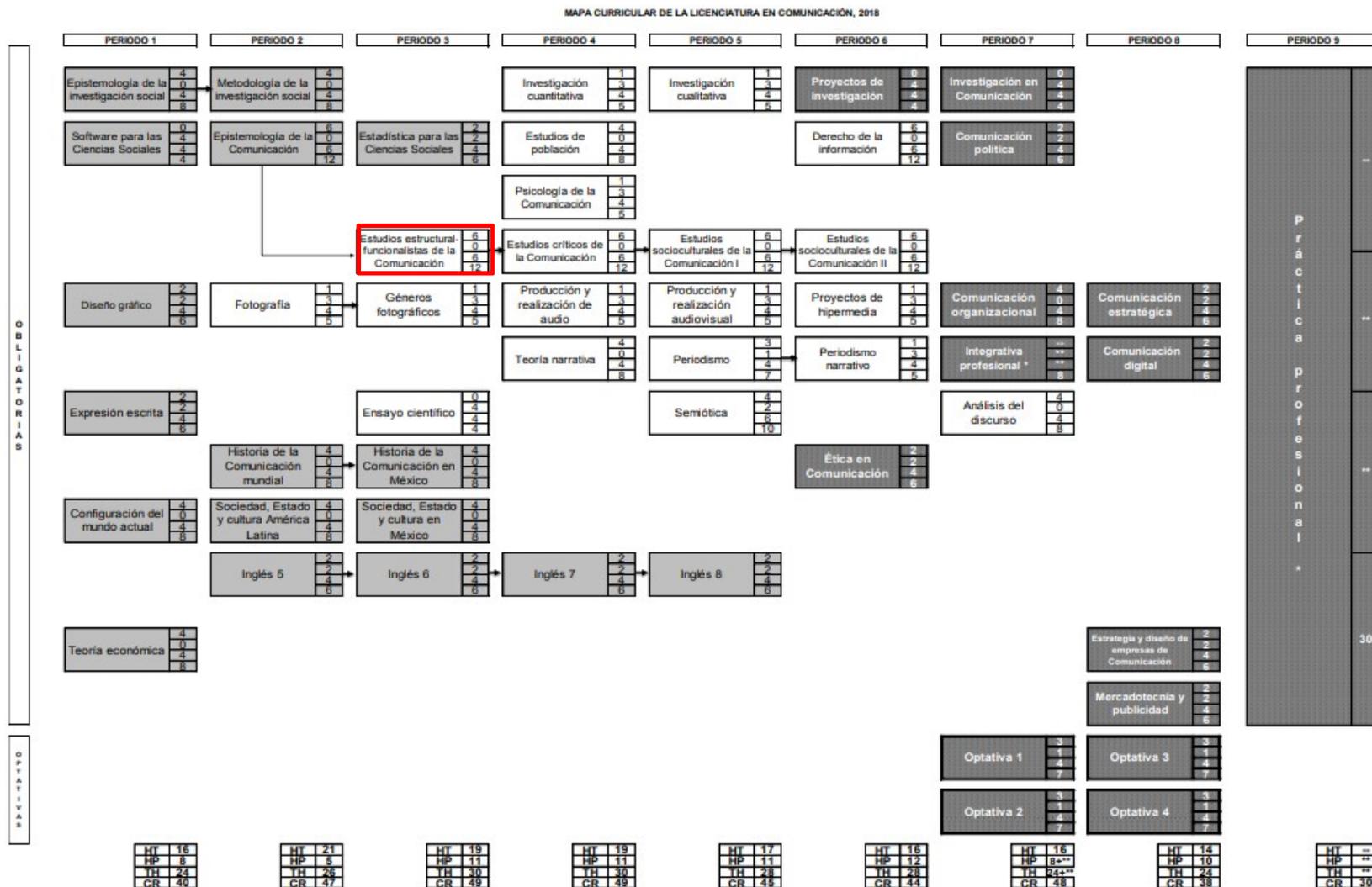
Antes de adentrarse al estudio de estas aproximaciones, los alumnos primero tendrán que entender las razones por las cuales los teóricos de la comunicación en Norteamérica se avocaron al estudio de estos temas, lo cual tiene que ver con el desarrollo sociohistórico de la región en los siglos XVIII, XIX y principios del XX. Asimismo, el hecho se vincula con la relación establecida entre el Estado, medios de comunicación y sociedad en Estados Unidos y Canadá. Conocer estas visiones clásicas de la comunicación es imperante para que los alumnos puedan comprender, en los subsiguientes periodos, los Estudios críticos de la comunicación y otras aproximaciones teóricas de la comunicación. Asimismo, es una gran oportunidad para poder analizar fenómenos comunicacionales en la región de Norteamérica y en el mundo, así como para entender los estudios de



periodismo, las relaciones públicas, la publicidad, entre otras ramas de la comunicación.



III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular





Proyecto curricular de la Licenciatura en Comunicación
Reestructuración, 2018
Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales



DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS							
PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8
						Guionismo 3 1 4 7	
						Producción editorial 3 1 4 7	Periodismo digital 3 1 4 7
						Comunicación y cambio social 3 1 4 7	Comunicación y educación 3 1 4 7
						Relaciones públicas 3 1 4 7	Estrategias de Comunicación política 3 1 4 7
							Derechos de autor 3 1 4 7
							Intercultural communication ¹ 3 1 4 7
						Arte y Comunicación 3 1 4 7	Estudios sobre cine 3 1 4 7
						Economía política de la Comunicación 3 1 4 7	

SIMBOLOGÍA

Unidad de aprendizaje	HT: Horas Teóricas
	HP: Horas Prácticas
	TH: Total de Horas
	CR: Créditos

→ 11 líneas de seriación
Créditos mínimos 22 y máximos 49 por periodo escolar.
* Actividad académica.
** Las horas de la actividad académica.
¹ UA optativa que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el idioma inglés.

	Núcleo básico obligatorio.
	Núcleo sustantivo obligatorio.
	Núcleo integral obligatorio.
	Núcleo integral optativo.

PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS

Núcleo básico obligatorio: cursar y acreditar 17 UA	52 18 70 122
---	-----------------------

Total del núcleo básico: acreditar 17 UA para cubrir 122 créditos

Núcleo sustantivo obligatorio: cursar y acreditar 20 UA	58 34 92 150
---	-----------------------

Total del núcleo sustantivo: acreditar 20 UA para cubrir 150 créditos

Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar 9 UA + 2 *	18 20** 36** 90
--	--------------------------

Núcleo integral optativo: cursar y acreditar 4	12 4 16 28
--	---------------------

Total del núcleo integral: acreditar 13 UA + 2 * para cubrir 118 créditos

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS	
UA obligatorias	4R + 2 Actividades académicas
UA optativas	4
UA a acreditar	50 + 2 Actividades académicas
Créditos	390



IV. Objetivos de la formación profesional

Objetivos del programa educativo:

Son objetivos generales de los estudios profesionales de la Licenciatura en Comunicación, formar profesionales críticos y creativos en materia de procesos comunicativos mediáticos y no mediáticos con la finalidad de favorecer la opinión pública, el acceso y uso de los medios de comunicación, y de esta manera considerar a la información como base de la formación de modelos elementales de orden y de la comunicación como única posibilidad de generación de vida cultural y de esta manera contribuyan al progreso social, económico, y cultural del país.

Generales

- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y de apertura al mundo.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Convivir con las reglas de comportamiento socialmente aceptables, y contribuir en su evolución.
- Adquirir los valores de cooperación y solidaridad.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base de la creatividad.
- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar como profesional con autonomía.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas en una segunda lengua.
- Tomar decisiones y formular soluciones racionales, éticas y estéticas.
- Desarrollar su forma de expresarse, su creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar un juicio profesional basado en la responsabilidad, objetividad, credibilidad y la justicia.

Particulares

- Analizar procesos comunicativos desde diferentes perspectivas teóricas de la comunicación, a través de metodologías cuantitativas y cualitativas para realizar investigaciones que expliquen fenómenos sociales, culturales, económicos y políticos que inciden a nivel local, regional, nacional e internacional y que contribuyan al desarrollo social y cultural.



- Evaluar proyectos de comunicación en grupos sociales focalizados como: etnias, grupos rurales, urbanos y de segmentos sociales específicos desde la teoría de sistemas, estructural funcionalista, e interaccionismo simbólico, a través de la identificación de sistemas de comunicación estructurados por componentes mediáticos, no mediáticos, híbridos, propios de los contextos culturales para preservar el tejido social, la solidaridad, la corresponsabilidad y potenciar los vínculos sociales así como coadyuvar en el acceso, diálogo y participación en el cambio social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular planes, programas y estrategias de comunicación organizacional y estratégica desde la teoría de sistemas, a través de la revisión del proceso de comunicación interpersonal e institucional para la elaboración de modelos de análisis y contenidos comunicativos, mejorar la calidad y pertinencia de sus servicios y contribuir al desarrollo económico-social-político.
- Evaluar productos comunicativos de orden material y/o discursivos claros y críticos para organizaciones y medios de comunicación y cultura mediante la aplicación de la teoría del discurso, la teoría de la narración, teorías de la comunicación, sociotecnología y técnicas fotográficas y creativas para la producción de audio y audiovisual, para promover la diversidad en los medios de comunicación y garantizar el derecho a la información en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular contenidos periodísticos en distintos géneros y soportes mediáticos a través del análisis de las características narrativas y argumentativas de los géneros informativos como: nota informativa, entrevista, la crónica y el reportaje; e interpretativos: artículo, columna, editorial y cartón, y su intencionalidad comunicativa para favorecer la formulación de la opinión pública respecto a problemáticas, actores sociales o cuestiones públicas y promover el reconocimiento y garantizar el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación
- Evaluar campañas publicitarias y propagandísticas de productos, servicios, marcas, ideas o causas sociales específicas a través de técnicas de la mercadotecnia y de la administración, sistemas científicos de argumentación, para contribuir al desarrollo político, social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.



Objetivos del núcleo de formación:

Desarrollará en el alumno el dominio teórico, metodológico y axiológico del campo de conocimiento donde se inserta la profesión. Comprenderá unidades de aprendizaje sobre los conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para dominar los procesos, métodos y técnicas de trabajo; los principios disciplinares y metodológicos subyacentes; y la elaboración o preparación del trabajo que permita la presentación de la evaluación profesional.

Objetivos del área curricular o disciplinaria:

Apreciar las propuestas teóricas más significativas de las ciencias de la comunicación: estructural funcionalismo, estudios críticos y estudios socioculturales, a través del estudio de perspectivas teórico-metodológicas: históricas, cuantitativas, cualitativas, que permitan analizar e intervenir en problemáticas de la comunicación social y la cultura.

Crear productos comunicativos, empleando técnicas de producción y realización de audio y audiovisual, de hipermedia, de diseño gráfico, fotografía, periodismo, para mejorar la comunicación estratégica y organizacional

V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.

Examinar las principales corrientes teóricas de los estudios estructurales y funcionalistas de la comunicación en Norteamérica, mediante el análisis histórico y analítico de sus precursores, para comprender fenómenos contemporáneos de la comunicación y la cultura.



VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización

Unidad temática 1. El contexto del surgimiento de los estudios estructural-funcionalistas

Objetivo: Estudiar las condiciones de contexto social, económico, político y cultural que motivaron la emergencia de las Ciencias de la Comunicación en el siglo XX, a través de un estudio histórico, para comprender la fundación de los objetos de estudio pioneros en la disciplina.

Temas:

- 1.1 Contexto histórico-social del siglo XX
- 1.2 Configuración de los medios de comunicación en Estados Unidos

Unidad temática 2. El pensamiento fundacional

Objetivo: Evaluar las aportaciones al estudio de la Comunicación por parte de la Matemática, la Filosofía, la Ciencia Política, la Sociología, la Antropología y la Psicología, entre otros campos científicos, a través del estudio de teorías y modelos teóricos, para producir investigaciones desde la interdisciplinariedad del ejercicio profesional y académico.

Temas:

- 2.1 Desarrollo del estructural-funcionalismo en los estudios sobre medios de comunicación
- 2.2 El métodos científico y la construcción de la realidad: la contribución de la Filosofía a los estudios sobre medios
- 2.3 Estudios de opinión pública y propaganda: la contribución de la ciencia política a los estudios sobre medios
- 2.4 Sociedad de masas y estudios sobre medios: la contribución de la Sociología, Psicología y Antropología
- 2.5 Modelo matemático de la comunicación



Unidad temática 3. Modelos y teorías

Objetivo: Argumentar los fundamentos y aplicaciones de los modelos y teorías de la comunicación desarrolladas bajo el paradigma del estructural – funcionalista, por medio del estudio de preceptos teórico-conceptuales, para proponer intervenciones en procesos comunicativos en distintos contextos y niveles.

Temas:

- 3.1 La teoría de la opinión pública y la prensa (James Bryce siglo XIX)
- 3.2 Los estudios de Walter Lippmann 1920
- 3.3 La aguja hipodérmica
- 3.4 Influencias selectivas y limitadas
- 3.5 Funciones y disfunciones (Wright Mills)
- 3.6 El gatekeeping
- 3.7 El agenda setting
- 3.8 La comunicación de dos fases
- 3.9 Usos y gratificaciones
- 3.10 La utilidad de la información de los medios
- 3.11 El modelaje
- 3.12 Influencia de los medios Difusión e innovación
- 3.13 La teoría de cultivo

Unidad temática 4. Otras teorías y aproximaciones

Objetivo: Estudiar las escuelas de pensamiento, teorías y modelos complementarios o posteriores a los estudios funcionalistas clásicos, por medio del análisis de las corrientes teóricas (Escuela de Chicago, Marshall McLuhan y la Ecología de medios de comunicación) para analizar fenómenos comunicacionales desde perspectivas que se actualizan en los campos profesionales y de investigación vigentes.

Temas:

- 4.1 Escuela de Chicago: la sociología interaccionista
- 4.2 Las interpretaciones de Marshall McLuhan
- 4.3 Ecología de los medios de comunicación (Neil Postman)
- 4.4 La espiral del silencio



VII. Acervo bibliográfico

Básico:

Berger, L. P. & Luckman, T. (1967) *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. New York: Anchor Books.

Berlo, D. (2002). *El proceso de la comunicación: introducción a la teoría y la práctica*. Buenos Aires: El Ateneo [C. U. Valle de México]

Cantril, H. (1940). *The Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic* Princeton, NJ: Princeton University Press. Disponible en: <https://epdf.pub/queue/the-invasion-from-mars-a-study-in-the-psychology-of-panic.html>

Charles, D. (1899). *The Origin of Species*, (6th ed.) New York: Hurst. Consultado en: http://darwin-online.org.uk/converted/pdf/1921_OriginSpanish_F776.2.pdf y <http://ecologia.ib.usp.br/ffa/arquivos/abril/darwin.pdf>

Cortés, C. (2017). *Teoría de la comunicación, un enfoque sistémico – cibernético*. Quito, Pichico: Razón y palabra. Disponible en: http://editorialrazonypalabra.org/pdf/ryp/teoria_comunicacion_cortes.pdf

DeFleur, M. & Ball-Rokeach, S. (1989) *Theories of Mass Communication*, (5th ed.) White Plains, NY: Longman. [Biblioteca Central]

Figueroa, R. (2013). *Introducción a las teorías de la comunicación*. Naucalpan: Pearson. [C. U. Valle de México]

Mattelart, A. & Mattelart, M. (1992). *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, España: Paidós. Disponible en: http://www.proglocode.unam.mx/sites/proglocode.unam.mx/files/Paidos_-

Mcquail, D. (2010). *Mass communication theory*. London: Sage. Disponible en: <http://docshare04.docshare.tips/files/28943/289430369.pdf>

Miller, K. (2005), *Communication theories. Perspectives, processes and contexts*. New York: McGraw-Hill. [Fac. Ciencias Políticas]

Moragas, M. (1981). *Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios. En América y Europa*. Madrid España: Gustavo Gili. [Fac. Arquitectura y Diseño]

Páez, L. (editora) (2003): *La sociología estadounidense. Ensayos y textos*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. [Fac. Humanidades]

Shannon, C. y Weaver, W. (1998). *The mathematical theory of communication*. Chicago: University of Illinois Press. Disponible en: https://monoskop.org/images/b/be/Shannon_Claude_E_Weaver_Warren_The_Mathematical_Theory_of_Communication_1963.pdf

[_Historia_De_Las_Teorias_De_La_Comunicacion1%20%281%29.pdf](#)



Complementario:

Balnaves, M.; Donald, S. amp; Shoemith, B. (2009) Media theories and approaches. New York: Palgrave – McMillan.

Bandura, A. (1977). Media theories and approaches. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Beard, F. & Olsen, R. L. (1999). Webmasters as Mass Media Gatekeepers. In Internet Reseach: Electronic Networking Applications and Policy, 9,3. (pp. 200-211). U.K.:Emerald Group Publishing Limited

Castro, I. & Moreno, Z. L. (2006). El modelo comunicativo. Teóricos y teorías relevantes, (1ª ed.) México: Trillas. [Fac. Derecho]

DeFleur, L. & Dennis, E. E. (1991). Understanding Mass Communication, (4th ed.) Boston: Houghton Mifflin Company.

DeFleur, L. M. & DeFleur, H. M. (2002). Learning to Hate Americans: How the U.S. Media Shape Attitudes of Teenagers in Twelve Countries. Spokane: Marquette Books.

DeFleur, M. & Westie, F. (1963), Attitude as a Scientific Concept. In Social Forces, 42, 1,. (pp. 17-31).Oxford: Oxford University Press.

Duffy, B. E. y Turow, J. (2009). Key readings in media today. Mass communication in contexts. New York: Routledge.

Escarpit, R. (1977). The Concept of Mass. In Journal of Communication, 27, 2, (p.44-47). Oxford: Oxford University Press.

Espinar, E. & otros. (2006). Introducción a la sociología de la comunicación. España: Universidad de Alicante.

Furnas, J. C. (1969). The Americans: A Social History of the United States, 1587-1914. New York: G.P. Putnam and Sons.

Gerbner, G., Larry Gross, Michael Morgan y Nancy Signorelli (1986), “Living with television: the dinamic of cultivation process”, en Jennings Bryant y Dolf Zillmann (eds.) *Perspectives of media effects*, Lawrence Erlbaum Associates, Hi’lsdale, New Jersey.

Harris, J. R. (1994). A Cognitive Psychology of Mass Communication, (2nd ed.) Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates. Consultado en: <http://s3.amazonaws.com/arena-attachments/1256636/7d551dd2b800f432324bbd083ad67333.pdf?1505252972>

http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lazarsfeld_merton.pdf

Katz, E.(1957). The Two-Step Flow of Communication. In The Public Opinion Quarterly. (pp. 61-78). Oxford: Oxford University Press Spring.

Katz, E., Blumler, G. B., & Gurevitch, M. (1974). The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratifications Research. Beverly Hills, CA: Sage.



- Klapper, J. (1960) *The Effects of Mass Communication*. Glencoe, IL: The Free Press.
- Lasswell, H. (1998). "The structure and function of communication in society". Publicado en Lyman Bryson (ed) *The communication of ideas*. The institute for religious and social studies, New York. Consultado en: <https://pracownik.kul.pl/files/37108/public/Lasswell.pdf>
- Laswell, H. (1948). *The Communication of Ideas*, (ed. Lyman Bryson) New York: Harper & Brothers.
- Lazarsfeld, F. P., Berelson, B., & Gaudet, H. (1948). *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Election*, (3rd ed.) New York: Columbia University Press.
- Lazarsfeld, P. F. & Merton, R. K. (1977). "Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada". Publicado en MURARO, Heriberto (comp.). *La comunicación de masas*, Centro Editor de América, Latina, Buenos Aires. Consultado en:
- Lippman, W. (1922) *Public Opinion*, (1st Ed.) New York: Harcourt, Brace and Company. Consultado en: https://monoskop.org/images/b/bf/Lippman_Walter_Public_Opinion.pdf
- Lowery A. S. & DeFleur L. M. (1995) *Milestones in Mass Communication Research*, (3rd ed.) White Plains, NY: Longman.
- McCombs, M. & Shaw, D. (1972). *The Agenda-Setting Function of the Mass Media*. In *Public Opinion Quarterly*, 36. (pp. 176-187). Oxford: Oxford University Press. Consultado en: <http://snschool.yolasite.com/resources/Agenda%20setting%20function-Sanjay.pdf>
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extension of Man*. New York: McGraw Hill Book Company. Consultado en: <https://designopendata.files.wordpress.com/2014/05/understanding-media-mcluhan.pdf>
- Noelle-Neumann, E. (1984). *The Spiral of Silence: Public Opinion Our Social Skin*. Chicago: University of Chicago Press. Consultado en: <http://www.egrupos.net/cgi-bin/eGruposDMime.cgi?K9U7J9W7U7xumopxCTMVQPYy-qnemo-CTYXTCvthCnoqdy-qlhhyCXVTcgb7>
- Ponfret, J. (1970). *Founding the American Colonies: 1583-1660*, (1st Torchbook ed.) New York: Harper and Row.
- Ryan B. & Gross, N. (1943). *The Diffusion of Hybrid Seed Corn in Two Iowa Communities*. In *Rural Sociology*, 8, 1. (pp. 7). Washington: American Sociological Association. Consultado en: <https://lib.dr.iastate.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1386&context=researchbulletin>
- Schramm, W.; Lyle, J. & Parker, E. (1961). *Television in the Lives of Our Children*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Wright, C. (1975). *Mass Communication: A Sociological Perspective*, (2nd ed.) New York: Random House