

Índice

Presentación	5
Relaciones con el Área y otras asignaturas	7
Enfoque disciplinario	9
Enfoque didáctico	11
Evaluación	12
Contribución de las materias de Taller de Comunicación I y II al perfil del egresado.....	13
Concreción en la materia de los principios del Colegio: aprender a aprender, aprender a ser, aprender a hacer y aprender a convivir.....	15
TALLER DE COMUNICACIÓN I	
Propósitos generales	17
Unidad 1. La comunicación humana	18
Evaluación	22
Referencias	22
Unidad 2. El proceso de la comunicación	24
Evaluación	26
Referencias	26

Unidad 3. La comunicación grupal en los procesos sociales	27
Evaluación	30
Referencias	31

TALLER DE COMUNICACIÓN II

Propósitos generales	33
Unidad 1. Comunicación masiva y sociedad contemporánea	34
Evaluación	37
Referencias	38
Unidad 2. Elementos para el análisis de mensajes	40
Evaluación	43
Referencias	44
Unidad 3. Medios y difusión de mensajes	46
Evaluación	48
Referencias	48

Presentación

A nadie escapa la importancia de la comunicación en la vida cotidiana. No hay individuo ni sociedad que puedan sostenerse como tales sin la búsqueda de acuerdos. De ahí que el conocimiento de su estructura interna como proceso, de sus dificultades prácticas, del potencial biológico y humano de los comunicantes, entre otros aspectos, sea fundamental en la formación de los alumnos de bachillerato. Por ello, es importante que el Colegio de Ciencias y Humanidades incluya la materia, que hoy lleva el nombre de Taller de Comunicación, y aborde el estudio de la comunicación mediante procesos de enseñanza–aprendizaje que tengan incidencia directa en las prácticas comunicativas y en los diversos ámbitos culturales de quienes la estudian.

En el Plan de Estudios del Colegio de Ciencias y Humanidades, los talleres de comunicación tienen carácter de asignaturas opcionales, en el quinto y sexto semestres, y como parte de la organización académica por áreas de conocimiento, están ubicados en el Área de Talleres de Lenguaje y Comunicación. Este hecho tiene dos implicaciones. Por un lado, el estudio de la materia se vincula y complementa a los Talleres de Lectura, Redacción e Iniciación a la Investigación Documental y a las cuatro habilidades comunicativas: *saber escuchar, saber hablar, saber escribir y saber leer*,

que se imparten los primeros cuatro semestres; esto es, pertenece al grupo de materias de las áreas humanísticas y de las ciencias sociales.

Por otro lado, la segunda implicación es que, en tanto taller, la materia se concibe como un espacio de trabajo académico organizado con base en estrategias de participación, que promueven el gusto por aprender, la reflexión grupal, la creatividad, el análisis y la crítica de los contenidos temáticos. En esta dinámica fomenta los valores de solidaridad y compañerismo para lograr objetivos comunes, tal como lo establecen los principios del Colegio de Ciencias y Humanidades: *aprender a aprender, aprender a hacer, aprender a ser y aprender a convivir*; éste último se concibe en el Modelo Educativo como el desarrollo de la disposición en el trabajo en equipo, tolerancia en la diversidad y la habilidad para relacionarse con las otras personas.

Dichos elementos están encaminados a convertirse en motivadores para la búsqueda de nuevos conocimientos, con mayor rigor científico, y para propiciar, al mismo tiempo, la formación del pensamiento crítico, tal como lo exige la hoy denominada *Sociedad del Conocimiento*, que abordan el estudio de la comunicación en sus diferentes niveles, y considera las especificidades que adquiere en función del entorno cultural. Así, partimos del principio de que la comu-

nicación interpersonal, grupal y masiva tiene, cada una, su propio campo de problemas, lógica y sus ritmos, aun cuando las tecnologías emergentes las llevan a tocarse en algunas circunstancias.

Es preciso, por ello, atender a las especificidades de la comunicación en uno y otro nivel, tomando en cuenta sus semejanzas y recíprocas influencias, por más que la incursión de las tecnologías parezca orientar el estudio de la comunicación al nivel masivo. Nuestra premisa es que, antes que la masa, está el individuo quien, como persona, experimenta la necesidad de comunicación y busca satisfacerla.

Así, los contenidos del Taller de Comunicación I se refieren a los procesos de comunicación inmediata, directa y, en la mayoría de los casos, presencial. Pero también a los procesos de comunicación mediata e indirecta, dados los cambios en las tecnologías y su incidencia en las prácticas de comunicación intrapersonal, interpersonal e intergrupal, en sus diferentes formas, que han generado fenómenos como el de las denominadas *Redes sociales digitales* o redes virtuales, cuya característica básica es el uso de los medios digitales para el intercambio de información personal y la socialización.

Los aprendizajes de cada unidad del Taller de Comunicación I van de lo simple a lo complejo están relacionados con las situaciones particulares y concretas del alumno. Al abordar cada tema, se busca promover su formación como sujeto activo, por medio del trabajo individual o de la interacción grupal, a la búsqueda de respuestas y la solución de los problemas que se le presentan en su vida diaria. Y, como centro de todo ello, los temas del lenguaje y de los elementos básicos del proceso de comunicación, los cuales ocupan un lugar relevante en la estructura de los programas.

Por su parte, los contenidos del Taller de Comunicación II, van de lo teórico, a lo metodológico y a lo práctico. Es decir, primero se abordan las características de los medios de difusión masiva, en la nueva realidad mediática; después se analizan los mensajes de los medios de comunicación, según sus características y procesos de producción de mensajes alternativos; y finalmente, se aplican los conocimientos de las dos unidades anteriores en la producción de mensajes alternativos.

Los aprendizajes del Taller de Comunicación II se organizan de lo general a lo particular. En la unidad 1 se establece el estudio de la comunicación de masas desde los contextos histórico, social y político, y la elaboración de un proyecto para la producción de mensajes, desde un enfoque crítico. En la

unidad 2 se abordan los elementos básicos para el análisis de los medios y los mensajes de la comunicación de masas y las nuevas formas que adoptan, al incorporar las Tecnologías de Información y Comunicación, además de que se inicia la realización del proyecto formulado en la primera unidad. Asimismo, en la unidad 3 se proporciona una secuencia de aprendizajes para la aplicación de los conocimientos adquiridos desde el primer semestre, y la conclusión del proyecto de comunicación, así como su difusión incorporando las tecnologías actuales.

Las estrategias sugeridas para este segundo curso del Taller de Comunicación II están planteadas de tal manera que el alumno desarrolle habilidades de producción y emisión de mensajes para públicos amplios, así como para la comprensión y el aprovechamiento de las tecnologías de información y comunicación, con base en principios de equidad, respeto a la diversidad y con rigor académico. Esto significa que la producción de mensajes debe partir de la investigación realizada con base en criterios metodológicos mínimos, a fin de generar contenidos alternativos bien fundamentados.

Es importante tomar en cuenta que, aun cuando se ofrezcan sugerencias de estrategias de aprendizaje, estos programas son indicativos, por lo que el profesor tiene la posibilidad de instrumentar sus propias estrategias en su programa operativo, siempre y cuando facilite el logro de los aprendizajes y cubra las unidades previstas.

La preocupación central al momento de elaborar los programas ha sido que el alumno se conciba como sujeto autónomo, capacitado para ir creciendo como persona, al tiempo que valora y asume los conocimientos de la cultura contemporánea; que desarrolle habilidades para investigar, para adquirir y construir sus propios conocimientos a partir de la búsqueda por él mismo de la información requerida, utilizando como herramientas diferentes fuentes y formatos, y lleve a la práctica los conocimientos adquiridos y construidos por él.

Relaciones con el Área y otras asignaturas

En general, las materias básicas del área de Talleres del Lenguaje y Comunicación se vinculan directamente con la asignatura de Taller de Comunicación. De esta manera, las asignaturas de Taller de Lectura, Redacción e Iniciación a la Investigación Documental I a IV son necesarias en la formación del alumno, pues ayudan a la adquisición de habilidades de lecto escritura, obligatorias en el campo de la redacción y realización de productos comunicativos a desarrollarse en nuestra materia.

Particularmente, la materia de Taller de Comunicación se vincula con el Taller de Lectura, Redacción e Iniciación a la Investigación Documental I en la unidad 3: nota Informativa y artículo de opinión; del Taller de Lectura, Redacción e Iniciación a la Investigación Documental II, en la unidad 1: anuncio publicitario; en el Taller de Lectura, Redacción e Iniciación a la Investigación Documental III, unidad 2: Editorial y caricatura política; estas unidades permiten el conocimiento de los géneros periodísticos, mismos que pueden ser empleados en la unidad 3 del Taller de Comunicación II al momento de producir mensajes alternativos en medios impresos. De la misma manera, el Taller de Lectura, Redacción e Iniciación a la Investigación Documental IV favorece al Taller de Comunicación II en el diseño de pro-

yectos de investigación, necesario para la secuencia didáctica referente a la producción de mensajes masivos alternativos.

En cuanto a las asignaturas de quinto y sexto semestre, el Taller de Comunicación mantiene una relación directa y paralela con materias del quinto y sexto semestre como análisis de textos literarios, psicología, expresión gráfica, antropología y filosofía.

La materia de Psicología se relaciona con el Taller de Comunicación, ya que ambas abordan las temáticas de relaciones humanas desde los procesos psicosociales y las dinámicas interpersonales para tratar las diferentes formas de vinculación de los seres humanos. Así, la comunicación intrapersonal se relaciona con el concepto de sí mismo, autoestima, actitudes, creencias, entre otros; o bien la comunicación interpersonal y grupal que se reflejan en las dinámica familiar, relaciones de pareja, atracción interpersonal, entre otros.

La materia de Taller de Expresión Gráfica se relaciona con los Talleres de Comunicación, ya que ambas tratan el lenguaje icónico verbal como medio de expresión humana. La primera busca desarrollar la facultad humana para producir signos a través del uso adecuado de códigos propios del lenguaje gráfico y desarrollar las características de los diferentes medios de comunicación impresa para realizar propues-

tas de mensajes gráficos, mientras que la segunda realiza análisis y producción de mensajes masivos alternativos empleando el lenguaje icónico.

La materia de *Antropología* es entendida como una disciplina que estudia las manifestaciones culturales del hombre y se relaciona con la comunicación, ya que ambas estudian las expresiones concebidas como formas simbólicas empleadas en las distintas interacciones sociales debido a que posibilitan intercambiar significados –constituidos históricamente– a través de diferentes lenguajes y prácticas culturales, mitos y ritos.

El Taller de Comunicación se relaciona con la asignatura de Taller de Análisis de Textos Literarios, en la medida en que ambas estudian al lenguaje y las construcciones discursivas; otros puntos de encuentro son el estudio de elementos de narrativa y conceptos como la ficción, verosimilitud, contexto de recepción y la construcción de sentido en los discursos narrativos audiovisuales.

El estudio de la comunicación mantiene una relación con la materia de Filosofía, pues ésta última reflexiona sobre el aspecto ético del ser humano, mientras que la primera busca como propósito promover una actitud ética en las relaciones interpersonales y grupales a las que pertenece el alumno en su vida diaria.

Por último, la comunicación humana, comunicación masiva y las Tecnologías de la Información y de la Comunicación son objeto de estudios multidisciplinarios, lo cual permite un diálogo contextual con otras materias como Ciencias Políticas y Sociales, Administración, Biología o incluso Cibernética, pues permiten al alumno ampliar la comprensión del mundo complejo de la comunicación, mismo al que se enfrentarán al egresar del Colegio.

Enfoque disciplinario

El ser humano es un ser *de* y *para* la comunicación. Ésta lo define históricamente y evoluciona al ritmo de los procesos de hominización y humanización. El ser humano y la comunicación son una continua posibilidad de crecimiento y mejoría.

El ser humano es más en la medida en que se esfuerza por comunicar y aprovecha las oportunidades, pocas o muchas, que le brinda su entorno. En ese sentido se constituye en sujeto autónomo y responsable de su vida. De ahí la importancia del estudio de la comunicación humana para conocer su naturaleza, su estructura y el funcionamiento de cada uno de sus elementos, formas y niveles; de los usos de los distintos tipos de lenguajes para elaborar mensajes que promuevan la dignidad humana.

La comunicación es un proceso que muestra la complejidad de la naturaleza humana. Por ello, su estudio involucra múltiples aspectos: humanístico, sociológico, psicológico, antropológico, lingüístico, semiótico, estético, entre otros. De ahí la posibilidad y, más aún, la necesidad de estudiar los hechos comunicativos desde un enfoque multidisciplinario.

El Taller de Comunicación señala cuatro rasgos que la definen por su carácter humanístico y social, por lo cual se debe resaltar su enfoque inter y multidisciplinario.

El primer rasgo lo define la intencionalidad de su estudio. Se trata del análisis de la comunicación centrado en la persona, con énfasis especial en los procesos y relaciones comunicativas de los alumnos en su vida cotidiana.

El segundo rasgo viene dado por la ubicación de la materia en el Área de Talleres de Lenguaje y Comunicación, lo cual determina que su aprendizaje implique la ampliación de los variados usos de las formas de comunicación y, por consiguiente, en la ampliación de su potencial comunicativo, para entenderse a sí mismos y entender las razones del *otro*. Se busca contribuir a la formación de los alumnos con aprendizajes humanamente productivos en su ámbito personal, en el contexto actual de los medios y las tecnologías digitales e interactivas, los cuales están generando hoy innovadores procesos sociales a partir de nuevos lenguajes y formas de expresión que van rápidamente en aumento. Para ello, se retoman las habilidades adquiridas en los cursos de Taller de Lectura, Redacción e Iniciación a la Investigación Documental I–IV: leer, escribir, hablar y escuchar, así como sus conocimientos en el manejo de las técnicas de investigación. De la misma manera, la materia se concibe como un taller, donde existe un equilibrio entre la teoría y la práctica.

Un tercer rasgo del enfoque de los Talleres de Comunicación está relacionado con la intencionalidad

de los mensajes que el alumno recibe—percibe. En el programa se enfatizan dos aspectos: *a)* la concepción del alumno como actor central en el proceso educativo y, *b)* la selección cuidadosa de los aprendizajes en función de sus necesidades e intereses. En congruencia con lo anterior, la didáctica de la materia asume la postura que plantea la educación para la recepción aplicada, tanto a mensajes de índole masiva, interpersonal y grupal. Concibe, al alumno como un receptor—perceptor con habilidades suficientes para analizar los mensajes, decodificarlos, re—significarlos y codificar los suyos propios como emisor.

El desarrollo de dichas habilidades demanda del alumno:

- a)* *Aprender a conocer* y analizar el contenido de los mensajes, a distinguir sus diferentes formas y tipos, a fin de decodificarlos con una postura crítica.
- b)* *Aprender a hacer* sus propios mensajes utilizando el código adecuado para cada uno o del medio que utilice, es decir, concebirse como un emisor que reflexiona acerca de lo qué quiere comunicar, a quién y por qué.
- c)* *Aprender a ser* en la medida en que se conciba a sí mismo como sujeto autónomo, responsable, por tanto, de su forma de conducirse con respeto frente a los mensajes que recibe, frente a los mensajes que elabora y envía, y frente a los demás, en tanto sujetos autónomos. En síntesis, como sujeto ético.
- d)* Aprender a convivir a partir del diálogo permanente con sus compañeros y profesor para el logro del conocimiento compartido.

El cuarto rasgo del enfoque de los Talleres de Comunicación se refiere a los contextos. Ningún proceso de comunicación, aún el más trivial y cotidiano, se produce en el vacío. Todo proceso de comunicación está siempre situado en razón de la sociedad, de la cultura y de la lengua, ésta como expresión máxima de la cultura de un pueblo. Los contextos sociales y culturales pueden ser más cercanos e inmediatos o más lejanos o mediatos, pero unos y otros son siempre decisivos, ya en el estudio de la comunicación como disciplina, ya en la realización de las prácticas cotidianas y profesionales de la misma.

Conviene que el alumno de bachillerato vaya descubriendo que para la comunicación los contextos operan como en círculos concéntricos. Los contextos socioculturales más cercanos e inmediatos en los que se mueven los comunicantes son la familia, la escuela, el centro laboral, la colonia, la ciudad. En ellos predominan los procesos de comunicación interpersonal. Pero a ellos había que agregar los entornos más lejanos o mediatos: el país, la

región, el mundo, éstos con mayor influencia en los procesos de la llamada comunicación masiva (objeto de estudio del segundo semestre). Los contextos aparecen como círculos concéntricos, pero nunca separados, sino a la manera de vasos comunicantes, se realimentan unos a otros.

Los contextos socioculturales lejanos o mediatos proveen de significados a los contextos más cercanos e inmediatos. De esa manera, los valores culturales del país, expresados concretamente en las formas, niveles y tipos de comunicación, se vinculan con los valores culturales de la región y, en suma, con los valores universales y a la inversa. Por tanto, si los procesos de comunicación ocurren en contextos socioculturales precisos, el enfoque de la materia, considera los valores culturales del país, México, y de la región a la que por historia pertenece, América Latina.

Asumirse como perteneciente a una comunidad cultural es tanto como ir creando conciencia de la propia identidad, sin que ello signifique que ésta llegue a ser inmutable. La preservación de lo local y regional no implica necesariamente rechazo de lo global, pero sí el respeto a la autonomía de sus valores culturales específicos. Entre ellos, el de las maneras en que se expresan las relaciones de comunicación.

Enfoque didáctico

El enfoque didáctico de la materia debe contemplar tres aspectos relevantes:

a) Pedagógico con respecto a los principios del Modelo Educativo del Colegio: *aprender a aprender*, a partir de la puesta en práctica de una operación simultánea: *aprender a conocer, aprender a hacer, aprender a ser y aprender a convivir*.

b) Estructural de manera tal que precise la selección, organización, secuencia lógica y nivel de profundidad de los aprendizajes.

c) Metodológico en cuanto a la explicitación puntual de las estrategias adecuadas y el modo de instrumentarlas.

Es en la modalidad didáctica de Taller en donde se pueden concretar dichos aspectos. Así las estrategias propuestas en las materias de Taller de Comunicación I y Taller de Comunicación II rescatan la metodología y características del CCH que ha de ser el trabajo colaborativo, la comunicación participativa, el aprendizaje significativo y el esfuerzo compartido a partir de objetivos comunes para la construcción y formación social conjunta de conocimiento. Un taller donde coincida la comunicación cara a cara, horizontal y dialógica entre alumno–profesor y el alumno sea un sujeto creador en la cultura.

Evaluación

Después de la carta descriptiva de cada unidad del Taller de Comunicación I y II aparece el rubro de evaluación. Aquí se presenta un apartado de sugerencias de evaluación que se divide en: evaluación diagnóstica, formativa y sumativa. Con la evaluación diagnóstica se busca un panorama de los conocimientos previos que le ayudarán al alumno en el proceso de aprendizaje; mientras que la evaluación formativa es parte del proceso de aprendizaje del alumno que, junto al profesor, encamina su esfuerzo para el logro de los aprendizajes; por último, la evaluación sumativa pretende reflexionar sobre los logros obtenidos en dicho proceso.

Los instrumentos de evaluación sugeridos se indican en cada uno de los tipos de evaluación al finalizar cada unidad. Éstos tienen la finalidad de constatar el avance gradual de la comunicación humana y la producción y difusión de mensajes alternativos elaborados por los alumnos durante el Taller de Comunicación I y Taller de Comunicación II, respectivamente.

Contribución de las materias de Taller de Comunicación I y II al perfil del egresado

Al egresar de la materia de Taller de Comunicación I y Taller de Comunicación II el alumno logrará alcanzar conocimientos, habilidades, actitudes y valores, tales como:

Conocimientos

- La dimensión multidisciplinaria, humanística y social de la comunicación.
- Las principales características del lenguaje, su importancia en el proceso de hominización, su trascendencia para la vida de las personas y de las sociedades.
- Los movimientos sociales contemporáneos, el papel que en ellos juega la comunicación con nuevas formas, niveles y tipos, y la utilización de algunos recursos tecnológicos, como Internet, para proyectar su influencia y promover sus demandas.
- Las Tecnologías de Información y Comunicación en la integración de los grupos y en la organización social.
- La coexistencia de los medios tradicionales (prensa, cine, radio y televisión) y los emergentes o virtuales (Internet).
- Las características específicas de cada uno de los medios masivos en México en el contexto socio-histórico actual.

- Los discursos mediáticos como construcciones simbólicas intencionadas en los mensajes informativos, propagandísticos, publicitarios y de entretenimiento.
- Socializar el análisis de mensajes a través de las diferentes aplicaciones, redes sociales y plataformas virtuales presentes en Internet.
- El uso de organizadores avanzados como redes y mapas conceptuales para el aprendizaje significativo de los contenidos de la materia.

Habilidades

- Aprender por sí mismo, a partir de las habilidades de escuchar, hablar, escribir y leer.
- Usar adecuadamente la tecnología para proponer mensajes alternativos en las redes sociales con un uso educativo o cultural.
- Resolver problemas de oralidad en la exposición ante el grupo de las lecturas y los resultados de las investigaciones.
- Buscar información documental y electrónica en la elaboración de los textos académicos.
- Analizar mensajes de los medios de comunicación de distinto tipo, a partir de sus características y elementos discursivos, y argumentar sus puntos de vista.

- Aplicar los conocimientos adquiridos para la producción de mensajes.
- Comprender diversos textos escritos e icónicos para el análisis de mensajes de los medios de comunicación masiva.
- Tomar decisiones de manera informada y responsable mediante la elaboración de un Proyecto de comunicación masiva seleccionando un medio.
- Trabajar en equipo en las etapas de producción de sus obras.
- Producir y difundir mensajes creativos, al utilizar los recursos multimedia a su alcance.
- Investigar en diferentes fuentes de información para la redacción y publicación de los textos solicitados en el aula.

Actitudes

- Responsabilidad para el estudio en trabajos individuales y grupales asignadas en el transcurso de los dos semestres.
- Disposición para trabajar en equipo a partir de plenarias y del diálogo permanente entre los participantes del taller.
- Interés por aprender por cuenta propia en los proyectos de producción y exposiciones de trabajos finales.
- Aprendizaje autónomo en cuanto a su disciplina, disposición a escuchar y proponer miradas alternativas que ofrecen los mensajes mediáticos.
- Actitud crítica frente a los mensajes mediáticos y los producidos por él mismo.

Valores

- Respeto a las reglas del grupo y hacia los integrantes de grupo.
- Solidaridad y compañerismo en el trabajo en equipo y en las plenarias.
- Responsabilidad en el cumplimiento de tareas individuales, en el comportamiento en el aula y en el trabajo con sus compañeros de equipo.
- Libertad en la toma de decisiones de los equipos y trabajos finales de la materia.
- Honradez en la toma de decisiones por equipo y grupales.
- Honestidad del alumno en los diferentes niveles de comunicación.
- Igualdad en la toma de decisiones grupales y por equipo.

Por lo tanto, la materia de Taller de Comunicación contribuye en la formación del alumno del Colegio para un mejor desarrollo de habilidades, valores y actitudes en las distintas situaciones de comunicación, tanto en el ámbito personal, académico y en un futuro profesional, ya sea en el área de las ciencias o las humanidades.

Concreción en la materia de los principios del Colegio: aprender a aprender, aprender a ser, aprender a hacer y aprender a convivir

Con respecto a los principios del Modelo Educativo del Colegio el *aprender a aprender* se concreta a partir de la puesta en práctica de una triple operación simultánea: aprender a conocer, *aprender a hacer* y *aprender a ser*.

Por lo tanto, las estrategias propuestas ponen énfasis en cuatro puntos:

- a) En la formación más que en la información (aprender a aprender).
- b) En el aprendizaje más que en la enseñanza (aprender a ser).
- c) Se pretende situar al educando en la plenitud de su papel como sujeto creador de la cultura (aprender a hacer).
- d) Permite alcanzar la integración personal y social en la solución de conflictos (aprender a convivir).

A partir de los elementos antes mencionados, los rasgos que definirían el perfil de egreso del alumno de la materia son su capacidad de análisis, de crítica y la creatividad mostrada en sus prácticas comunicativas.

TALLER DE COMUNICACIÓN I

Propósitos generales

En la enseñanza de la comunicación en el Colegio de Ciencias y Humanidades destaca el elemento humanístico y social. *Aprender a ser* a partir del aprender a conocer y del aprender a hacer. Y esto empieza desde el rescate mismo del valor de la práctica diaria. Es la esfera de la vida cotidiana a la que pretenden afectar los aprendizajes relevantes seleccionados en este Taller de Comunicación I. En ella se arraigan y anidan las posibilidades de transformación del individuo y de la sociedad, y donde aquél tiene la oportunidad de convertirse o no en persona y sujeto de su historia personal. Es, en efecto, en la vida cotidiana, *a)* donde el ser humano, en este caso el alumno, se manifiesta en todo su campo de experiencia, dotado de instintos, inteligencia, sentimientos, habilidades, necesidades y sueños, *b)* donde expresa la pluralidad de sus actividades: estudio, trabajo, deporte, ocio, amistad, etcétera, *c)* donde atribuye de manera cuasi-espontánea y mediante pequeñas elecciones, una jerarquía a cada una de sus actividades, *d)* donde cobra o no conciencia de su conocer, de su hacer y de su ser.

El propósito general del programa de Taller de Comunicación I es ofrecer elementos para que el alumno se vaya autoafirmando como sujeto autónomo y, por tanto, responsable de su conocer, de su hacer y de su ser en el espacio privado, al tiempo que va aprendiendo a tomar sus propias decisiones para desempeñarse mejor en el espacio público.

El propósito de la primera unidad está centrado en la comprensión y valoración de la comunicación como instrumento primordial de los procesos de socialización, así como en la relevancia del lenguaje en sus diferentes niveles y formas de comunicación, no verbal y verbal, en las relaciones humanas. El uso de todo ello contribuirá a un mejor desempeño del alumno en los ámbitos en los que se mueve en su vida cotidiana.

En la segunda unidad, se analiza el proceso de comunicación, con el fin de que el alumno conozca su estructura y funcionamiento, advierta la diferencia entre los procesos de comunicación e información, valore la importancia de los elementos básicos del proceso de comunicación, así como los factores que pueden favorecerla o limitarla.

Finalmente, en la tercera unidad, y una vez que el alumno ha cobrado conciencia de su ser, en y para la comunicación, se le abre un abanico de posibilidades en cuanto a su desempeño comunicativo en los diferentes grupos que actúan en la sociedad y a los que él pertenece.

De este modo el Taller de Comunicación I tiene como propósitos específicos que los alumnos:

1. Expliquen la importancia de los procesos de comunicación humana, mediante el ejercicio de las diferentes formas y usos del lenguaje, para identificar su ser social en relación con su entorno cultural.
2. Comprometan el proceso de la comunicación a través de la identificación de sus elementos para mejorar sus habilidades comunicativas.
3. Comprende la comunicación grupal en contextos diversos, mediante la identificación de formas y recursos, para promover una actitud ética en sus relaciones grupales, fomentar su interés en los procesos sociales y el uso crítico de las tecnologías de información y comunicación.

Contenidos del primer semestre

Unidad 1. La comunicación humana.

Unidad 2. El proceso de comunicación.

Unidad 3. La comunicación grupal en los procesos sociales.

Unidad 1. La comunicación humana

Presentación

El estudiante que cursa el Taller de Comunicación I, en la búsqueda consciente o inconsciente de su identidad, encontrará, en esta primera unidad, elementos valiosos para la construcción de su propio *yo*. A medida que avance en sus estudios podrá advertir que sus esfuerzos por constituirse en sujeto *autónomo* y, por ello, responsable de su vida se verán recompensados si empieza por concebirse a sí mismo como un ser *en y para* la comunicación (intrapersonal), pero también como un ser en relación con el “otro” (interpersonal).

De ahí que, en esta primera unidad, el alumno empieza por concebirse y aceptarse como un ser de relaciones consigo mismo y a reconocer a los demás integrantes de su grupo e interactuar con ellos. Se trata de interacciones comunicativas iniciales que irá enriqueciendo a lo largo del curso, a partir de elementos tales como los siguientes:

- a) La gradual toma de conciencia sobre la importancia de la comunicación en la formación y desarrollo de las sociedades humanas.
- b) El conocimiento de las principales características del lenguaje, su importancia en el proceso de hominización y su trascendencia para la vida de las personas y de las sociedades.

- c) La exploración de situaciones personales y sociales en las que la comunicación interpersonal es un factor fundamental. En donde las relaciones éticas son necesarias; es decir, que a partir de la experiencia personal reflexionará sobre la naturaleza moral de sus actos y sus consecuencias sociales.
- d) El desarrollo de las habilidades para distinguir y usar diferentes formas de lenguajes, con sus respectivos códigos.
- e) La posibilidad de darse cuenta de que la comunicación no es algo ya dado, sino una potencialidad susceptible de desarrollo mediante el estudio y la práctica.

El análisis de los diferentes niveles de comunicación para mejorar sus habilidades comunicativas.

<p>Propósito:</p> <p>Al finalizar la unidad el alumno: Explicará la importancia de los procesos de comunicación humana, mediante el ejercicio de las diferentes formas y usos del lenguaje, para identificar su ser social en relación con su entorno cultural.</p>	<p>Tiempo: 26 horas</p>
--	------------------------------------

Aprendizaje	Temática	Estrategias sugeridas
<p>Reconoce el estudio de la comunicación como una disciplina humanística.</p>	<p>El programa de la asignatura y su relación con el modelo educativo.</p> <p>La comunicación humana como objeto de estudio:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disciplinario. • Multidisciplinario. 	<p>Inicio</p> <ul style="list-style-type: none"> • El profesor realiza dinámica de presentación con los alumnos para integrar al grupo. • Presenta el programa de la materia e interactúa con los alumnos para explicar su relación con el Modelo Educativo del Colegio y la materia como “taller didáctico”. <p>Desarrollo</p> <p>Los alumnos a partir de la lectura del texto correspondiente al estudio multidisciplinario de la comunicación humana forman equipos y elaboran un mapa conceptual.</p> <p>Cierre</p> <p>En plenaria, presentan los mapas conceptuales y reflexionan sobre el objeto de estudio de la comunicación humana y su relación con el programa de la materia.</p>
<p>Identifica la comunicación como recurso necesario para la integración personal y social y para la solución de conflictos.</p>	<p>La comunicación como recurso para la integración social:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autoconocimiento. • Intersubjetividad. • Otredad comunicativa. • Comunidad. <p>La comunicación como recurso para la solución de conflictos en el entorno:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Familiar. • Escolar. • Otros. 	<p>Inicio</p> <p>El profesor explica la importancia de conocerse y reconocerse, con cualidades y defectos, como seres únicos; solicita a los alumnos escriban su autobiografía y citar en ella aspectos relevantes de su vida que consideren han marcado sus formas de ser en los diferentes entornos en los que se desenvuelven; así como las cualidades y defectos que consideren tener.</p> <p>Desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> • A partir de la lectura de un texto relativo al tema, los alumnos identifican aquello que observaron, relacionándolo con su autobiografía. • Reflexionan en plenaria sobre los aspectos encontrados que han influido en su vida, comentan ciertas conductas y cómo afectan en su relación con el otro, al final proponen conductas que les permitan mejorar sus relaciones de comunicación. • Los alumnos organizados en equipos, anotan cuatro temas que generen conflicto en el contexto familiar o escolar, reflexionan y proponen posibles vías de solución.

Aprendizaje	Temática	Estrategias sugeridas
		<p>Cierre Un integrante de cada equipo comparte en plenaria las conclusiones a las que llegaron y reflexionan sobre la importancia de la comunicación como recurso necesario para la integración personal, social y para la solución de conflictos.</p>
<p>Comprende la comunicación en sus diferentes niveles para promover relaciones sociales éticas.</p>	<p>La ética en la comunicación en sus diferentes niveles (intrapersonal, interpersonal, grupal y masiva):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos. • Habilidades. • Actitudes y Valores. 	<p>Inicio El profesor selecciona el texto relativo al tema niveles de comunicación y solicita al grupo que elabore un <i>mapa mental</i> de la lectura los niveles de comunicación.</p> <p>Desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> • El grupo asiste a la proyección de alguna película relativa al tema. • Los alumnos realizan el análisis de los niveles de comunicación que identificaron en la película, también de los conocimientos, habilidades, actitudes y valores encontrados en dichos niveles y entreguen un texto escrito. • En equipos, los alumnos representan algunos de los niveles de comunicación. <p>Cierre El profesor solicita un reporte de investigación sobre los conocimientos, habilidades, actitudes y valores de los jóvenes en la actualidad, así como su relación con el uso ético de la comunicación.</p>
<p>Explica el papel del lenguaje en el proceso de hominización.</p>	<p>El lenguaje en su dimensión histórico-social:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lenguaje y pensamiento • Formas del lenguaje 	<p>Inicio El profesor presenta al grupo el video <i>La Guerra del Fuego</i> (o algún otro alusivo al tema).</p> <p>Los alumnos elaboran la ficha técnica del video y un comentario escrito acerca de la aparición del lenguaje tal como se presenta en la película.</p> <p>Desarrollo Los alumnos divididos en equipos, realizan la lectura atenta de un texto alusivo al tema y elaboran una línea del tiempo sobre las diferentes formas de lenguaje en la historia.</p> <p>Cierre En plenaria, y a partir de su línea de tiempo, reflexionan sobre la aparición del lenguaje y las primeras manifestaciones de la cultura.</p>

Aprendizaje	Temática	Estrategias sugeridas
<p>Reconoce el papel, importancia y manifestación del lenguaje en las interacciones sociales.</p>	<p>Manifestaciones del lenguaje:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lenguaje no verbal: <ul style="list-style-type: none"> - Paralenguaje. - Kinésica. - Proxémica. - Silencio. - Indumentaria. - Otros. 	<p>Inicio</p> <ul style="list-style-type: none"> • El profesor solicita al grupo previamente la lectura de un texto correspondiente al tema: Lenguaje no verbal. • El profesor presenta la película: <i>El niño salvaje</i>, de Francois Truffaut. <p>Desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los alumnos a partir de la lectura y la película, formulan comentarios de manera oral sobre la relación pensamiento–lenguaje. • Los alumnos redactan un comentario libre sobre las formas de lenguaje verbal (oral y escrito) y no verbal vistos en la película y la relevancia del lenguaje en el contexto cultural y en su vida diaria. <p>Cierre</p> <p>Los alumnos, en plenaria, comparten sus comentarios y reflexionan sobre el papel del lenguaje en la interacción social.</p>
	<ul style="list-style-type: none"> • Expresiones del lenguaje en su contexto sociocultural: <ul style="list-style-type: none"> - Jerga. - Caló. - Otros. • La comunicación en la construcción de las expresiones culturales: <ul style="list-style-type: none"> - Cultura popular. - Arte. 	<p>Inicio</p> <p>El profesor presenta un video o solicita la lectura de un texto donde se ejemplifique el uso de distintas expresiones como jerga y caló, creencias, mitos y manifestaciones artísticas.</p> <p>Desarrollo</p> <p>Los alumnos redactan o presentan en un sociodrama algunos ejemplos sobre dichas expresiones.</p> <p>Cierre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los alumnos comentan en plenaria sus observaciones y reflexiones sobre la relación de dichas expresiones: jerga, caló, creencias, mitos y expresiones artísticas en su contexto sociocultural. • Los alumnos organizados en equipos, realizan una investigación de campo para observar en su comunidad manifestaciones de dichos conceptos y toman fotografías o graban algunos ejemplos. • En plenaria los equipos presentan los resultados de su investigación y el profesor apoya a los alumnos para que se den las conclusiones al tema.

Evaluación

Diagnóstica

Se recomienda al profesor explorar, conocimientos previos y experiencias de los alumnos, con relación a temáticas asociadas con la comunicación, elementos de la situación comunicativa, formas del lenguaje, recursos retóricos entre otros, haciendo preguntas detonantes, lluvia de ideas o cuestionarios.

Formativa

- Reconoce los conceptos de la comunicación como disciplina humanística, autoconocimiento–otredad–comunidad, niveles de comunicación y diferentes formas del lenguaje en la historia; a través de la elaboración correcta de mapas conceptuales, redacción clara de comentarios escritos, investigaciones en diversas fuentes de información.
- Disposición para la participación en las distintas actividades individuales, en equipos y en plenaria, que le ayuden a comprender a la comunicación como recurso necesario para la integración social y para la solución de problemas.
- Disposición a la escucha atenta, para identificar cómo el análisis de los niveles de comunicación sirven para promover relaciones sociales éticas.
- Interés para reconocer el papel del lenguaje en los procesos de interacción social.

Sumativa

- Cumplimiento en las distintas actividades individuales, en equipos y en plenaria.
- Entrega oportuna de los mapas conceptuales, comentarios escritos y reportes de investigación.
- Reflexión sobre el desempeño individual en el salón de clases.

Referencias

Para el alumno

Básica

- Cabeiro, R. (2006). *La buena comunicación*. Buenos Aires: Paidós.
- Cerrillos, J. S. (coord.). (2009). *Taller de comunicación I. Paquete didáctico*. México: UNAM–CCH Oriente.
- Cerrillos, J. S. (coord.). (2009–2010). *Guía para el profesor: aplicada al curso Taller de comunicación I*. (En formato digital).
- Corral, M. de J. (2011). *Comunicación y vida I*. México: Edere.
- Corral, M. de J. (2012). *Identidad, socialización y comunidad desde la comunicación*. México. (paper).
- Sánchez, R. (2009). *Procesos de socialización y niveles de comunicación*. México: CCH–UNAM (Producto INFOCAB 2008–2009, Plantel Naucalpan).
- Santa María, L. (2010). *Taller de comunicación humana*. México: Santa María Ediciones /UNAM–CCH Azcapotzalco.
- Vidal, J. (2007). *Realidad. Revisión y análisis de la comunicación humana*. México: UNAM–CCH.

Para el profesor

Complementaria

- Beristáin, H. (2001). “La Densidad Figurada del lenguaje alburero”. *Revista de Retórica y Teoría de la Comunicación*. Año 1 (vol. 1), 53–60.
- Corral, M. de J. (2009). La comunicación intersubjetiva y los estudios sobre comunicación. *La comunicación humana como fundamento de la vida social*. México: Editoras los miércoles.
- Enz, A., Fantin, R y Laharrague, I. (2006). *Comunicar para el cambio social*. Buenos Aires: La Crujía.
- Gómez, L. (2012). *Ética y valores*. México: Mc Graw Hill.
- Knapp, L. M. (2010). *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. (10ª ed.). Barcelona: Paidós.
- Martínez, L. (2003). *Autoconocimiento y comunicación humana*. México: UIA.
- Moncada, A. (2012). *Hominización y comunicación*, México: CCH Sur, UNAM.
- Pease, A. (2002). *El lenguaje del cuerpo. Cómo leer el pensamiento de los demás por sus gestos*. Barcelona: Paidós.
- Piñuel, J. L. y Lozano, A. C. (2006). *Ensayo general sobre la comunicación*. Barcelona: Paidós.

Philippe, T. (2004). *El lenguaje del cuerpo. Conozca a su interlocutor a través de sus gestos y posturas*. Bilbao: Mensajero.

Todorov, T. (2008). *La vida en común. Ensayo de antropología general*. México: Taurus.

Cibergrafía

Flecha, R. (2012). *Aprendizaje dialógico en la sociedad de la información*. Recuperado en octubre de 2012, de <www.zarauzgune.com/prestakuntza/.../APRENDIZAJEDI.doc>

La Bronca. (2011). *La muerte de la conversación*. Recuperado el 7 de febrero de 2013, de <<http://labronca.blogspot.mx/2011/11/la-muerte-de-la-conversacion.html>>

Ros, N. (2012). *El lenguaje artístico, la educación y la creación*. Recuperado el 8 de diciembre de 2015, de <www.campus-oei.org/revista/deloslectores/677Ros107.PDF>

Videografía

Annaud, J. J. (Director). (1981). *La guerra del fuego*. [DVD]. Francia: International Cinema Corporation.

Orman, G. (Director). (2012). *La muerte de la conversación*. Recuperado el 7 de febrero de 2013, de <<http://www.youtube.com/watch?v=GrDZQnd6H6A>>

Sheridam, J. (Director). (1989). *Mi pie izquierdo*. [DVD]. Irlanda: Granada Film.

Truffaut, F (Director). (1970). *El niño salvaje*. [DVD]. Francia: Les Films du Carrosse.

Unidad 2. El proceso de la comunicación

Presentación

El ser humano es un ser complejo e inacabado. Lo primero por su naturaleza biológica. Su estructura psíquica lo hace un ser único, movido por razones y emociones. Lo segundo, porque el ser humano está siempre en situación de permanente construcción. Por eso se dice de él que no es, sino que está siendo.

Asimismo, la comunicación no es un hecho aislado ni estático, sino un proceso, el cual puede realizarse según lo planeado o previsto por los participantes, o tomar una dirección diferente. Esto es atribuible a diversos factores: contextos espacio-temporales, conductas comunicantes en su papel de emisores o perceptores, conocimiento de los códigos para elaborar mensajes, características y funcionamiento del canal utilizado, barreras en el proceso de comunicación, entre otros. En síntesis, la comunicación es un proceso complejo donde inciden factores subjetivos y objetivos.

El propósito es que al finalizar la unidad, el alumno comprenda el proceso de la comunicación mediante la identificación de sus elementos y de su análisis.

Se pretende apoyar los siguientes aprendizajes de los alumnos:

- Establece las diferencias y la relación entre comunicación e información.
- Describe a la comunicación y la modela como un proceso a partir de la identificación de sus elementos.
- Contrasta los factores que favorecen o limitan el proceso de comunicación.

Se trata de que el alumno desarrolle conocimientos, habilidades, actitudes y valores comunicativos que le permitan socializar y afirmarse como ser humano.

<p>Propósito: Al finalizar la unidad, el alumno: Comprenderá el proceso de la comunicación a través de la identificación de sus elementos para mejorar sus habilidades comunicativas.</p>	<p>Tiempo: 16 horas</p>
--	------------------------------------

Aprendizajes	Temática	Estrategias sugeridas
<p>Establece la diferencia y relación entre comunicación e información.</p>	<p>Concepto de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> Características de la comunicación. <p>Concepto de Información:</p> <ul style="list-style-type: none"> Características de la información. 	<p>Inicio El profesor solicita la lectura de un texto correspondiente al tema: <i>Concepto y características de la comunicación y de la información.</i></p> <p>Desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> Los alumnos elaboran un resumen a partir de la lectura. Los alumnos, organizados en equipos, comentan sobre su resumen e identifican ejemplos de comunicación e información en su vida cotidiana. Reflexionan por escrito sobre la importancia de la comunicación e información en el salón de clase. <p>Cierre En plenaria los alumnos comentan su trabajo y hacen hincapié entre la diferencia y relación de comunicación con información.</p>

Aprendizajes	Temática	Estrategias sugeridas
<p>Explica a la comunicación como un proceso a partir de la identificación de sus elementos.</p>	<p>Concepto y características del proceso de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelos lineales. • Modelos horizontales o circulares. <p>Elementos básicos del proceso de la comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emisor. • Perceptor. • Mensaje. • Códigos. • Canal (Medio). • Contexto. • Retroalimentación. • Ruido. 	<p>Inicio</p> <ul style="list-style-type: none"> • El profesor solicita la lectura de un texto correspondiente al tema: <i>Concepto y características del proceso de comunicación y sus elementos básicos.</i> • Los alumnos escriben un breve comentario y responden a la pregunta: ¿por qué a la comunicación se le define como proceso? <p>Desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los alumnos, con la información obtenida en la actividad anterior, elaboran un mapa mental de los elementos básicos del proceso de la comunicación. • Los alumnos, organizados en equipos, preparan en el salón de clases una breve representación o un sociodrama sobre algún problema escolar o familiar. • Los alumnos analizan y reflexionan por escrito sobre las características de cada uno de los elementos del proceso de comunicación vistos en la representaciones o sociodramas que hayan escenificado, comparten su trabajo con sus compañeros de equipo y luego en plenaria. • Los alumnos eligen un caso real de comunicación a través de una red social donde ellos participen, analizan los elementos de comunicación y los contrastan con el ejercicio de comunicación cara a cara que realizaron con anterioridad. Registran su trabajo en el cuaderno. <p>Cierre</p> <p>En plenaria comentan las diferencias que encontraron entre los dos ejercicios para identificar los elementos básicos del proceso de comunicación.</p>
<p>Contrasta los factores que favorecen o limitan el proceso de comunicación.</p>	<p>Factores que favorecen o limitan el proceso de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redundancia. • Fidelidad. • Barreras. 	<p>Inicio</p> <ul style="list-style-type: none"> • El profesor solicita una lectura referente al tema: <i>Los factores que favorecen o limitan el proceso de comunicación.</i> • Los alumnos elaboran un cuadro sinóptico e identifican en la lectura los conceptos de redundancia, fidelidad y barreras de la comunicación. <p>Desarrollo</p> <p>Los alumnos, organizados en equipo, representan en el salón de clase un ejemplo de algún caso de redundancia, fidelidad o barreras.</p> <p>Cierre</p> <p>En plenaria, alumnos y profesor reflexionan sobre los factores que limitan o favorecen la comunicación.</p>

Evaluación

Diagnóstica

Se recomienda al profesor recuperar los conocimientos previos y experiencias de los alumnos con relación a temáticas asociadas con los conceptos de información y comunicación, así como los elementos del proceso de la comunicación y los factores que lo limitan, a través de preguntas detonantes, lluvia de ideas o cuestionarios.

Formativa

- Reconocimiento de los conceptos de información y comunicación, y de los elementos del proceso de la comunicación; y los factores que lo limitan; a través de la lectura de distintos textos, elaboración correcta de resumen, mapa mental, comentario oral y escrito, representación o socio-drama, análisis y cuadro comparativo.
- Disposición para la participación en las distintas actividades individuales, en equipos y en plenaria, que le ayuden a comprender los elementos de la comunicación.
- Disposición a la escucha atenta, para identificar los factores que favorecen o limitan la comunicación.

Sumativa

- Cumplimiento en las distintas actividades individuales, en equipos y en plenaria.
- Entrega oportuna del resumen, mapa mental, comentario, análisis y cuadro comparativo.
- Reflexión sobre el desempeño individual en el salón de clases.

Referencias:

Para alumnos

Básicas

- Corral, M. de J. (2011). *Comunicación y vida I*. México: Edere.
- Cerrillos, J. S. (coord.). (2009). *Taller de comunicación I. Paquete didáctico*. México: UNAM—CCH Oriente.
- Mora, J. de la. (1999). *Explicación y análisis. Taller de comunicación I*. México: CCH—UNAM.
- Segura, S. E. y Vargas, F. (1993). *Un taller de comunicación*. México: CCH—UNAM.
- Santa María, L. (2010). *Taller de comunicación humana*. México: Santa María Ed./CCH Azcapotzalco—UNAM.

Fuentes complementarias para los profesores

- Aladro, E. (2009). *La información determinante*. España: Tecnos.
- Berlo, K. (1973). *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires: Ateneo.
- Carvajal, J. (2009). *Comunicación informativa y nuevas tecnologías*. Argentina: Gran Aldea.
- DeFleur, M., et al. (2005). *Fundamentos de comunicación humana*. México: Mc Graw Hill.
- Gleick, J. (2012). *La información: historia y realidad*. España: Crítica.
- Paoli, A. (1983). *Comunicación e información. Perspectiva teórica*. México: Trillas.

Unidad 3. La comunicación grupal en los procesos sociales

Presentación

Una de las características de la vida cotidiana es la pluralidad de las actividades que el ser humano realiza en ella. En el escenario cotidiano se actúa simultáneamente como padre o madre, como empleado o empleada, como funcionario o funcionaria, etcétera. Más allá de esa esfera de lo cotidiano, están las esferas superiores de lo social, político y cultural. En una y otras, el ser humano asume además su pertenencia a grupos sociales de diferente índole y con diferentes objetivos. En cualquiera de esos ambientes en los que se mueve, requiere, por fuerza, de la comunicación grupal, para saber desempeñarse adecuadamente. Sus relaciones son siempre de comunicación.

En esta tercera unidad el alumno está en posibilidades de concebir su vida en términos de un *yo* y de un *tú* individual para pasar a un *nosotros* social. Es el paso a la alteridad de los sujetos colectivos, cuyas acciones inciden directamente en la comunidad local, nacional o mundial a la que se pertenece, para lo cual puede valerse de la organización mediante redes virtuales, por ello el alumno discernirá acerca:

- a) De las necesidades de la comunicación en los grupos a los que pertenece y de las relaciones que éstos establecen con otros grupos para favorecer la convivencia social;
- b) Del valor de conocer los movimientos sociales contemporáneos, el papel que en ellos juega la comunicación con nuevas formas, niveles y tipos, y la utilización de algunos recursos tecnológicos, como Internet, para proyectar su influencia y promover sus demandas.
- c) De la importancia que han cobrado las Tecnologías de Información y Comunicación en la integración de los grupos y en la organización social.

El acercamiento del estudiante a la realidad social, a partir de los grupos que actúan en ella para transformarla, podrá contribuir así a dar un sentido humano al uso de la amplia gama de aditamentos tecnológicos a su alcance.

<p>Propósito:</p> <p>Al finalizar la unidad el alumno: Comprenderá la comunicación grupal en contextos diversos, mediante la identificación de formas y recursos, para promover una actitud ética en sus relaciones grupales, fomentar su interés en los procesos sociales y el uso crítico de las tecnologías de información y comunicación.</p>	<p>Tiempo: 22 horas</p>
--	------------------------------------

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
Identifica las características de la comunicación grupal.	<p>Concepto y características de los grupos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identidad. • Cohesión y dinámicas de grupo. • Objetivos de grupo. <p>Características de la comunicación grupal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes de comunicación. • Recursos y medios. 	<p>Inicio El profesor expone la importancia de las relaciones grupales a partir de destacar el papel de la familia, amigos y escuela para dimensionar la importancia de la comunicación en los grupos.</p> <p>Desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los alumnos leen un texto que aborde el tema de la comunicación grupal, identidad, dinámicas y objetivos de grupo. • Los alumnos elaboran un glosario para identificar los siguientes conceptos: grupo, tipos de grupo, identidad, cohesión, objetivos, redes de comunicación, recursos y medios. <p>Cierre Los alumnos presentan en plenaria su glosario contrastando definiciones para construir un glosario general para todo el grupo.</p>
Reconoce el comportamiento de los actores de la comunicación grupal en diferentes contextos.	<p>Comportamiento de los actores de la comunicación grupal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Roles. • Liderazgo. 	<p>Inicio El profesor presenta a los alumnos el concepto de rol, liderazgo y tipos de líder para que el alumno los comprenda y sea capaz de relacionarlos con ejemplos.</p> <p>Desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> • El profesor solicita a los alumnos que investiguen acerca de la figura de Nelson Mandela con el objetivo de contextualizar a este personaje histórico. • Los alumnos asisten a la exhibición de la película <i>Invictus</i> (Estados Unidos, 2009) e identifican –a través de una guía de observación– el comportamiento de los personajes con el fin de identificar los roles y liderazgo. <p>Cierre Los alumnos exponen ante el grupo los resultados de sus guías de observación para contrastar, analizar y discutir la comunicación grupal.</p>
Identifica las formas y los medios de comunicación empleados en los distintos tipos de grupos.	<p>Prácticas de comunicación en los diferentes tipos de grupos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por su composición: <ul style="list-style-type: none"> - Primarios. - Secundarios. 	<p>Inicio El profesor solicita a los alumnos que investiguen los tipos de grupos de acuerdo con su objetivo y formas de organización el cual deberán plasmar en un mapa conceptual.</p>

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
	<ul style="list-style-type: none"> • Por sus objetivos y formas de organización: <ul style="list-style-type: none"> - Democráticos. - Autocráticos. - <i>Laissez faire–Laissez passer</i> (caóticos). 	<p>Desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los alumnos analizan los tipos de grupos a los que pertenecen: familia, amigos y trabajo o grupo escolar para ubicar si son secundarios o primarios. • Los alumnos, en equipo, analizan las ventajas y desventajas de cada uno de los tipos de grupo: democrático, autocrático o <i>Laissez faire–Laissez passer</i> (caóticos) en el caso de la familia para evaluar su impacto entre sus integrantes. <p>Cierre</p> <p>Los alumnos, en plenaria, presentan las ventajas y desventajas de las familias que tienen cada una de las formas de organización grupal: democrático, autocrático o <i>Laissez faire–Laissez passer</i> (caóticos) para llegar a un consenso grupal.</p>
<p>Identifica el papel de la comunicación en grupos institucionales, de ayuda mutua y autoayuda.</p>	<p>El papel de la comunicación en los grupos institucionales.</p> <p>La comunicación en grupos de ayuda mutua.</p>	<p>Inicio</p> <p>El profesor expone el papel de las redes de comunicación como factor de organización social para aportar al alumno elementos conceptuales.</p> <p>Desarrollo</p> <p>Los alumnos, en equipos, seleccionan uno de los siguientes casos para identificar las redes de comunicación como factor de organización social:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empresa privada (tecnológica, refresquera, comida, etcétera.) • Grupos de ayuda o autoayuda (Alcohólicos Anónimos, Neuróticos Anónimos, etcétera). <p>Cierre</p> <p>Los alumnos presentarán, en plenaria, los resultados de su investigación con el propósito de identificar el papel de la comunicación en grupos institucionales y de ayuda mutua.</p>
<p>Reconoce la comunicación grupal, tipos de grupos y formas de organización en los movimientos sociales.</p>	<p>La comunicación en los movimientos sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Movimientos sociales. • Tipos de movimientos sociales. <p>La comunicación grupal en los movimientos sociales.</p> <p>La comunicación alternativa en los movimientos sociales.</p>	<p>Inicio</p> <p>Los alumnos leen un texto acerca de la comunicación alternativa y los movimientos sociales para identificar los conceptos principales.</p> <p>Desarrollo</p> <p>Los alumnos observan un documental para identificar los siguientes elementos de un movimiento social:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las causas que lo generaron. • El tipo de movimiento que es. • Los tipos de comunicación que se dieron durante el movimiento. • Las alternativas de comunicación empleadas.

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
		<p>Cierre Los alumnos, en plenaria, con la guía del profesor, presentan los puntos analizados en el documental para reflexionar acerca del papel de la comunicación grupal, tipos de grupo y formas de organización en los movimientos sociales.</p>

Evaluación

Diagnóstica

Se recomienda al profesor recuperar los conocimientos previos y experiencias de los alumnos con relación a temáticas asociadas con los conceptos de comunicación grupal, identidad, tipos, objetivos y formas de organización de los grupos; el liderazgo, rol, tipos de líder y el papel de las redes de comunicación en la organización social, a través de preguntas detonantes, lluvia de ideas o cuestionarios.

Formativa

- Identificación de los conceptos de comunicación grupal, rol, liderazgo, identidad, tipos, objetivos y formas de organización de los grupos y la comunicación grupal en las instituciones, grupos de ayuda mutua y en movimientos sociales, asimismo el papel de las redes de comunicación en organizaciones sociales; a través de la lectura de distintos textos, elaboración correcta de resumen, mapa conceptual, comentario oral y escrito, glosario, investigación, guías de observación y análisis.
- Disposición para la participación en las distintas actividades individuales, en equipos y en plenaria, que le ayuden a identificar la comunicación grupal en los procesos sociales; también el papel de la tecnología en información y comunicación.
- Disposición a la escucha atenta, para reconocer los tipos y formas de organización en los movimientos sociales.

Sumativa

- Cumplimiento en las distintas actividades individuales, en equipos y en plenaria.
- Entrega oportuna del resumen, mapa mental, comentario, análisis y cuadro comparativo.
- Reflexión sobre el desempeño individual en el salón de clases.

Referencias

Para alumnos

Básica

- Corral, M. de J. (2012). *Comunicación y vida. Taller de comunicación I*. México: Edere.
- Cerrillos, J. S. (coord.). (2009). *Taller de comunicación I. Paquete didáctico*. México: UNAM-CCH.
- Mora, J. de la. (1999). *Explicación y análisis. Taller de comunicación I*. México: UNAM-CCH.
- Santa María, L. (2010). *Taller de comunicación humana*. México: Santa María Ed. /CCH Azcapotzalco-UNAM.
- Segura, S. E. y Vargas, F. (1993). *Un taller de comunicación*. México: UNAM-CCH.

Para profesores

Básica

- Reguillo, R. (2000). *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*. México: Norma.
- Zibechi, R. (2003). *Los movimientos sociales latinoamericanos. Desafío y tendencias*. Buenos Aires: OSAL-CLACSO.
- Zibechi, R. (2008). *Territorios en resistencia. Cartografía política de las periferias latinoamericana*. Buenos Aires: Ediciones Lavaca.

Cibergrafía

- Corral, M. de J. (2008). “Ir haciendo democracia desde la comunicación”. *Revista Pensares y Haceres*. Recuperado el 7 de diciembre de 2015, de <<http://www.ccydel.unam.mx/PensaresyHaceres.htm>>
- Flecha, R. (1999). *El aprendizaje dialógico en la sociedad de la información*. (Conferencia). En el Encuentro Estatal de MRPs de Gandía. Orientación Comunicativa del Aprendizaje. Recuperado el 7 de diciembre de 2015, de <<http://www.concejoeducativo.org/alternat/flecha.htm>>

Videografía

- Argüello, L. (Director) (2009). *La patrona. Solidaridad con los migrantes centroamericanos*. México: Producciones Sacbé. Recuperado el 7 de diciembre de 2015, de <<http://www.youtube.com/watch?v=M7kbiG20ug>>
- Eastwood, C. (Director) (2009). *Invictus*. Estados Unidos: Warner Brothers.
- González, V. (Director) (2014). *Llévate mis amores*. México: Acanto Films, Pimienta Films, UAM-X.
- Loyola, B. (2012) *Documental: 131 más uno, el origen del movimiento YoSoy 132 Parte 2/2*. México: VICE.com. Recuperado el 7 de diciembre de 2015, de <<https://www.youtube.com/watch?v=dGKv1p7bVEc>>.
- Mendes, S. (1999). *Belleza americana*. Estados Unidos: DreamWorks.

TALLER DE COMUNICACIÓN II

Propósitos generales

El propósito central del Taller de Comunicación II es que el alumno identifique los mensajes mediáticos, los analice y conozca sus contextos de producción e intencionalidad, con el fin de que pueda reconocerse a sí mismo como un receptor analítico, crítico y activo, y de este modo pueda *resignificar* los mensajes que recibe y haga un uso racional y humanístico de ellos. Cabe señalar que los postulados teóricos básicos que sustentan este programa se desprenden tanto de la postura teórica de la educación para la recepción, como de la teoría de las mediaciones.

En el contexto de la globalización mercantil, los medios y las Tecnologías para la Información y la Comunicación (TIC) ejercen una influencia decisiva en los procesos de estructuración, integración y desarrollo de los individuos de las sociedades contemporáneas. Así en los espacios privados, en la medida en que ofrecen satisfactores de tipo material y simbólico en forma de bienes culturales los espacios públicos se han convertido en la nueva ágora, o plaza pública, en la que se discuten, dirimen y deciden los asuntos que afectan a *todos*.

La producción cultural de esos medios y tecnologías proveen hoy, a vastos segmentos de la población, de criterios para interpretar el mundo y para dar sentido a su vida. De ahí la necesidad y urgencia de su estudio y de una educación para la recepción en todos los niveles escolares.

Por lo anterior, las temáticas, las estrategias y los aprendizajes planteados en el programa de la asignatura Taller de Comunicación II tienen como propósito general que el alumno comprenda y valore los procesos de comunicación en los que intervienen los medios de difusión masiva impresos y electrónicos, además de los cibernéticos que ya maneja cotidianamente y aplique tales conocimientos en la producción de mensajes alternativos. Es a partir de la investigación de un tema, la planeación de la pre producción, producción y post producción, que se busca desarrollar el potencial creativo en los alumnos y el trabajo colaborativo como parte fundamental de su formación escolar a lo largo del semestre.

De este modo el Taller de Comunicación II tiene como propósitos específicos que los alumnos:

1. Comprendan el significado del concepto de comunicación masiva, identificando las características de cada uno de sus elementos básicos, el funcionamiento, gestión de los medios y de las TIC a nivel global, regional y local.
2. Reconozcan los procesos sociales generados o reforzados por los medios y las TIC, mediante la identificación de la formación y comportamiento de la opinión pública para que participen en los asuntos que afectan a todos.
3. Desarrollen su capacidad para analizar, producir mensajes masivos y valorar su contenido simbólico y su impacto social.

Contenidos del segundo semestre

Unidad 1. Comunicación masiva y sociedad contemporánea.

Unidad 2. Elementos para el análisis de mensajes.

Unidad 3. Medios y difusión de mensajes.

Unidad 1. Comunicación masiva y sociedad contemporánea

Presentación

El propósito general de esta unidad es que el alumno comprenda la relación entre la sociedad y los medios y el impacto que éstos tienen en la conformación del fenómeno de la opinión pública. Hoy en día, asistimos a una serie de cambios: tecnológicos, económicos, sociales, políticos, culturales, etcétera, los cuales están generando, según varios autores, una época de transformaciones, un mundo globalizado y una nueva sociedad denominada: de la información y del conocimiento, de la comunicación o red.

En este sentido, se requiere que el alumno:

- Tenga un acercamiento reflexivo al estudio de la comunicación masiva que contemple la compleja realidad mediática.
- Advierta la coexistencia de los medios tradicionales (prensa, cine, radio y televisión) y los emergentes (*Internet*), y
- Reconozca las características específicas de cada uno de los medios masivos en México, en el contexto socio-histórico actual.

Los aprendizajes y las temáticas que se sugieren abordan las diferentes facetas de la comunicación masiva en el marco de la sociedad contemporánea.

Así el alumno comprenderá conceptos nuevos como globalización, sociedad red y brecha digital que le permitan valorar, por una parte, los usos específicos que se están haciendo de los medios de la generación anterior y de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en México.

Como parte de su formación en medios, el alumno elaborará un proyecto de comunicación masiva alternativo, el cual desarrollará en las siguientes unidades: en la unidad 2, la de diseño y formación para medios impresos y guión técnico para audiovisuales; y en la unidad 3, la de producción, post-producción del mensaje, y el manejo de posibles estrategias de difusión del mismo.

De la misma manera, las estrategias didácticas se avocan al trabajo en el aula incorporando estas nuevas temáticas, mediante una metodología propia del taller basada en la reflexión y la acción, es decir, en la conformación de un espacio idóneo, en donde el alumno tenga la oportunidad de vincular teoría-realidad, teoría-práctica y teoría-técnica y la posibilidad de estudiar esta nueva realidad mediática desde una aproximación participativa y propositiva, para promover el desarrollo de una conciencia crítica vinculada al entorno social en el cual se desenvuelve actualmente.

<p>Propósito:</p> <p>Al finalizar la unidad, el alumno: Conocerá las características de la comunicación masiva y su impacto en la opinión pública, identificando sus elementos, en el contexto de la sociedad actual, para que comprenda la realidad mediática en que se desenvuelve.</p>	<p>Tiempo: 28 horas</p>
--	------------------------------------

Aprendizajes	Temática	Estrategias sugeridas
Comprende la nueva realidad mediática para conocer las características de la sociedad actual.	<p>Los medios y la sociedad:</p> <ul style="list-style-type: none"> Etapa industrial. Etapa postindustrial: La globalización y la sociedad red. 	<p>Presentación del curso</p> <p>El profesor expone los aspectos relevantes del programa: aprendizajes, temas, formas de trabajo y de evaluación, para que los alumnos lo conozcan y comenten.</p> <p>Los alumnos en plenaria participan e intercambian sus ideas al programa de forma oral.</p>

Aprendizajes	Temática	Estrategias sugeridas
		<p>Inicio El profesor proyecta un video relacionado con el tema medios y sociedad para que los alumnos distingan la relación entre sociedad y medios de comunicación en las etapas industrial y postindustrial.</p> <p>Desarrollo Los alumnos discuten en plenaria los aspectos relevantes del video y de las lecturas seleccionadas.</p> <p>Los alumnos, organizados en equipos, elaboran una tabla comparativa de las ventajas y desventajas de los medios y su relación con las etapas industrial y postindustrial de la sociedad.</p> <p>Cierre Los alumnos en equipo exponen ante el grupo su tabla comparativa.</p> <p>El profesor modera las exposiciones y los guía con el objetivo de llegar a conclusiones para comprender la nueva realidad mediática.</p>
<p>Identifica las características de la comunicación masiva, a partir de los elementos que la constituyen.</p>	<p>Características de la comunicación masiva.</p> <p>Elementos de la comunicación masiva:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emisor real y vocero. • Mensaje. • Canales o medios. • Receptor o audiencias. <p>Factores de la comunicación masiva:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marco de referencia. • Contexto de emisión y recepción. 	<p>Inicio El profesor sugiere lecturas sobre el tema de comunicación masiva para que los alumnos distingan sus características y elementos.</p> <p>Desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los alumnos a partir de la lectura del texto elaboran una ficha de comentario, donde identifiquen en equipos los elementos y factores del proceso de la comunicación masiva. • Los alumnos, en plenaria, leen sus fichas de comentario. • El profesor guía las participaciones. <p>Cierre Los alumnos entregan un reporte analítico en donde identifican características y elementos de la comunicación masiva.</p>
<p>Reconoce las características y usos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la sociedad contemporánea.</p>	<p>Concepto y características de las TIC:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Multimedia, interactividad, etcétera. • La brecha digital. 	<p>Inicio El profesor explica el tema y sugiere a los alumnos lecturas sobre las características y usos de las TIC en la sociedad actual.</p>

Aprendizajes	Temática	Estrategias sugeridas
	<p>Usos de las TIC:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sociales. • Políticos y alternativos. • Culturales. • Académicos y educativos. • Entretenimiento. 	<p>Desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los alumnos realizan las lecturas sugeridas por el profesor. • Los alumnos diseñan un <i>blog</i> para ejemplificar y socializar los posibles usos de las TIC (cultural, educativo, académico). <p>Cierre</p> <p>Los alumnos presentan ante al grupo los <i>blogs</i> donde ejemplifican los diferentes usos de las TIC en la sociedad contemporánea.</p>
<p>Comprende el proceso de la opinión pública, mediante el análisis de sus etapas y funciones dentro de la sociedad.</p>	<p>El concepto de la opinión pública.</p> <p>El proceso de formación de la opinión pública.</p> <p>El fenómeno del rumor y su impacto social.</p>	<p>Inicio</p> <p>El profesor explica el tema y sugiere lecturas para que el alumno comprenda el proceso de formación de opinión pública.</p> <p>Desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> • El profesor ejemplifica con el programa de radio <i>La Guerra de los Mundos</i>, de Orson Welles, u otros casos, para que los alumnos comprendan el proceso de formación de opinión pública. • A partir de las lecturas y las explicaciones del profesor, los alumnos indagan un fenómeno reciente de formación de opinión pública mediante el seguimiento de un hecho noticioso y de un rumor. <p>Cierre</p> <p>Los alumnos entregan un reporte analítico sobre el fenómeno seleccionado y exponen en plenaria, con la guía del profesor, las diferencias y similitudes para concluir sobre la opinión pública, etapas y funciones dentro de la sociedad.</p>
<p>Elabora un proyecto para la producción de mensajes masivos alternativos.</p>	<p>Proyecto de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Selección del medio (impresos, audiovisuales) y temática. • Investigación del tema. • Planeación y diseño. 	<p>Fase inicial de secuencia didáctica: Producción de mensajes masivos alternativos</p> <p>Inicio</p> <p>El profesor plantea aspectos relevantes para la producción de un mensaje en un medio masivo, enfatizando aquellos referentes a la etapa de planeación. Sugiere lecturas sobre el aprendizaje y las temáticas.</p> <p>Desarrollo</p> <p>Los alumnos elaboran un proyecto de comunicación: 1. Seleccionan un medio y el tema; 2. Organizan y asignan roles dentro del equipo; 3. Investigan contenidos para su proyecto y 4. Elaboran la planeación correspondiente al medio seleccionado.</p> <p>Cierre</p> <p>El profesor revisa los proyectos y hace las observaciones a los alumnos, para que el proyecto de comunicación cumpla con los elementos solicitados.</p>

Evaluación

Diagnóstica

Se recomienda al profesor explorar conocimientos previos y experiencias de los alumnos, con relación a temáticas asociadas con los medios de comunicación en las diferentes etapas de la sociedad, las características de la comunicación masiva y sus elementos, Tecnologías de información y Comunicación (TIC) y sus usos, los conceptos de opinión pública, rumor y sus procesos de formación, por medio de preguntas detonantes, lluvia de ideas o cuestionarios.

Formativa

- Comprensión de la nueva realidad mediática en la sociedad actual, identificación de las características de la comunicación masiva y los elementos que la conforman, reconocimiento de los conceptos de las TIC en la sociedad contemporánea, y comprensión de los conceptos y procesos de formación de la opinión pública, el rumor y su impacto social.
- Elaboración correcta de tablas comparativas, redacción clara de fichas de comentario y reportes analíticos, diseño de un *blog*, investigaciones en diferentes fuentes de información y exposición ante la clase. Elaboración de un proyecto para la producción de mensajes masivos alternativos en sus fases de selección, del medio, investigación del tema, planeación y diseño.
- Disposición para la participación en las distintas actividades individuales, en equipos y en plenaria, que le ayuden a comprender a los medios de comunicación masiva y a las tecnologías de información y comunicación como parte de la nueva realidad social.
- Reconocimiento de su capacidad para diseñar y socializar mensajes alternativos utilizando las TIC a su alcance.

Sumativa

- Cumplimiento en las distintas actividades individuales, en equipos y en plenaria.
- Entrega oportuna de las tablas comparativas, fichas de comentario, reportes analíticos, *blog* y proyecto de investigación en su primera fase.
- Reflexión sobre el desempeño individual en el salón de clases.

Referencias

Para alumnos

Básicas

- Cerrillos, J. S. (coord.). (2011–2012). *Banco de información para el taller de comunicación II*. (En formato digital).
- Corral, M. (2011). *Comunicación y vida 2*. México: Edere.
- Martínez, F., Pimentel, E., Reyes, C. (2014). *Ciencias de la Comunicación II*. México: Santillana.
- Mora, J. de la. (2010). *Te comunicas dos. Textos, actividades y prácticas para las tres unidades del Taller de Comunicación II*. México: UNAM–CCH.
- Rosales, F., Sánchez, R. y Sánchez, D. (2010). *Taller de Comunicación 2*. México: CCH Naucalpan–UNAM.

Para profesores

Básicas

- Arnanz, C. M. (2002). *Negocios de televisión. Transformaciones del valor del modelo digital*. Barcelona: Gedisa.
- Arroyo, E., et al. (2004). *El comunicador digital, transformaciones en las rutinas y perfiles profesionales de la comunicación en los nuevos entornos tecnológicos*. España: Quaderna Editorial.
- Brauner, J. y Roland B. (1996). *La sociedad multimedia*. España: Gedisa.
- Castells, M. (1999). Cap. 5 La Cultura de la virtualidad real: la integración de la comunicación electrónica, el fin de la audiencia de masas y el desarrollo de las redes interactivas. En *La era de la información*, Vol., I “Lla sociedad red”, (pp. 359–408) México: FCE.
- Castillo, S. y Mora, J de la. (coord.) (2011). *Reporte de investigación titulado: Las tecnologías de la información y comunicación (TIC) y su impacto en los estudiantes del bachillerato*, México: UNAM–CCH.
- Crovi, D. (2006). *Educación en la era de las redes sociales*. México: UNAM.
- Crovi, D. (Coord.). (1997). *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá*. México: FCP y S UNAM.
- García, N. (1999). *La globalización imaginada*. México: Paidós.
- Gómez, C. (1992). *El desafío de los nuevos medios de comunicación*. México: Ed. ACIC.
- Lucas, A., et al. (1999). *Sociología de la comunicación*. Madrid: Trotta.
- Mattelart, A. (2007). *Historia de la sociedad de la información*. España: Paidós.
- Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. La imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós.

- Montero, J y Rueda, J. C. (2001). *Introducción a la historia de la comunicación social*. España: Ariel
- Moreno, I. (1997). *La radio en el aula. Posibilidades para comunicar de forma creativa*. Barcelona: Octaedro.
- Orozco, G. (2007). Comunicación social y cambio tecnológico: un escenario de múltiples desordenamientos. En *La opinión pública, esfera pública y comunicación*. España: Paidós.
- Prieto, D. (1994). *La pasión por el discurso. Cartas a los estudiantes de comunicación*. México: Ediciones Coyoacán.
- Ricoeur, P. (1995). *Teoría de la interpretación. Discurso y excedente de sentido*. México: Siglo XXI y UIA.
- Rivadeneira, R. (1998). *La opinión pública, análisis, estructura y métodos para su estudio*. México: Trillas.
- Roiz, M. (2002). *La sociedad persuasora. Control cultural y comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Sartori, G., (2000). *Homo videns, la sociedad teledirigida*. México: Taurus.
- Trejo, R. (2004). *Poderes salvajes. Mediocracia sin contrapesos*. México: Cal y Arena.
- Warnier, P. (2002). *La mundialización de la cultura*. España: Gedisa.
- Zires, M. (2005). *Del rumor al tejido cultural y saber político*. México: UAM–X

Hemerografía

- Andreella, F. (2012, 25 de noviembre). El placer en la trampa de la postmodernidad. En *La Jornada, Suplemento La Jornada Semanal*. N° 925. Recuperado el 7 de diciembre de 2015, de <<http://www.jornada.unam.mx/2012/11/25/sem-fabrizio.html?#directora>>
- Castro, F. (2010, diciembre 15). El imperio en el banquillo de los acusados. *La Jornada*, p. 45.
- Contreras, S. O. (2010, 25 de noviembre). Las redes sociales. *Revista Etcétera entender los medios*. Recuperado el 7 de diciembre de 2015, de <<http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=5821&pag=3>>
- Freyman, R. (2010, 13 de octubre). Crónicas de Facebook. *Revista Etcétera entender los medios*. Recuperado el 7 de diciembre de 2015, de <www.etcetera.com.mx/articulo/Cronicas-de-Facebook/3840>
- Fumero, A. y Hervás, J. (2009, 25 de agosto). Las redes sociales. *Revista Etcétera, entender los medios*. México. Recuperado el 7 de diciembre de 2015, de <<http://www.etcetera.com.mx/articulo.php?articulo=898&pag=1>>

Magfud, J. (2012, 25 de noviembre). *La generación Posfacebook: Hacia una democracia directa. La Jornada Morelos, Suplemento Correo del Sur*, p. 5. Recuperado el 7 de diciembre de 2015, de <<http://www.jornadamorelos.com/2012/11/28/cds.php>>

Videografía

Amenábar, A. (Director). (1996). *Tesis*. [DVD] España: Las producciones del Escorpión S.L.

Castillo, A. (Director). (2007). *Sociedad de la información*. Recuperado el 30 de enero de 2013, de <<http://www.youtube.com/watch?v=CzYzVXxbAoA>>

Cátedra Psiciteli. (2007). *La era de Internet, Manuel Castells y otros autores*. Recuperado el 30 de enero de 2013, de <<http://www.youtube.com/watch?v=GzjyL6GNN14&feature=related>>

Cordero, S. (Director). (2004). *Crónicas*. [DVD]. Ecuador: Anheló.

Costa-Gavras, C. (Director) (1997) *El cuarto poder*. [DVD] Estados Unidos: Warner Bros. Pictures

Josetaly. (2007). *Historia de la Internet* (parte I y II). Recuperado el 30 de enero de 2013, de <<http://www.youtube.com/watch?v=HnyQV2rJQ2I>>

Mendoza, C. (Director) (2005). *Teletiranía. El control de la televisión mexicana*. México: Canal 6 de julio.

Welles, O. (Director) (1938) *La guerra de los mundos, programa de radio subtulado en español*. Recuperado el 4 de diciembre de 2015, de <<https://www.youtube.com/watch?v=VMGRUCU4kLjI>>

Raquelgandia. (2010). *Origen e historia de Internet*. Recuperado el 30 de enero de 2013, de <<http://www.youtube.com/watch?v=YDH7SELnSO0&feature=related>>

Roigres. (2008). *Castells – Informacionalismo y sociedad red*. Recuperado el 30 de enero de 2013, de <<http://www.youtube.com/watch?v=HeYWwZgaMHM>>

Telefónica. (2011). Video presentación. *La sociedad de la información en España 2010*. Recuperado el 30 de enero de 2013, de <<http://www.youtube.com/watch?v=srfkrAuGc3s&feature=related>>

Unidad 2. Elementos para el análisis de mensajes

Presentación

Esta unidad tiene como propósito general que el alumno analice los contenidos ideológicos, sociales, culturales y políticos de los mensajes masivos, para que adquiera una postura crítica ante los medios tradicionales y el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación.

Se pretende que el alumno identifique los mensajes de los medios de comunicación masiva considerando su propósito y tipo de lenguaje; analice e interprete los discursos mediáticos como construcciones simbólicas intencionadas en los mensajes informativos, propagandísticos, publicitarios y de entretenimiento. En particular se busca que considere los mensajes educativos y culturales como una opción diferente cuando éstos promuevan conocimiento crítico, reflexivo y miradas alternativas a nuestra realidad.

Frente al predominio del uso del Internet de las nuevas generaciones, el alumno debe analizar la construcción de las formas de auto-presentarse en las diferentes redes sociales a las que pertenece, a partir de la reflexión crítica de mensajes, imágenes, fotografías e íconos compartidos.

Una vez analizados los mensajes de los medios de comunicación masiva tradicionales y emergentes, el alumno estará en posibilidad de difundir y socializar el análisis de mensajes por medio de las diferentes aplicaciones, redes sociales y plataformas virtuales presentes en Internet. La intención es promover en el alumno las habilidades necesarias para comprender e interpretar críticamente los mensajes que ve, lee y escucha, lo que permitirá que se construya como receptor crítico.

<p>Propósito:</p> <p>Al finalizar la unidad el alumno: Analizará los mensajes masivos, a partir de sus elementos, para valorar críticamente sus contenidos culturales, ideológicos, sociales y políticos.</p>	<p>Tiempo: 24 horas</p>
--	------------------------------------

Aprendizajes	Temática	Estrategias
<p>Caracteriza los mensajes de los medios de comunicación de masas y redes digitales, a partir de su propósito y lenguaje.</p>	<p>Tipología de los mensajes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por su propósito: <ul style="list-style-type: none"> - Informativo. - Publicitario. - Propagandístico. - Entretenimiento. - Cultural y educativo. • Por su lenguaje: <ul style="list-style-type: none"> - Verbales. - Icónicos. - Icónico-verbales. 	<p>Inicio</p> <ul style="list-style-type: none"> • El profesor selecciona un texto relacionado con la tipología de los mensajes de los medios de comunicación. • Los alumnos elaboran un cuadro sinóptico, red o mapa conceptual de la lectura a partir del texto seleccionado. <p>Desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> • El profesor presenta ejemplos de la tipología de mensajes de acuerdo con su propósito y su lenguaje para precisar aciertos y dudas de los alumnos. • Los alumnos elaboran un glosario sobre los conceptos de cada uno de los tipos de mensajes, según su propósito y lenguaje.

Aprendizajes	Temática	Estrategias
	<p>Características de los mensajes en las redes sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interactividad. • Simultaneidad. • Conectividad. • Multimedia. • Diversidad de propósitos. • Colaboración. • Realidad aumentada. • Gamigrafía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los alumnos, organizados en equipos, clasifican los mensajes contenidos en las revistas (de moda, juveniles, de espectáculos y de divulgación científica) e identifican sus propósitos y lenguajes predominantes. • En plenaria, los equipos exponen los resultados de sus análisis. • El profesor lleva a los alumnos a la sala de cómputo para realizar un análisis de los diferentes mensajes de alguna red digital para ubicar las siguientes características: interactividad, simultaneidad, conectividad, multimedios, colaboración, realidad aumentada y gamigrafía. • Los alumnos, en equipo, identifican los diferentes tipos de mensajes por su propósito o lenguaje de la red digital seleccionada y la comparten en una red digital. • Los alumnos describen las características de los lenguajes (auditivos, icónicos, icónicos verbales y audiovisuales) y los propósitos de los mensajes presentes en la red digital seleccionada. • Los alumnos, organizados en equipos, elaboran un listado de las aplicaciones y herramientas para emitir y recibir mensajes simultáneos de las que dispone la red digital analizada. <p>Cierre Los alumnos y el profesor en plenaria, discuten las características de los mensajes de comunicación de masas o en las redes digitales analizadas para proponer qué usos pueden emitir o crearse en los mensajes educativos o culturales.</p>
<p>Analiza los mensajes masivos a través de sus elementos discursivos.</p>	<p>El mensaje como discurso:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ideas núcleo (referentes). • Estructura discursiva. • Ideología. • Tipos, prototipos o estereotipos de los personajes. <p>Niveles de significación en los mensajes de medios masivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Denotación. • Connotación. • Intencionalidad. 	<p>Inicio</p> <ul style="list-style-type: none"> • El profesor selecciona un texto que aborde los elementos discursivos de los mensajes masivos. • Los alumnos realizan una red conceptual a partir de la lectura. <p>Desarrollo El profesor expone, a través de un mensaje masivo los siguientes elementos: ideas núcleo, estructura narrativa, ideología, tipos, prototipos y estereotipos de los personajes en los mensajes masivos compartidos por el profesor.</p> <ul style="list-style-type: none"> • El alumno infiere la intencionalidad, denotación y connotación en los mensajes masivos compartidos por el profesor. • Los alumnos, organizados en equipos, eligen algún tipo de mensaje: informativo, publicitario, propagandístico, entretenimiento, cultural o educativo, para analizar sus niveles de significación y elementos discursivos.

Aprendizajes	Temática	Estrategias
		<p>Cierre Los alumnos, en plenaria, exponen los resultados del análisis de mensajes masivos a través de sus elementos discursivos.</p>
<p>Analiza los discursos audiovisuales de los mensajes masivos a través de sus elementos.</p>	<p>Elementos para el análisis de imágenes fijas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tipos. • Características. • Composición: <ul style="list-style-type: none"> - Elementos. - Principios. • Retórica de la imagen. <p>Elementos para el análisis del discurso audiovisual:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tomas. • Movimiento de cámara. • Audio. • Voz. • Iluminación. • Personajes: <ul style="list-style-type: none"> - Acciones. - Ambientes. 	<p>Inicio</p> <ul style="list-style-type: none"> • El profesor selecciona un texto acorde a los elementos para el análisis de un discurso audiovisual. • Los alumnos leen el texto seleccionado por el profesor y elaboran un mapa o red conceptual. <p>Desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> • El profesor expone los elementos para el análisis de mensajes con ejemplos: anuncios publicitarios, carteles, cortometrajes, películas, entre otros. • Los alumnos en equipos, eligen mensajes icónicos y audiovisuales: informativos, publicitarios, propagandísticos, culturales o educativos y los analizan a partir de sus elementos. <p>Cierre Los alumnos en plenaria exponen el análisis de las imágenes fijas y los discursos audiovisuales elegidos.</p>
<p>Identifica las técnicas para la producción de mensajes masivos alternativos.</p>	<p>Procesos de producción de mensajes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medios impresos: <ul style="list-style-type: none"> - Redacción de textos de interés público (informativos y argumentativos u otros). - Diseño y formación. • Medios audiovisuales: <ul style="list-style-type: none"> - Guion literario. - Guion técnico. 	<p>Fase de desarrollo de secuencia didáctica: Producción de mensajes masivos alternativos</p> <p>Inicio</p> <ul style="list-style-type: none"> • El Profesor recupera el proyecto realizado en el aprendizaje: “Elabora un proyecto para la producción de mensajes masivos alternativos” de la unidad 1, del Taller de Comunicación II, para la producción de mensajes por parte de los alumnos. • Los alumnos seleccionan un medio de producción de mensajes para medios impresos o audiovisuales. • Los alumnos, en equipos, redactan una pequeña sinopsis de su programa favorito de radio, televisión, una película, un cortometraje, documental, etcétera, que haya escuchado o visto recientemente, según el medio de producción seleccionado. • Los alumnos comparten su escrito con el resto del grupo.

Aprendizajes	Temática	Estrategias
		<p>Desarrollo</p> <ul style="list-style-type: none"> • El profesor realiza las correcciones correspondientes a las sinopsis de la producción para medios impresos o audiovisuales de los alumnos. • Los alumnos redactan un guión literario (situaciones, narraciones, diálogos, ambientes, escenografía, etcétera) adaptando el tema de investigación de la unidad I al medio seleccionado. • Los alumnos elaboran el guión técnico con las indicaciones técnicas, según el medio usado (guión radiofónico, guión de video, etcétera) o un <i>dummie</i> de la publicación impresa a realizar. • El profesor supervisa los guiones literarios y técnicos o <i>dummie</i> para que cumplan con los aspectos técnicos de cada medio. <p>Cierre</p> <p>Los alumnos en plenaria presentan a sus compañeros el proceso de producción a realizar.</p>

Evaluación

Diagnóstica

Se recomienda al profesor indagar los conocimientos previos sobre los mensajes publicitarios, informativos o discursivos que frecuenten, así como los conocimientos mínimos adquiridos en las materias básicas de Taller de Lectura, Redacción e Iniciación a la Investigación Documental I a IV, referentes a retórica o lenguajes escrito e icónico a partir de la presentación de mensajes masivos, lluvia de ideas o cuestionarios.

Formativa

- Reconoce los conceptos referentes a las principales categorías que se manejan a lo largo de la unidad para conocer sus contenidos ideológicos, sociales y políticos por medio de la elaboración de redes conceptuales, glosario u otro organizador que proponga para relacionarlos con los mensajes masivos a analizar durante la unidad.
- Disposición al diálogo, observación crítica e interpretación frente a los mensajes en los medios masivos y redes digitales a partir de sus características y elementos discursivos para proponer miradas alternativas a las que ofrecen los mensajes mediáticos.

- Interés por los mensajes alternativos en las redes sociales con un uso educativo o cultural a través de la formación de valores como libertad e Igualdad en los procesos de trabajo en el salón de clase.
- Reflexión sobre el desempeño individual y colectivo en el salón de clases.

Sumativa

- Cumplimiento en las distintas actividades individuales, en equipos y en plenaria.
- Entrega oportuna de los mapas conceptuales, comentarios escritos y reportes de investigación.
- Elaboración de guiones para la producción de mensajes impresos, auditivos, visuales o audiovisuales.

Referencias

Para alumnos

Básica

- Cerrillos, J. S. *et al.* (2008). *Concepción, diseño y uso del video educativo y/o didáctico*. México: CCH–UNAM.
- Corral, M. J. (2012). *Comunicación y vida II*. México: Edere.
- González, C. (2001). *El guion*. México: Trillas.
- Prieto, D. (1982). Elementos para el análisis de mensajes. En la *Fiesta del Lenguaje*. México: Ediciones Coyoacán.
- Regalado, M. E. (2006). *Lectura de imágenes. Elementos para la alfabetización visual curso básico*. México: Plaza y Valdés.
- Zavala, L. (2005). *Elementos del discurso cinematográfico*. México: UAM.

Para profesores

Básica

- Aparicci, R. y García–Matilla, A. (1998). *Lectura de imágenes*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Borrini, A. (2003). *Cómo se vende un candidato*. Buenos Aires: La Crujía.
- Corral, M. J. (2012). *Comunicación y vida. Taller de comunicación II*. México: Edere.
- Curiel, F. (1989) *Mal de ojo*. México: UNAM.
- Charles, M. y Orozco, G. (1990). *Educación para la recepción*. México: Trillas.
- De Andrés del Campo, S. (Coord.). (2010). *Otros fines de la publicidad*. España: Edición y publicaciones.
- Dondis, D. A. (1992). *La sintaxis de la imagen*. (15ª ed.) México: Gustavo Gilli.
- Durandin, G. (1983) *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*. Barcelona: Paidós.
- Ferrer, E. (1995). *De la lucha de clases a la lucha de frases*. Madrid: Taurus.
- Gubern, R. (2000), *El eros electrónico*. México: Taurus.
- Iriarte, G. y Orsini, M. (1995). *Conciencia crítica y medios de comunicación*, México: Dabar.
- Martel, F. (2011). *Cultura Mainstream*. México: Taurus.
- Morduchowicz, R. (Coord.). (2003). *Comunicación, medios y educación. Un debate para la educación en democracia*. Barcelona: Octaedro.
- Orozco, G. (1991). *Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio*. México: UIA.
- Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. México: Taurus.

Videografía

- Hazanavicius, M. (Director). (2011). *El artista*. [DVD]. Bélgica–Francia: Warner Bros. Pictures.
- Howard, R. (Director). (1999). *Ed tv*. [Película]. Estados Unidos: Warner Bros. Television.
- Stone, O. (Director). (1994). *Asesinos por naturaleza*. [Película]. Estados Unidos: Regency Enterprises y Warner Bros.
- Show, T. (Director). (1998). *Peter Weir*. [Película]. Estados Unidos: Paramount Pictures.
- Fincher, D. (Director). (2010). *Red Social*. [Película]. Estados Unidos: Columbia Pictures.

Cibergrafía

- Añaños, E. *et al.* (2008). *Psicología y Comunicación Publicitaria*. Universidad Autónoma de Barcelona Servei de Publicacions Bellaterra. Recuperado el 8 de febrero de 2013, de <http://publicacions.uab.es/pdf_llibres/CTE0038.pdf>
- Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos y voces*. España: Paidós. Recuperado el 8 de febrero de 2013, de <<http://www.forma-color.com/biblio/BarthesRoland-Loobvioyloobtuso.pdf>>.
- D'Angelo, M. A. (2007) *La gramática del signo icónico*. Universidad de Palermo. Recuperado el 8 de febrero de 2013, de <http://www.palermo.edu/dyc/maestria_diseno/pdf/tesis.completas/14%20Dangelo.pdf>
- Gobierno Vasco. (2010). *Análisis de los anuncios televisivos de las campañas de prevención de drogodependencias y su incidencia en la población adolescente y juvenil*. IkerketaSozialenZerbitzua. Servicio de Investigación Social. Recuperado el 8 de febrero de 2013, de <<http://www.fundacionede.org/ca/archivos/investigacionsocial/17-Analisis-anuncios-televisivos-prevencion-drogodependencias.pdf>>
- Pedroza, J. R. (2007). *Creatividad efectiva*. México: Tecnológico de Monterrey. Recuperado el 9 de febrero de 2013, de <<http://books.google.com.mx/books?id=qC6Sy8leQngC&printsec=frontcover&dq=tipos+de+anuncios+publicitarios+2009&hl=es&sa=X&ei=IZqUUKqOK-bC2wWG3oCIBA&ved=0CDMQ6AEwAw#v=onepage&q&f=false>>
- Gubern, R. (2000), *El eros electrónico*. México: Taurus. Recuperado el 8 de febrero de 2013, de <<http://publicaciones.fba.unlp.edu.ar/wp-content/uploads/2012/08/Gubern-Roman-El-Eros-Electronico.pdf>>

- Guerra, A. M. (2009). *El texto icónico-verbal en los mensajes promocionales preventivos de salud (VIH/Sida): El Cartel Ciencia en su PC*, núm. 3, Instituto de Información Científica y Tecnológica Santiago de Cuba, Cuba. Recuperado el 9 de febrero de 2013, de <<http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/1813/181321553003.pdf>>
- Martín, M. I. y Alvarado, M. C. (coords). (2007). *Nuevas tendencias en la publicidad del siglo XXI. Comunicación Social*. Sevilla Zamora. Recuperado el 9 de febrero de 2013, de <http://eprints.ucm.es/7051/1/Segovia._Nuevastendenciasenlapublicidad.pdf>
- Pinar, M. L. (2014). *Creatividad publicitaria y nuevas formas de comunicación*. Recuperado el 9 de febrero de 2013, de <http://eprints.ucm.es/11256/1/Creatividad_publicitaria_ONLINE.pdf>

Unidad 3. Medios y difusión de mensajes

Presentación

Esta unidad tiene como propósito general que el alumno aplique los conocimientos teóricos y técnicos en la producción y difusión de mensajes creativos, al utilizar los recursos multimedia a su alcance. La importancia de los medios de comunicación impacta de manera directa en lo que tienen que decir a partir de la investigación de un tema, asimismo se busca desarrollar el potencial creativo en los alumnos y el trabajo colaborativo que es parte fundamental de su formación escolar.

El profesor trabajará con el grupo para dar seguimiento a los avances de su producción, tanto en los medios impresos como audiovisuales para poste-

riormente, difundirlo a la comunidad, en un primer momento en su plantel y después en un foro que contenga representantes de los cinco planteles, lo cual abre la posibilidad de trabajos completos que contengan análisis y crítica a los mensajes desarrollados, respaldados por su capacidad de imaginación, originalidad y creatividad.

Una vez presentado el trabajo a la comunidad estudiantil, se espera que haya retroalimentación que reafirme la experiencia de producir un mensaje.

<p>Propósito:</p> <p>Al finalizar la unidad el alumno: Aplicará conocimientos teóricos y técnicos en la producción y difusión de mensajes creativos, mediante la elaboración de un producto mediático alternativo para valorar las posibilidades de uso en diversos contextos.</p>	<p>Tiempo: 12 horas</p>
---	------------------------------------

Aprendizajes	Temática	Estrategias sugeridas
<p>Valora las posibilidades de la producción para medios impresos y audiovisuales.</p>	<p>Producción y post producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medios impresos. • Medios audiovisuales. • Medios digitales. 	<p>Fase de síntesis de la secuencia didáctica: Producción de mensajes masivos alternativos.</p> <p>Inicio</p> <ul style="list-style-type: none"> • El profesor pide a los alumnos por escrito la sinopsis realizada en el aprendizaje: “Identifica las técnicas para la producción de mensajes masivos alternativos” de la unidad dos de su trabajo. • Los alumnos en equipo entregan los avances de su producción de mensajes para ser revisados. • El profesor y los alumnos reflexionan acerca de la importancia de los medios masivos y digitales, en relación con el trabajo presentado. <p>Desarrollo</p> <p>Medios impresos</p> <p>Los alumnos con la ayuda del profesor corrigen los posibles errores en el <i>dummie</i>.</p>

Aprendizajes	Temática	Estrategias sugeridas
		<p>Medios audiovisuales y digitales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los alumnos entregan los avances de la producción para verificar los posibles errores que haya, tanto en el audio (música, voces, efectos especiales), como en las disolvencias, imágenes, créditos, entre otros. • Los alumnos utilizan los recursos disponibles para examinar con el profesor los avances de las grabaciones en frío y caliente, y la corrección de los errores. <p>Cierre</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los alumnos finalizan con la post producción de sus mensajes. • Los alumnos en equipo entregan y presentan sus mensajes masivos alternativos ante el grupo.
<p>Identifica las herramientas y las vías para la difusión del mensaje.</p>	<p>Difusión de mensajes e interacción con los públicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medios: <ul style="list-style-type: none"> - Escolares. - Vía Internet. 	<p>Inicio El profesor explica las posibles estrategias para la difusión de su mensaje.</p> <p>Desarrollo Los alumnos seleccionan el medio más adecuado para presentar su producción.</p> <p>Cierre Los alumnos por equipos, presentan su producto comunicativo de mensajes masivos alternativos en una muestra o evento local, comentan su experiencia y responden las preguntas de sus compañeros respecto al trabajo realizado.</p>

Evaluación

Diagnóstica

Se sugiere que el profesor retome los conceptos revisados en la Unidad 2, particularmente aquellos relacionados con el propósito y lenguaje de los mensajes. Igualmente es necesario que se recupere su proyecto para la elaboración de mensajes.

Formativa

- Reconocimiento de los conceptos de producción y post producción; así como las aplicaciones de éstos en el diseño y elaboración de mensajes impresos, audiovisuales y digitales; igualmente deben identificar las herramientas y medios para la difusión de mensajes, a través de la elaboración de sinopsis, el diseño de un dummie y la entrega de un DVD o archivo digital.
- Identificación de las herramientas y medios para la difusión de mensajes de acuerdo al objetivo, contenido y tipo de público a través de la selección del medio más adecuado para su difusión.
- Disposición para la participación del trabajo en equipo para la difusión de su mensaje en plenaria a partir de valorar sus participaciones y trabajos colaborativos con sus compañeros de equipo y con los demás participantes en los Foros de producción.

Sumativa

- Cumplimiento con las actividades individuales, en equipo y en plenaria.
- Entrega oportuna de los mensajes para su difusión a partir del medio más pertinente para cada una.
- Participación individual y en equipo en la presentación de su mensaje en el Foro para la difusión de mensajes.

Referencias

Para alumnos

Básica

- Cerrillos, J. S. (Coord.). (2008). *Concepción, diseño y uso del video educativo y/o didáctico*. México: CCH-UNAM.
- Corral, M. J. (2004). *Comunicación y vida. Taller de Comunicación 2*. México: Editorial Edere.
- González, C. (2001). *El guion*. México: Trillas.
- González, C. (1999). *Principios básicos de comunicación*, México: Trillas.
- Maza, M. (1994). *Guion para medios audiovisuales. Cine, radio y televisión*. México: Alhambra Mexicana.
- Sánchez, R. (Coord.) (2009). *Taller de Comunicación 2*. México: CCH-UNAM.

Para profesores

Básica

- Adell, J. (1995). Educación en la Internet en *Revista Universitas Tarracensis*, serie IV, Vol. Extraordinario XX Semana Pedagógica, 207-214.
- Colombo, F. (1986). *Televisión: la realidad como espectáculo*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Curiel, F. (1998). *La escritura radiofónica: manual para guionistas*. México: UNAM.
- González, J. E. (1996). *Televisión y Comunicación*. México: Alhambra Mexicana
- Kaplún, M. (1985). *Producción de programas de radio: el guión, la realización*. Quito: CIESPAL.
- Linares, M. J. (1989). *El guion: elementos-formatos-estructuras*. México: Ed. Alhambra Mexicana.
- Rodríguez, J. L. (1991). *El cómic y su utilización didáctica*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Romo, C. (1987). *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*. México: Diana.
- Romo, C. (1990). *La otra radio. Voces débiles, voces de esperanza*. México: Fundación Manuel Buendía/IMER.

Videografía

- Alanis, A. (Director) (1989). *Serie: Los medios de comunicación masiva. La prensa el diario de hoy*. [DVD] México: ILCE.
- DGTVE (1999) *Fundamentos técnico–artístico para la operación de cámaras de video. El plano*. [DVD] México: SEP.
- DGTVE (2000) *Fundamentos técnico–artístico para la operación de cámaras de video. Técnicas básicas de trabajo de cámara III. Los movimientos de cámara*. [DVD] México: SEP.
- Fernández, J. (Productor) (1988). *Serie: Los medios de comunicación masiva. Programa El Cine*. [DVD] México: ILCE.
- Landa, M. de. (Conferencista) (1997) *Las ciencias de la información y el poder*. [DVD] México: UNAM
- Loyola, A. (Director) (1994). *La realidad y la imagen*. [DVD] México: UPN.
- Loyola, A. (Director) (1994). *Mensajes y audiencias*. [DVD] México: UPN.
- Loyola, A. (Director) (1994). *El juego de los medios*. [DVD] México: UPN.
- Matelart, A. (Conferencista) (1997). *La comunicación como construcción de un mundo alternativo* (Primera parte). México: UNAM.
- Montero, R. (Realizador) (1997). *La comunicación ¿Qué? ¿Por qué? ¿Para qué?* [DVD] México: UTE–SEP.

Cibergrafía

- UNAM. (2010) *Tutorial Audacity*. Recuperado el 18 de noviembre de 2012, de <<http://www.slideshare.net/liliaguesa/tutorial-audacity-6069213>>
- UNAM. *Tutorial YouTube*. Recuperado el 18 de noviembre de 2012, de <<http://es.scribd.com/doc/38205023/Tutorial-Youtube>>
- UNAM. (2010) *Tutorial Movie Maker- Windows XP* Recuperado el 18 de noviembre de 2012, de <<http://www.slideshare.net/pandresudes/windows-moviemaker-14083028>>
- UNAM. (2010) *Tutorial Cómo generar un blog*. Recuperado el 18 de noviembre de 2012, de <http://www.historiap9.unam.mx/DOCUMENTOS%20TICS%20620/Como_generar_un_Blog.pdf>



Dr. Enrique Graue Wiechers
Rector
Dr. Leonardo Lomelí Vanegas
Secretario General
Ing. Leopoldo Silva Gutiérrez
Secretario Administrativo
Dr. Alberto Ken Oyama Nakagawa
Secretario de Desarrollo Institucional
Dr. César Iván Astudillo Reyes
Secretario de Atención a la Comunidad Universitaria
Dra. Mónica González Contró
Abogada General
Mtro. Néstor Martínez Cristo
Director General de Comunicación Social



Dr. Jesús Salinas Herrera
Director General
Ing. Miguel Ángel Rodríguez Chávez
Secretario General
Lic. José Ruiz Reynoso
Secretario Académico
Lic. Aurora Araceli Torres Escalera
Secretaria Administrativa
Lic. Delia Aguilar Gámez
Secretaria de Servicios de Apoyo al Aprendizaje
Mtra. Beatriz A. Almanza Huesca
Secretaria de Planeación
Dra. Gloria Ornelas Hall
Secretaria Estudiantil
Dr. José Alberto Monzoy Vásquez
Secretario de Programas Institucionales
Lic. María Isabel Gracida Juárez
Secretaria de Comunicación Institucional
M. en I. Juventino Ávila Ramos
Secretario de Informática

DIRECTORES EN PLANTELES:

Azcapotzalco **Lic. Sandra Guadalupe Aguilar Fonseca**
Naucalpan **Dr. Benjamín Barajas Sánchez**
Vallejo **Mtro. José Cupertino Rubio Rubio**
Oriente **Lic. Víctor Efraín Peralta Terrazas**
Sur **Mtro. Luis Aguilar Almazán**

Para la elaboración de este Programa se agradece la participación de: María Elena Arias Aguilar, Gloria Caporal Campos, Ana Gloria Cardona Silva, Manuel de Jesús Corral Corral, María Alejandra Gasca Fernández, Haideé Jiménez Martínez, Eduardo Juan Escamilla, Fernando Martínez Vázquez, Cinthia Reyes Jiménez, Laura Salgado Gómez, Rodolfo Sánchez Roviroso, Leticia Elisabet Santa María Gallegos, Silvia Edith Segura Nava, Pedro Yáñez Montoya.

