



Universidad Nacional Autónoma de México  
Escuela Nacional  
Colegio de Ciencias y Humanidades



Programas de Estudio  
Área de Talleres de Lenguaje y Comunicación  
Taller de Comunicación I-II

# Índice

Presentación .....	4
Relaciones con el Área y otras asignaturas .....	6
Enfoque disciplinario .....	8
Enfoque didáctico .....	10
Evaluación .....	12
Contribución de las materias de Taller de Comunicación I y II al perfil del egresado .....	14
Concreción en la materia de los principios del Colegio: aprender a aprender, aprender a ser, aprender a hacer y aprender a convivir .....	16
<b>TALLER DE COMUNICACIÓN I</b>	
Propósitos generales .....	17
<b>Unidad 1. La comunicación y lenguaje .....</b>	<b>19</b>
Evaluación .....	24
Referencias .....	24
<b>Unidad 2. El proceso de la comunicación .....</b>	<b>27</b>
Evaluación .....	30
Referencias .....	31
<b>Unidad 3. La comunicación grupal en los procesos sociales .....</b>	<b>33</b>
Evaluación .....	38
Referencias .....	39

## TALLER DE COMUNICACIÓN II

Propósitos generales .....	41
..	
<b>Unidad 1. Comunicación mediática y digital en la sociedad contemporánea .....</b>	<b>43</b>
Evaluación .....	50
Referencias .....	51
<b>Unidad 2. Análisis de los mensajes mediáticos y digitales .....</b>	<b>55</b>
Evaluación .....	61
Referencias .....	62
<b>Unidad 3. Diseño de mensajes y contenidos digitales .....</b>	<b>66</b>
Evaluación .....	70
Referencias .....	71

## Presentación

Actualmente los entornos socioculturales y políticos están determinados por los paradigmas que marcan el estudio de la comunicación. De esta forma el análisis de su estructura interna como proceso, la integración de su potencial biológico y humano de las personas -en su condición individual, grupal y social- y la reflexión crítica, entre otros aspectos, será fundamental en la formación del alumnado 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. Es importante abordar el estudio de la comunicación mediante procesos de enseñanza-aprendizaje que tengan incidencia directa en las prácticas comunicativas y en los diversos ámbitos culturales.

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. 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.

La materia se concibe como un taller de trabajo académico organizado con base en estrategias de participación crítica, en la integración de actividades en sus distintas variantes como: trabajo colaborativo, impulso a los productos derivados de la noción de laboratorio de medios, alfabetización multimodal, ejercicios prácticos, entre otros. La idea central es promover el gusto por aprender, la reflexión grupal, la creatividad, el análisis y la crítica de los contenidos temáticos. En esta dinámica de trabajo académico se fomentan 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, la tolerancia en la diversidad y la habilidad para relacionarse con las otras personas.

Los procesos sociales -donde está inmerso el alumnado- han desarrollado nuevos sistemas tele-informáticos-audiovisuales digitalizados que integran redes hipercomplejas, fragmentadas y performativas en un espacio digital. En el campo de la comunicación se han establecido una importante serie de ajustes de acuerdo con los procesos sociohistóricos derivados de la convergencia digital. Los estudios en la comunicación digital se están replanteando de forma continua; los esquemas tradicionales del estudio de la comunicación están siendo rebasados por la complejidad de los procesos derivados de una “ruptura paradigmática” de los modos de comunicación mediada por la tecnología, por eso es importante la integración de los procesos de producción de los mensajes y contenidos.

No obstante, nuestra premisa en el Taller es destacar la condición humana por encima de los procesos digitales y herramientas tecnológicas. Por ello, en el Taller de Comunicación I es importante el reconocimiento del sentido de otredad, el diálogo como vía para la previsión y solución de conflictos, el uso del lenguaje en los procesos de interacción humana de manera asertiva y en la interacción con diversos grupos sociales, entre otros. Se pretende

la formación del alumnado como un agente de cambio social que asume su identidad universitaria de manera reflexiva, crítica y analítica de su entorno personal y social.

Durante el curso de Taller de Comunicación II el alumnado reconocerá los procesos de la comunicación mediática y mediatizada como un aspecto preponderante en la dinámica social actual. Durante el Taller podrá diseñar mensajes y contenidos digitales sobre los aspectos existentes en materia de equidad de género, ciudadanía y/o sustentabilidad. De esta forma, se pretende promover en el alumnado del Colegio una reflexión crítica al respecto.

Es importante señalar que -aun cuando se exponen sugerencias de estrategias de aprendizaje- estos programas son indicativos. El profesorado tiene la posibilidad de instrumentar sus propias estrategias en su programa operativo para lograr la integridad de los aprendizajes.

La materia de Taller de Comunicación es fundamental en la formación integral del alumnado del Colegio de Ciencias y Humanidades. La materia permite que el alumnado desarrolle prácticas comunicativas de manera asertiva, comprensiva y ética en sus distintos entornos de convivencia personal, familiar, académica y profesional. Representa un eje en la vida del alumnado del bachillerato con independencia del área de formación profesional que seleccionen.

## 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. La comunicación es la práctica social total que constituye al ser humano, por tanto, tiene relación con todas las áreas de conocimiento del CCH. El uso del lenguaje en los diferentes procesos de interacción social es la materia prima del estudio de la comunicación, por lo que las prácticas comunicativas deben de ser entendidas como un metalenguaje que permite reflexionar acerca de otros lenguajes y otros campos de conocimiento.

El Área de Talleres de Lenguaje y Comunicación se fundamenta en el enfoque comunicativo y en el desarrollo de las habilidades de leer, escribir, hablar y escuchar, en consecuencia, tiene una relación intrínseca con el campo de conocimiento de la comunicación. Pero la relación no sólo se basa en dichas habilidades, sino también en otras ligadas a la recepción crítica de los mensajes interpersonales, grupales y mediáticos, ya que posibilita la transalfabetización de los estudiantes para que sean capaces de leer activamente los distintos productos comunicativos que reciben, producen y distribuyen.

Las asignaturas de Taller de Lectura, Redacción e Iniciación a la Investigación Documental I, II, III y IV, se vinculan explícitamente, pues tratan acerca del lenguaje, en particular, fomentan las habilidades mencionadas: leer, escribir, hablar, escuchar e investigar; el aprendizaje de los modos discursivos de la narración, descripción y argumentación; además tienen como referentes de estudio al texto literario, periodístico, de divulgación científica y el publicitario, entre otros más.

El Taller de Comunicación I y II, refuerza los conocimientos y habilidades del TLRIID y aporta nuevas miradas a diversos objetos de estudio, desde la perspectiva de la comunicación, es decir desde una visión social del lenguaje, de los signos, los símbolos y la construcción de sentido, entre otros.

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 en particular se relaciona con el Taller de Comunicación, ya que ambas abordan distintos aspectos de las relaciones humanas desde los procesos psicosociales y las dinámicas interpersonales para tratar las diferentes formas de vinculación de los seres humanos. De esta forma, la comunicación humana 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 dinámicas familiares, en las relaciones de amistad, de compañerismo, de pareja y otras prácticas comunicativas en sus distintos entornos.

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 para realizar propuestas de mensajes gráficos, mientras que la segunda realiza análisis y producción de mensajes y contenidos digitales alternativos empleando el lenguaje icónico-verbal.

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, simbólicas, mitos y rituales.

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; así como los 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 esta 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 alumnado en su vida diaria.

Por último, la comunicación humana, comunicación mediática y comunicación son objeto de estudios multidisciplinarios e interdisciplinarios, lo cual permite un diálogo complementario con otras materias como Ciencias Políticas, Administración, Biología o incluso Cibernética. Son disciplinas que permiten al alumnado ampliar la comprensión del mundo complejo de la comunicación, mismo al que se enfrentarán al egresar del Colegio.

## Enfoque disciplinario

El estudio de la comunicación se define por su carácter humanístico y social, por lo cual se debe resaltar su enfoque inter y multidisciplinario; de tal manera que se consideren los diferentes métodos, técnicas y sistemas de las distintas áreas del conocimiento humano. La comunicación es un proceso que muestra la complejidad de la naturaleza humana y la condición social y su estudio muestra la transversalidad teórica metodológica, necesaria para el análisis de los fenómenos comunicativos. Por ello, su estudio involucra múltiples aspectos que permiten el estudio científico de la comunicación: sociológico, filosófico, psicológico, antropológico, económico, biológico, lingüístico, cibernético, semiótico, estético, entre otros.

De esta forma, el enfoque disciplinario de la materia considera los siguientes aspectos: La intencionalidad de su estudio; la ubicación de la materia en el Área de Talleres de Lenguaje y Comunicación; el desarrollo de habilidades y competencias comunicativas y lingüísticas (verbales y no verbales); la producción y el consumo de mensajes y contenidos digitales alternativos; así como el reconocimiento de los distintos contextos y entornos.

El análisis y la comprensión de la comunicación están centrados en el carácter humanístico; en reconocer la importancia del desarrollo de la persona en sus distintos entornos sociales, digitales y naturales. Asumir la comunicación basada en el diálogo y el sentido de otredad; en el fortalecimiento de los lazos familiares, en la importancia de la amistad, en la resolución de conflictos, en los principios y valores universitarios, así como en la integración social y tecnológica. De esta forma, las y los alumnos como actores sociales reflexionan, analizan y observan sobre sus prácticas de la comunicación en lo cotidiano y en lo social.

Para ello, es necesario concebir la importancia del lenguaje como fundamento en los procesos sociales. De esta forma, las y los alumnos comprenderán el desarrollo en la construcción de las identidades: la definición de lo multicultural; la importancia de ser joven en un contexto determinado; la integración de los procesos de género, la formación de ciudadanía, por citar algunos.

Con el estudio de la comunicación, las y los estudiantes se podrán concebir como sujetos autónomos, éticos y responsables; jóvenes que se asumirán como personas críticas y autorreflexivas cuyas acciones estén respaldadas en los procesos autorreguladores personales y en las interacciones sociales y simbólicas para integrarse a un mundo social. En el estudio de la comunicación las y los estudiantes interpretan, resemantizan, crean y recrean sentidos, establecen consensos a partir de ciertas pautas de la negociación, viven en lo cotidiano y con la cultura; son conscientes de su propio actuar; tienen acciones deliberadas y voluntarias. De esta forma, se concibe la comunicación como acción e interacción social y de un proceso derivado del intercambio cultural.

El estudio de la comunicación retoma las habilidades de leer, escribir, hablar y escuchar, así como sus conocimientos en el manejo de las técnicas de investigación; aspectos que son desarrollados en Taller de Lectura, Redacción e Iniciación a la Investigación Documental I–IV, asignaturas del tronco común que la anteceden. Además, pone énfasis en la alfabetización multimodal crítica del estudiante y del profesorado para desarrollar competencias y habilidades digitales acorde a las necesidades de comunicación personal y social.



Se concibe al alumnado como un actor social que analiza y comprende los distintos procesos de la ecología de los medios de comunicación tradicionales y el entorno de la convergencia digital, como son las plataformas digitales, las redes sociodigitales y los entornos sociotécnicos.

En el estudio disciplinario se requiere que las y los alumnos integren de manera crítica, reflexiva y ética los procesos de la esfera socio-tecnocomunicacional. Desde distintas categorías heurísticas, se podrá desarrollar la formación del alumnado que consume y construye contenidos y objetos multimedia de información de manera autónoma, crítica y responsable; sea como *prosumidor*, *produsuario*, *pro-am* (amateur con estándares profesionales), e -incluso- *markers* (hacedor tecnológico). Por ello, resulta importante impulsar los procesos de análisis crítico del discurso, así como del análisis semiótico de la imagen.

Todo proceso de comunicación está situado en razón a la sociedad, la cultura y el lenguaje; por ello, el alumnado reconoce los procesos de identidad y la importancia de éste, así como el enfoque crítico de la realidad; analiza y reflexiona críticamente toda clase de construcción de realidades alternativas digitales, por ejemplo, la posverdad, las *fake news*, el “filtro burbuja”, los avatares digitales, el uso de la inteligencia artificial, entre otros. Reconoce los impactos sociales, culturales y económicos de las tecnologías de la información y de la comunicación y su reestructuración en la etapa actual.

El enfoque disciplinario de la materia considera el proceso social dinámico que requiere la participación mediante la interacción social democrática en un marco de derechos, de libertades, de expresión y de participación. Reconocer en el estudio de la comunicación, los procesos de la interacción discursiva, simbólica, ética y subjetiva entre personas históricamente situadas y que producen sentido sobre el entorno. La comunicación, entendida como un intercambio simbólico y simétrico, orientada al diálogo mediado por un código común y a la acción conjunta. De tal manera que el estudio de los procesos de información y comunicación generan redes de relaciones y participación en los espacios sociales.

Aunque las disciplinas del estudio de la comunicación son múltiples, innovadoras y en continuo desarrollo, es importante destacar el carácter crítico-reflexivo en la formación de las y los estudiantes del Colegio.

## Enfoque didáctico

El enfoque didáctico del Taller de Comunicación I y II considera tres aspectos fundamentales desde una perspectiva teórica:

- a) Desde la pedagógica, es esencial alinearse con los principios del Modelo Educativo del Colegio, los cuales promueven el desarrollo integral de los estudiantes. Esto implica que la materia debe enfocarse en el fomento de los principios básicos de: el "aprender a aprender", nuevos conocimientos y habilidades de forma autónoma, para desarrollar la capacidad de investigar considerando múltiples y diferentes perspectivas, indagando los aspectos y variables ocultas, debatiendo alternativas a través de un proceso de búsqueda, selección, organización, aplicación y valoración de la información, en entornos presenciales o virtuales, para que pueda resolver problemas de manera creativa y crítica.

El "aprender a hacer" se construye y consolida en la acción, se requiere de las experiencias, priorizar la formación del estudiante mediante el análisis y la reflexión de su propia práctica relacionada con problemas auténticos en contextos reales. Aprender a hacer requiere de procesos permanentes de investigación, de reflexión sobre la acción, un camino continuo de ida y vuelta permanente de las intuiciones y hábitos a las teorías, y viceversa.

El aprender a ser es un proceso complejo que implica la afirmación de valores personales aplicados a la vida, el desarrollo de la autonomía, la autorregulación y el autoconocimiento, todo esto conlleva un desarrollo educativo que supone, elegir e implicarse en experiencias y su sentido, aprender de los errores, aprender a desaprender y a reconstruir incluso nuestros instrumentos y recursos personales de conocimiento, toma de decisiones y actuación en función de los principios que se vayan considerando más valiosos. Aprendizaje indispensable para afrontar los vertiginosos cambios que la era digital impone en el conocimiento y en la vida contemporánea.

La formación de valores y el desarrollo de la autonomía están íntimamente ligados con el aprender a convivir, se refiere a la comprensión adquirida por los individuos sobre su relación con el otro y pasa forzosamente por el conocimiento de uno mismo. Solamente cuando la persona se conoce, podrá ponerse en el lugar de los demás y comprender sus reacciones.

Estos principios, fundamentados en teorías de la educación, apuntan a la formación integral de los individuos, no sólo para adquirir conocimientos, sino también desarrollando habilidades, valores, como la igualdad de género, cuidado y preservación del medio ambiente, la no violencia, todas ellas conjuntadas en competencias sociales y comunicativas auténticas.

- b) Desde una perspectiva estructural, es necesario definir con precisión la selección, organización, secuencia, lógica y profundidad de los contenidos de aprendizaje plasmados en las sugerencias de estrategias didácticas que fomenten la investigación, que les permita comprender el problema, evaluar y generar posibles soluciones. Proponer actividades que favorezcan el trabajo colaborativo y/o individual para completar un proyecto que tenga propósitos reales o simulados.

Esto se relaciona con la teoría del diseño curricular, que establece que la planificación de la materia debe ser coherente y secuencial, garantizando que los estudiantes adquieran una comprensión profunda y progresiva de los conceptos, aplicación de los aprendizajes significativos en una modalidad de taller y en algunos casos de laboratorio, según el modelo, enfoque y producto comunicativo sugerido por el docente.

- c) Desde una perspectiva metodológica, es crucial que se expliciten las estrategias pedagógicas adecuadas y la forma de implementarlas. Aquí, la teoría educativa sugiere la importancia de considerar la diversidad de estilos de aprendizaje y adaptar las metodologías para satisfacer las necesidades individuales y grupales de los estudiantes. Promover en las estrategias la participación del alumnado, la reflexión sobre su propio aprendizaje y la conexión de los nuevos conocimientos con sus conocimientos previos.

## Evaluación

La evaluación es una parte integral del proceso enseñanza - aprendizaje; al profesorado le permitirá regular el avance de los conocimientos para realizar los ajustes necesarios a lo largo del semestre, de la manera y forma de presentar las temáticas y de qué forma están siendo, o no, significativas para el alumnado.

Dentro del proceso educativo es una tarea compleja, porque el profesorado puede evaluar los procesos y los productos de aprendizaje; lo que implica el logro de los aprendizajes, el desarrollo de las temáticas, estrategias didácticas, así como la acción docente, el contexto académico, e incluso, el currículo, por citar algunos. Por lo anterior, se debe considerar el modo en que se aprende y por ende, se enseña; es importante precisar el qué, cómo y para qué hacerlo.

En el Taller de Comunicación I y II del Colegio de Ciencias y Humanidades (CCH) de la UNAM, es esencial implementar un enfoque integral de evaluación que incluya las dimensiones diagnóstica, formativa y sumativa para obtener una comprensión completa del desempeño y progreso del estudiantado. Se proponen las tres dimensiones de evaluación:

### Evaluación diagnóstica

La realización de una prueba diagnóstica permitirá evaluar habilidades básicas en comunicación, comprensión lectora, escritura, y expresión oral. Cuestionarios de autoevaluación, para permitir que el estudiantado reflexione sobre sus habilidades, intereses y metas en el Taller de Comunicación I y II.

Con lo anterior, se logrará identificar el nivel de competencia inicial de los educandos en habilidades comunicativas, conocer las expectativas, intereses y necesidades individuales del estudiantado; para con ello, adaptar el enfoque del Taller de Comunicación según los resultados.

### Evaluación Formativa:

La retroalimentación continua, brindar comentarios constructivos sobre tareas, participación en clases, y proyectos. Así, el alumnado podrá ir recopilando evidencia de su progreso a lo largo del taller. La coevaluación es importante; a través de esta se fomentará la retroalimentación entre pares. Con lo anterior, se consigue monitorear el progreso individual y colectivo durante el taller. Para poder proporcionar orientación y apoyo continuo para mejorar habilidades comunicativas, digitales y socioemocionales. Es importante identificar las áreas de mejora y fortalecimiento, impulsar una retroalimentación individual y grupal.

### Evaluación Sumativa

Para obtener valoraciones sobre la comprensión del aprendizaje es importante determinar los objetos de aprendizaje a evaluar de manera sumativa; de esta forma se facilitará la mejora continua del proceso de enseñanza aprendizaje significativo.

Con el fin de evaluar conocimientos y habilidades adquiridas durante el Taller de Comunicación I y II, los proyectos finales de cada semestre representan un elemento de consecución de aprendizajes conceptuales, procedimentales y actitudinales; permite demostrar las habilidades comunicativas, técnicas, digitales y sociales desarrolladas. Es importante considerar la evaluación durante las presentaciones grupales de los trabajos.

Como resultado, se obtendrá la retroalimentación global sobre el desempeño del estudiantado, información para ajustar y mejorar el diseño del taller, así como integrar estas tres dimensiones de evaluación en el Taller de Comunicación I y II del CCH.

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

Los Talleres de Comunicación I y II tienen como objetivo orientar el proceso educativo a través de un enfoque integral que permita formar estudiantes con una sólida base académica, habilidades de pensamiento crítico, creatividad, responsabilidad social y compromiso con la ética. Para lograrlo, se deben alcanzar los siguientes conocimientos, habilidades, actitudes y valores:

### 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.
- **La comunicación como proceso fundamental en la conformación de la sociedad y la cultura.**
- Los movimientos sociales contemporáneos, el papel que en ellos juega la comunicación con nuevas formas y tipos, 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).**
- **Los discursos mediáticos como construcciones simbólicas intencionadas en los mensajes en plataformas digitales y medios tradicionales.**
- **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**
- **Análisis de los contenidos mediáticos y digitales a partir de diferentes métodos en comunicación, para valorar los usos y significados sociales que se transmiten.**

### 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 sociodigitales** 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 mediática y digital.
- Tomar decisiones de manera informada y responsable mediante la elaboración de un Proyecto **de comunicación mediática y digital seleccionando un medio y/o plataforma digital.**
- Trabajar en equipo en las etapas de producción de sus obras.

- Producir y difundir mensajes creativos para desarrollar alternativas comunicacionales 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 del mismo.
- 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 grupal.
- Honestidad del alumnado en los diferentes niveles de comunicación.
- Igualdad en la toma de decisiones grupales y por equipo.

En conclusión, la materia de Taller de Comunicación juega un papel fundamental en la formación integral del alumnado del Colegio. A través del desarrollo de habilidades, valores y actitudes, el Taller de Comunicación permite que los estudiantes se comuniquen de manera efectiva en las distintas situaciones de su vida, tanto en el ámbito personal como académico y profesional, independientemente del área de estudio que elijan, ya sea en 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**

Los principios del Modelo educativo del CCH se concretan de la siguiente manera:

- a) La instrumentación de las estrategias didácticas es en la modalidad de Taller, la cual tiene como propósito que los estudiantes analicen su realidad comunicativa a través del desarrollo de habilidades, la aplicación de conceptos, la reflexión, la creación de productos comunicativos de manera responsable y ética.
- b) Las alumnas y alumnos deberán reflexionar acerca de los procesos de aprendizaje que realizan en el aula con el propósito de que desarrollen habilidades y las utilicen de manera autónoma de acuerdo con sus necesidades de conocimiento.
- c) Los saberes, habilidades y actitudes que se desarrollan en el Taller de Comunicación I y II tienen una dimensión práctica: saber para hacer. Se sostienen en el conocer, caracterizar, analizar, proponer, proyectar, crear, diseñar y construir productos comunicativos empleando el lenguaje de manera crítica y reflexiva para tratar de incidir en sus interacciones comunicativas personales, grupales, colectivas y a través de las redes sociodigitales. La intención es que se asuman como prosumidores críticos conscientes de su papel como ciudadanos críticos y participativos, que desarrollen prácticas en las que se fomente el diálogo y la interacción simétrica y libre.
- d) La asignatura suma a la reflexión de alumnas y alumnos acerca de su actitud ante la realidad comunicativa que les tocó vivir en los distintos ámbitos de su vida, principalmente desde su condición de género, conciencia ambiental, su uso crítico de la tecnología y su papel como ciudadanos, que sean conscientes acerca de su identidad como jóvenes, que desarrollen actitudes críticas y éticas que sumen a la construcción de una sociedad democrática y justa.



# 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, del aprender a hacer y aprender a convivir. El programa inicia con el estudio del nivel intrapersonal de la comunicación, después con el interpersonal y, concluye, con el grupal.

El estudiantado se percibe como un sujeto autónomo, ético y responsable, promotor de relaciones dialógicas, para desempeñarse como un actor social crítico y autorreflexivo en contextos diversos.

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 alumnado, 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 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 alumnado 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 alumnado 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 alumnado conozca su estructura y funcionamiento, advierta la diferencia entre los procesos de comunicación, 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 alumnado 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 h las estudiantes: 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. Comprendan 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.

Los contenidos del primer semestre son: Unidad 1. La comunicación humana. Unidad 2. El proceso de comunicación. Unidad 3. La comunicación grupal en los procesos sociales.

### **Propósitos generales:**

- Que el alumnado 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 vaya aprendiendo a tomar sus propias decisiones para desempeñarse mejor en el espacio público.
- El estudiantado se perciba como un sujeto autónomo, ético y responsable, promotor de relaciones dialógicas, a través de la reflexión y el análisis de sus prácticas comunicativas, tanto en el espacio privado como en el público para desempeñarse como un actor social crítico y autorreflexivo en contextos diversos.

## Unidad 1. COMUNICACIÓN Y LENGUAJE

### Presentación

El alumnado que participa en el Taller de Comunicación I se encuentra en el proceso de construcción de su identidad durante la socialización. Los aprendizajes de esta unidad están diseñados para facilitar esta tarea, ayudándoles a reconocer su propio yo en presencia de los demás. Por ello, el inicio de este taller se centra en la comunicación tanto intrapersonal como interpersonal.

En primer lugar, los estudiantes identificarán la naturaleza disciplinaria y multidisciplinaria de la comunicación. Posteriormente, comprenderán su importancia como recurso para la integración social y explorarán sus diversos niveles para fomentar relaciones sociales éticas. Se destacará el papel fundamental del lenguaje como herramienta de comunicación y se analizará su contribución al proceso de hominización. Como cierre de esta unidad, se realizará un análisis de las diversas manifestaciones del lenguaje en las interacciones sociales.

Las estrategias didácticas promoverán el trabajo en equipo y la participación del grupo académico completo. Dado que este taller se centra en la comunicación, se enfatizará su presencia constante en el aula. Se buscará que el alumnado experimente relaciones sociales éticas, dialógicas y recíprocas para su integración social.

<p><b>Propósito</b></p> <p>Comprenderá 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><b>Tiempo:</b> 22 Horas</p>
---	------------------------------------

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>1. Identifica las disciplinas que han contribuido al estudio de la comunicación a través de la revisión de los distintos aportes de las ciencias exactas, experimentales, sociales y humanísticas, para entender el enfoque inter y multidisciplinario de su estudio.</p>	<p>El programa de la asignatura y su relación con las ciencias exactas, experimentales, sociales y humanísticas.</p> <p>La comunicación como objeto de estudio:</p>	<p><b>Inicio</b></p> <p>El alumnado, organizado en equipos, contestarán las siguientes preguntas detonadoras:</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disciplinario.</li> <li>• Multidisciplinario.</li> </ul>	<p>1. ¿Qué disciplinas consideras que han dado aportes significativos a la materia de la comunicación?</p> <p>2. ¿Cuáles serían esas aportaciones?</p> <p><b>Desarrollo</b> En el pizarrón, se hará una tabla con 4 columnas (ciencias exactas, experimentales, sociales y humanísticas), el alumnado anotará las contribuciones que desde cada área se hacen a la comunicación. Al final, el grupo comentará la información del pizarrón.</p> <p><b>Cierre</b> Cada equipo investigará ejemplos específicos que respalden las contribuciones identificadas en clase y leerán el texto indicado por el profesor para contrastar los resultados.</p>
<p>2. <b>Reconoce</b> a la comunicación como recurso necesario para la integración personal y social. <b>y para la solución de conflictos.</b></p>	<p>La comunicación como recurso para la integración personal y social:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Autoconocimiento.</li> <li>• Intersubjetividad.</li> <li>• Otridad comunicativa.</li> <li>• Comunidad.</li> </ul> <p><b>La comunicación como recurso para la solución de conflictos en el entorno:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Familiar.</li> <li>• Escolar.</li> <li>• Otros.</li> </ul>	<p><b>Inicio</b> El alumnado redactará su autobiografía y citará en ella aspectos relevantes de su vida que considere marcaron su forma de ser en los diferentes entornos en los que se desenvuelven; así como las cualidades y defectos que consideren tener.</p> <p><b>Desarrollo</b> El alumnado indagará en diferentes fuentes cibernéticas los conceptos de autoconocimiento, intersubjetividad, otridad comunicativa y comunidad. Posteriormente, compararán sus hallazgos con la lectura propuesta por el docente y elaborarán una tabla de conceptos y definiciones.</p>

		<p>A partir de los conceptos, el alumnado los relaciona con su autobiografía.</p> <p><b>Cierre</b> En plenaria, el alumnado guiado por el profesorado, comentarán sobre los aspectos encontrados que han influido en su vida, discutirán ciertas conductas y cómo afectan en su relación con el otro, al final propondrán conductas que les permitan mejorar sus relaciones de comunicación.</p>
<p>3. Comprende la comunicación en sus diferentes niveles para promover relaciones sociales éticas.</p>	<p>Niveles de comunicación desde una perspectiva Ética:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Intra e Interpersonal.</li> <li>• Intra e Intergrupala.</li> <li>• Organizacional.</li> <li>• Intermedia.</li> <li>• Masiva.</li> </ul>	<p><b>Inicio</b> El alumnado leerá de manera individual el texto sobre niveles de comunicación, verán una película en la que se observe el modo de vida de las sociedades actuales y la manera como se traduce en problemas para la convivencia. La lectura y la película serán sugeridas por el profesorado.</p> <p><b>Desarrollo</b> Texto: En equipos, antes formados por el profesor, completarán un cuadro (1), en el que anotarán las características de cada nivel de comunicación, con sus respectivos ejemplos. Película: En equipos completarán un cuadro (2), en el que escribirán dos problemas de comunicación y dos problemas de relación presentes en la película, que se manifiestan en cada nivel. Después, escribirán sus conclusiones individualmente.</p> <p><b>Cierre</b></p>

		En plenaria, expondrán y analizarán los problemas y trabajos, para finalmente presentar sus conclusiones.
4. Explica el papel del lenguaje en el proceso de hominización.	<p>El lenguaje en su dimensión histórico-social</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evolución y características del lenguaje humano.</li> <li>• El lenguaje en el proceso de hominización.</li> </ul> <p>Formas del lenguaje humano: oral y escrito.</p>	<p><b>Inicio</b></p> <p>El alumnado se organizará en equipos, contestarán las siguientes preguntas detonadoras:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Cuál es la diferencia entre el lenguaje humano y el animal?</li> <li>2. ¿Cómo evolucionó el lenguaje humano?</li> <li>3. ¿Qué diferencia hay entre el lenguaje escrito y el lenguaje oral?</li> </ol> <p>En plenaria, los equipos compartirán sus respuestas. El profesorado orientará y complementará el análisis.</p> <p><b>Desarrollo</b></p> <p>El alumnado verá algún documental o película, sugerido por el profesorado, sobre la evolución del lenguaje humano.</p> <p>Observarán lo siguiente:</p> <p>¿Cómo se fue transformando el lenguaje humano?</p> <p>¿Qué importancia tuvo el lenguaje en la supervivencia del <i>Homo Sapiens Sapiens</i>?</p> <p>Para complementar la información del documental, el alumnado realizará una breve investigación sobre la evolución del lenguaje humano.</p> <p>Durante la clase, el alumnado realizará, en parejas, una línea de tiempo sobre la evolución del lenguaje.</p>

		<p><b>Cierre</b> En plenaria, se concluirá con una reflexión sobre el lenguaje en el proceso de hominización y la diferencia entre el lenguaje oral y el lenguaje escrito.</p>
<p>5. Analiza las distintas manifestaciones del lenguaje en las interacciones sociales.</p>	<p>Lenguaje no verbal:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestualidad</li> <li>• Paraenguaje</li> <li>• Kinesica</li> <li>• Proxémica</li> <li>• Silencio.</li> <li>• Indumentaria.</li> <li>• Emblemas</li> <li>• Otros.</li> </ul> <p>Expresiones de acuerdo con el registro contextual:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cultismos y frases populares.</li> <li>• Neologismos y sentido coloquial.</li> <li>• Barbarismos y Pleonasmos.</li> <li>• Jerga y caló.</li> </ul> <p>• La comunicación en la construcción de las expresiones culturales: - Cultura popular. - Arte.</p>	<p><b>Inicio</b> El alumnado organizado en equipos, leerán un texto referente a: Expresiones del lenguaje en su contexto sociocultural.</p> <p><b>Desarrollo</b> Investigarán qué términos de jerga usan en la carrera que desean estudiar y llenarán un cuadro de dos columnas con los términos más utilizados de argot y frases populares en sus interacciones sociales. Posteriormente el profesorado les presentará una canción popular, para que el alumnado enliste las palabras que correspondan al argot y frases populares. En plenaria, cada equipo compartirá los resultados de ambos ejercicios y los mostraran ante el grupo.</p> <p><b>Cierre</b> El alumnado reflexionará por escrito, acerca de las distintas manifestaciones del lenguaje en las interacciones sociales.</p>

## Evaluación

### Diagnóstica

- Al inicio de la unidad, es recomendable explorar los conocimientos previos del alumnado para conocer, de manera general, cuáles son los aportes de las ciencias a la comunicación. Al comenzar cada aprendizaje, se sugieren preguntas detonantes sobre las temáticas principales, discusiones grupales para evaluar la capacidad de trabajar en equipo y una breve prueba objetiva sobre conceptos clave relacionados con las expresiones del lenguaje sociocultural y los niveles de comunicación.

### Formativa

- Se pretende que el alumnado reconozca la importancia de las ciencias exactas, experimentales, sociales y humanísticas para entender el enfoque inter y multidisciplinario de su estudio, esto se puede lograr a través trabajo en equipo, socializar conocimientos previos y fomentar la participación en plenaria que le ayuden a comprender la importancia de los aportes de las diferentes ciencias. Para los demás aprendizajes se sugiere un monitoreo continuo mientras los estudiantes leen y subrayan el material de estudio para identificar si están comprendiendo los conceptos, revisión de la participación en la creación de los cuadros comparativos, observación de la interacción en la discusión plenaria y proporcionar la retroalimentación en tiempo real para mejorar la comprensión y la aplicación de conceptos.

### Sumativa

- Cumplimiento de las distintas actividades, individuales, por equipos y en plenaria. Revisión del cuadro comparativos elaborados en equipo, evaluación de la participación y contribución individual durante la discusión plenaria, y una reflexión escrita que abarque los conceptos clave del tema.

## Referencias

### Para el alumnado

#### Básica

- Amador, J. (2015). Comunicación y cultura. Conceptos básicos para una Teoría antropológica de la comunicación. UNAM.
- Fernández, B. (2017). Resolución de conflictos. ICB, Editores.
- Fernandez, F. y Rizo, M. (2021). Nosotros y los Otros. La Comunicación Humana Como Fundamento de la Vida Social. Apuntes Básicos de Comunicación. Edit. Terracota.
- Martín-Barbero, J. (2017). Ver con los otros. Comunicación intercultural. Fondo de Cultura Económica.
- UNAM. (2019). Lenguajes. Revista de la Universidad de México. No.850. Nueva Época. UNAM.



- 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

### Cibergrafía para el alumnado

- Corral, M. de J. (2017). Sociedad amigable. Valor de la comunicación en tiempos de conflicto. CM. Recuperado de: [https://www.academia.edu/35163269/Sociedad\\_amigable](https://www.academia.edu/35163269/Sociedad_amigable)
- ----- (2014). Comunidades compasivas impregnadas de digna rabia. Recuperado de: [https://www.newsodn.org/recursos/arxius/20140711\\_0628COMUNIDADES\\_COMPASIVAS\\_Y\\_DIGNA\\_RABIA.pdf](https://www.newsodn.org/recursos/arxius/20140711_0628COMUNIDADES_COMPASIVAS_Y_DIGNA_RABIA.pdf)

### Para el profesorado

#### Complementaria

- Aguilar, E. (Coord.) (2020). Entenderme a través de los otros. Taller de Comunicación I. CCH. UNAM.
- Arias Aguilar, M.E. y Juan, E. E. (coords.) (2019). *Taller de Comunicación I*. UNAM, CCH Naucalpan, Vallejo.
- Corral, M. de J. (2012). *Comunicación y vida*. Taller de comunicación I. México: Edere.
- Ekman, P. (2010). *Cómo detectar mentiras*. Paidós Editores (Comunicación no verbal).
- Fernández, F., Millán, M. y Rizo, M. (2013). *La comunicación humana en tiempos de lo digital*. Universidad Autónoma Metropolitana. AMIC.
- Fierro A, (2010). *Manejo de Conflictos y Mediación*, Oxford University Press.
- Freire, P. (1993). *¿Extensión o Comunicación?*. 18ª. edición. Siglo XXI.
- Galindo, J. (Coord.). (2008). *Comunicación, Ciencia e Historia*. Edit. MacGrawHill.
- Garza, E. (2000). *Comunicación en los valores*. Ediciones Coyoacán.
- Gómez, A. (Coord.). (2020). *Autoconocimiento e intersubjetividad: pilares de la comunicación humana*. UNAM. DGCCH. Plantel Sur.
- Goutman, A. (2000). *Artesanías lingüísticas*. Siglo XXI.

- Moran, E. (2011). *La vía. Para el futuro de la humanidad*. Paidós.
- Parra, L. R. Rojas y E. Arapé. (2008) *Comunicación y Conflicto: El arte de la negociación*. Recuperado de: [/www.revistamegotium.org.ve10\(4\)2008; 17-35 \[R:2008-02 / A: 2008-02\]](http://www.revistamegotium.org.ve10(4)2008;17-35)
- Wilmot, W. W., & Hocker, J. L. (2018). *Solución de conflictos*. McGraw-Hill Education.

- Beristáin, H. (2001). “La Densidad Figurada del lenguaje alburero”. *Revista de Retórica y Teoría de la Comunicación*. Año 1 (vol. 1), 53–60.
- 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*
- Piñuel, J. L. y Lozano, A. C. (2006). *Ensayo general sobre la comunicación*. Barcelona. Paidós.

### Cibergrafía

- Flecha, R. (2012). *Aprendizaje dialógico en la sociedad de la información*. Recuperado en octubre de 2012, de <[www.zarauzgune.com/prestakuntza/.../APRENDIZAJEDI.doc](http://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/ de los lectores/677Ros107.PDF](http://www.campus-oei.org/revista/de_los_lectores/677Ros107.PDF)>

### Videografía

- Jean-Jacques Annaud. (1981). EdreiG. *La guerra del fuego*. En <https://youtu.be/VOaoloxtSrw>
- López, J. (2014). *Chilanga Banda Café Tacvba - Chilanga Banda (Video Oficial)* (youtube.com)
- Maldita Vecindad. (2010). *Pachuco 01 - Pachuco - Maldita vecindad* (youtube.com)
- New Atlantis Full Documentaries. *Humanos (Documental completo)*. En [https://youtu.be/NdnAz\\_R3\\_Dk](https://youtu.be/NdnAz_R3_Dk)
- Crecimiento Positivo. (2015). *Kurt Lewin-Experimento sobre liderazgo*. En <https://youtu.be/67INELXohbU>

## 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 psicocial lo hace un ser único, motivado por razones y emociones. Lo segundo, porque el ser humano está siempre en situación de permanente construcción. **Por eso se dice de el ser humano 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 receptores, 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 alumnado **analice** el proceso de la comunicación a través de la identificación de sus elementos **para mejorar sus habilidades comunicativas.**

Se pretende apoyar los siguientes aprendizajes del alumnado:

- a) Comprende a la comunicación como proceso e identifica su importancia en la conformación de la sociedad y la cultura.
- b) Explica a la comunicación como un proceso a partir de la identificación de sus elementos.
- c) Establece los factores que limitan o favorecen el proceso de comunicación para desarrollar habilidades que fortalezcan sus relaciones interpersonales.

Al termino de esta unidad, el alumnado podrá desarrollar conocimientos, habilidades, actitudes y valores comunicativos que le permita socializar y afirmarse como ser humano.

<p><b>Propósito:</b></p> <p><b>Analizará</b> el proceso de la comunicación a través de la identificación de sus elementos para mejorar sus habilidades comunicativas.</p>	<p><b>Tiempo:</b> 20 Horas</p>
---	------------------------------------

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>1. Comprende a la comunicación como proceso e identifica su importancia en la conformación de la sociedad y la cultura.</p> <p>Establece la diferencia y relación entre comunicación e información.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La comunicación como proceso social.</li> <li>• Comunicación, información, sociabilidad y cultura.</li> </ul> <p><b>Concepto de comunicación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Características de la comunicación.</li> </ul> <p><b>Concepto de Información:</b></p> <p>Características de la información</p>	<p><b>Inicio</b></p> <p>El alumnado investigará qué significa la palabra proceso y anotará la definición en su libreta, es importante que se identifique la fuente de la información.</p> <p>En equipos comparten sus hallazgos, y elaboran una sola definición.</p> <p><b>Desarrollo</b></p> <p>Organizados en equipos investigarán los conceptos de sociabilidad y cultura para resolver las siguientes preguntas:</p> <p>¿Cómo se puede describir la comunicación como un proceso?</p> <p>¿Cómo influye la cultura en los procesos de comunicación?</p> <p>¿Qué importancia tiene la sociabilidad en los procesos de comunicación?</p> <p>Asesorados por el profesor se organiza un debate para argumentar sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- La importancia de la cultura en los procesos sociales.</li> <li>- La importancia de la sociabilidad en los procesos sociales.</li> </ul> <p><b>Cierre</b></p> <p>Se anotarán en el pizarrón las conclusiones del debate, para finalizar la estrategia el profesor reforzará el tema con algunos ejemplos en el ámbito educativo.</p>
<p>2. 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>	<p><b>Inicio</b></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Modelos lineales.</li> <li>• Modelos horizontales o circulares.</li> </ul> <p>Elementos básicos del proceso de la comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Emisor.</li> <li>• Perceptor.</li> <li>• Mensaje.</li> <li>• Códigos.</li> <li>• Canal (Medio).</li> <li>• Contexto.</li> <li>• Retroalimentación.</li> <li>• Barreras.</li> </ul>	<p>El grupo organizado en equipos investigará los modelos lineales, horizontales o circulares de la comunicación, en plenaria se expondrán los hallazgos.</p> <p><b>Desarrollo</b> De forma individual el alumnado elaborará una tabla comparativa con los elementos de la comunicación de cada modelo expuesto. Con la guía del profesorado identificarán y definirán los ecos del proceso de comunicación.</p> <p><b>Cierre</b> En plenaria se reflexionará sobre los diferentes actores de la historia y se analizarán sus características a partir de los elementos del proceso de comunicación.</p>
<p>3. Establece los factores que limitan o favorecen el proceso de comunicación para desarrollar habilidades que fortalezcan sus relaciones interpersonales.</p>	<p>Factores en el proceso de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ideológicos.</li> <li>• Culturales.</li> <li>• Sociales.</li> <li>• Semánticos.</li> <li>• Psicológicos.</li> <li>• Fisiológicos.</li> <li>• Físicos.</li> </ul> <p>Habilidades en el proceso de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Expresión clara y efectiva.</li> <li>• Escucha activa.</li> <li>• Trabajo en equipo.</li> <li>• Empatía.</li> </ul>	<p><b>Inicio</b> En plenaria el alumnado discute sobre las siguientes preguntas detonadoras: ¿Por qué a veces los seres humanos tenemos dificultades para comunicarnos? ¿por qué en otras ocasiones podemos comunicarnos correctamente? El profesorado orientará al alumnado a identificar los factores que limitan o favorecen la comunicación</p> <p><b>Desarrollo</b> El profesorado proporciona una lectura referente al tema: Los factores que favorecen o limitan el proceso de comunicación.</p>

	<p><b>Resolución de conflictos.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Redundancia.</li> <li>• Fidelidad.</li> <li>• Barreras.</li> </ul>	<p>Con la información del texto, el alumnado elaborará una tabla con los factores que favorecen o limitan la comunicación. Identifican algunos ejemplos de factores que limitan la comunicación en la escuela. Organizados en equipos seleccionarán una problemática y la presentarán ante el grupo a través de un sociodrama. Con la guía del profesor se identificará qué habilidades se necesitan para poder resolver las problemáticas expuestas en los sociodramas.</p> <p><b>Cierre</b> En plenaria se reflexiona sobre las habilidades que fortalecen las relaciones interpersonales.</p>
--	---	--

## Evaluación

### Diagnóstica

- Se recomienda al profesorado recuperar los conocimientos previos y experiencias del alumnado sobre temas asociados a los temas de la comunicación como recurso para la integración personal y social, los niveles de comunicación y las manifestaciones del lenguaje en las interacciones sociales. El reconocimiento de estos temas se puede realizar a través de preguntas detonantes que inviten a la reflexión y al debate sobre los temas, lluvia de ideas para compartir sus conocimientos o cuestionarios que permitan conocer el nivel de los temas de la comunicación.

### Evaluación formativa

- Se sugiere evaluar al estudiantado a través de una actividad práctica que les permita aplicar sus conocimientos sobre el proceso de la comunicación y demostrar su capacidad para identificar y comprender sus elementos clave. La evaluación se centrará en mejorar sus habilidades comunicativas mediante la aplicación práctica de los conceptos teóricos aprendidos en clase.

### Evaluación sumativa

- En la evaluación sumativa se sugiere realizar ejercicios individuales, donde el estudiantado aplique sus conocimientos sobre el proceso de comunicación y analice una situación comunicativa en la que se presente un conflicto y proponga mejoras para optimizar la situación. La

evaluación pretende medir la comprensión profunda de los estudiantes sobre los elementos del proceso de comunicación y su capacidad para aplicar estos conocimientos en situaciones cotidianas.

## Referencias

### Para el alumnado

- Berlo, K. (1973). El proceso de la comunicación. Buenos Aires: Ateneo.
- DeFleur, M., *et al.* (2005). Fundamentos de comunicación humana. México: Mc Graw Hill.
- Martínez, F. (2014). Ciencias de la comunicación I. Santillana Bachillerato.
- Paoli, A. (2015). Comunicación e información. Trillas.
- Sánchez, U., Botero, L. y Girardo, F. (2012). Modelos de comunicación digital. Universidad de Medellín.
- Sánchez, R. (2009). Procesos de socialización y niveles de comunicación. cch–unam (Producto infocab 2008–2009, Plantel Naucalpan).
- 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.

### Para el profesorado

#### Complementaria

- Amador, J. (2015). Comunicación y cultura. UNAM
- Arias Aguilar, M.E. y Juan, E. E. (coords.) (2019). *Taller de Comunicación I*. México: UNAM, CCH Naucalpan, Vallejo.
- Aguilar, E., (coord.) (2020). Entenderme a través de los otros. Taller de Comunicación I. México: CCH-UNAM
- Corral, M. de J. (2011). Comunicación y vida I. México: Edere.
- Cerrillos, J. S. (coord.). (2009). Taller de comunicación I. Paquete didáctico. UNAM– CCH. Plantel Oriente.
- Millán, M.A. (2015). Hermenéutica de la paz y los conflictos. E-Dae.
- Ocampo, M. (2012). Comunicación, semiótica y estética. Trillas.
- Pérez, A. (2001) Estrategias de Comunicación. Ariel Comunicación.
- Santa María, L. (2010). Taller de comunicación humana. ED.CCH Azcapotzalco–UNAM
- Thompson, J. (2002). Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas. México: UAM
- Vidal, J. (2007). Realidad. Revisión y análisis de la comunicación humana. unam–cch.

- 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.
- Gleick, J. (2012). *La información: historia y realidad*. España: Crítica.



### Unidad 3. LA COMUNICACIÓN GRUPAL EN LOS PROCESOS SOCIALES

#### Presentación

En la compleja trama de la vida cotidiana, el ser humano se desenvuelve en una multiplicidad de roles y escenarios, donde la comunicación grupal se revela como un componente esencial para un desempeño propicio de cada individuo en la sociedad. Desde las interacciones familiares hasta lo social, político y cultural, la pertenencia a diversos grupos sociales implica la necesidad constante de comunicarse efectivamente. En esta tercera unidad, el alumnado dará un paso crucial al concebir su vida no solo en términos individuales, sino también en relación con los otros, donde las acciones colectivas impactan directamente en la comunidad local, nacional o mundial.

El objetivo principal de esta unidad es que el alumnado comprenda y analice el papel fundamental de la comunicación grupal en la construcción y desarrollo de la sociedad. Se les invita a explorar las necesidades comunicativas de los grupos a los que pertenecen, así como las interacciones que establecen con otros grupos para fomentar la convivencia. Además, se abordará el fenómeno de los movimientos sociales, destacando la importancia de la comunicación en la organización, difusión y proyección de demandas a través de nuevas formas y niveles, incluyendo el uso de recursos tecnológicos como Internet y las redes sociodigitales.

El alumnado también reflexionará sobre el vertiginoso crecimiento de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en la integración y organización de los grupos sociales. Analizará críticamente cómo estas tecnologías impactan en la dinámica grupal y en la manera en que se relacionan y colaboran los individuos en diversos contextos sociales. Además, estudiará el acercamiento a la realidad social a través de los diferentes grupos para proporcionar un marco humano a través del uso de la tecnología, promoviendo así una comprensión más profunda y consciente de su influencia en la sociedad.

Esta unidad permitirá al alumnado descubrir lo subjetivo de la comunicación grupal en los procesos sociales, brindándoles herramientas conceptuales y analíticas para participar de manera activa en la construcción y transformación de la comunidad en la que desenvuelven.

<p><b>Propósito:</b></p> <p>Comprenderá la comunicación grupal en los contextos actuales, a través de la identificación de formas, estrategias y medios de comunicación para fomentar su participación ética en los procesos sociales.</p>	<p><b>Tiempo:</b> 22 Horas</p>
--	------------------------------------

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p data-bbox="201 269 743 367">1. Comprende la comunicación grupal, a partir de la conformación del grupo y del comportamiento de sus actores.</p> <p data-bbox="201 670 590 732"><b>NOTA: SE INTEGRARON LOS APRENDIZAJES</b></p> <ul data-bbox="249 773 730 1040" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="249 773 684 834">• Identifica las características de la comunicación grupal.</li> <li data-bbox="249 841 716 938">• Reconoce el comportamiento de los actores de la comunicación grupal en diferentes contextos.</li> <li data-bbox="249 945 730 1040">• Identifica las formas y los medios de comunicación empleados en los distintos tipos de grupos.</li> </ul>	<p data-bbox="772 269 1010 298">Concepto de grupo.</p> <p data-bbox="772 305 1119 334">Características de los grupos:</p> <ul data-bbox="821 341 1115 438" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="821 341 989 370">• Identidad.</li> <li data-bbox="821 376 989 406">• Cohesión.</li> <li data-bbox="821 412 1115 438">• Dinámicas de grupo.</li> </ul> <p data-bbox="772 477 1173 506">Objetivos y comunicación grupal:</p> <ul data-bbox="821 545 1283 607" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="821 545 1283 607">• Redes de comunicación, recursos y medios.</li> </ul> <p data-bbox="772 646 1308 708">Prácticas de comunicación (formas y medios) en los diferentes tipos de grupos:</p> <ul data-bbox="821 747 1276 948" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="821 747 1251 808">• Por su composición: primarios y secundarios.</li> <li data-bbox="821 815 1276 948">• Por sus objetivos y formas de organización: democráticos, autocráticos, <i>Laissez faire-Laissez passer</i> (caóticos).</li> </ul> <p data-bbox="772 987 1205 1049">Comportamiento de los actores de la comunicación grupal:</p> <ul data-bbox="821 1088 999 1153" style="list-style-type: none"> <li data-bbox="821 1088 947 1117">• Roles.</li> <li data-bbox="821 1123 999 1153">• Liderazgo.</li> </ul>	<p data-bbox="1346 269 1430 298"><b>Inicio</b></p> <p data-bbox="1346 305 1896 500">Utilizando la técnica de lluvia de ideas, el alumnado reflexionará, a partir de sus conocimientos previos, la semejanza y diferencia entre grupo y multitud. El docente anota las ideas principales en el pizarrón y orienta al estudiantado a sacar conclusiones.</p> <p data-bbox="1346 539 1482 568"><b>Desarrollo</b></p> <p data-bbox="1346 574 1896 701">El estudiantado investiga el concepto de grupo y sus características; así como los tipos de grupos. Realiza un mapa conceptual con lo investigado.</p> <p data-bbox="1346 708 1896 870">Organizados en equipos representará un breve sociodrama de la comunicación en un grupo primario y secundario; autocrático, caótico y democrático, (cada equipo representará un tipo de grupo).</p> <p data-bbox="1346 876 1896 971">Después de cada representación, reflexiona sobre las redes de comunicación, recursos y medios utilizados en los distintos grupos.</p> <p data-bbox="1346 977 1896 1172">En el salón de clase, verán el vídeo sobre un experimento. Comentan el vídeo, se enfocan en cómo el comportamiento y la comunicación de un líder puede influir en el comportamiento de todos los integrantes del grupo. Llegan a conclusiones.</p> <p data-bbox="1346 1211 1430 1240"><b>Cierre</b></p> <p data-bbox="1346 1247 1896 1341">De forma individual, cada estudiante escribirá un comentario sobre cómo debe ser la comunicación en un grupo y cómo debe ser el</p>

		comportamiento de un líder para potencializar el desarrollo de cada integrante del grupo.
Reconoce el comportamiento de los actores de la comunicación grupal en diferentes contextos.	<p><b>Comportamiento de los actores de la comunicación grupal:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Roles.</li> <li>• Liderazgo.</li> </ul>	<p><b>Inicio</b> 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><b>Desarrollo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El profesor solicita a los alumnos que investiguen acerca de la figura de Nelson Mandela con el objetivo de contextualizar a este personaje histórico.</li> <li>• 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.</li> </ul> <p><b>Cierre</b> 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><b>Prácticas de comunicación en los diferentes tipos de grupos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Por su composición: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Primarios.</li> <li>Secundarios.</li> </ul> </li> <li>• Por sus objetivos y formas de organización:</li> </ul>	<p><b>Inicio</b> 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> <p><b>Desarrollo</b></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Democráticos.</li> <li>- Autocráticos.</li> <li>- <i>Laissez faire–Laissez passer</i> (caóticos).</li> </ul>	<p>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.</p> <p>Los alumnos, en equipo, analizan las ventajas y desventajas de cada uno de los tipos de grupo: democrático, autocrático o Laissez faire–Laissez passer (caóticos) en el caso de la familia para evaluar su impacto entre sus integrantes.</p> <p><b>Cierre</b></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 Laissez faire–Laissez passer (caóticos) para llegar a un consenso grupal.</p>
<p>2. Identifica el papel de la comunicación en grupos institucionales: <b>organizaciones y empresas</b>; de ayuda mutua y autoayuda</p>	<p><b>La comunicación en grupos institucionales: organizaciones y empresas.</b></p> <p>La comunicación en los grupos de ayuda mutua y autoayuda.</p>	<p><b>Inicio</b></p> <p>La mitad del alumnado del grupo investigará qué dinámicas o técnicas de comunicación utilizan los grupos de ayuda mutua o autoayuda. Harán el reporte en su cuaderno.</p> <p>La otra mitad del estudiantado del grupo hace una breve investigación sobre la comunicación organizacional. Analizarán cómo se da la comunicación en su plantel, a partir de lo que leyeron. Realizan un mapa mental.</p> <p><b>Desarrollo</b></p> <p>Alguno de los equipos que investigó las dinámicas o técnicas de comunicación utilizadas en los grupos de autoayuda conducirá una de ellas con todo el grupo;</p>

		<p>quienes conduzcan la actividad debe llevarla a cabo promoviendo el respeto a cada miembro del grupo. Una vez concluida la actividad reflexionarán sobre el papel de la comunicación para enfrentar problemas emocionales o adicciones.</p> <p>Algún equipo que haya investigado la comunicación organizacional y que haya analizado cómo se da la comunicación en su plantel, presentará y explicará su mapa mental, los demás equipos pueden comentar y enriquecer el análisis.</p> <p><b>Cierre</b></p> <p>En plenaria, reflexionan sobre la importancia de la comunicación en los grupos estudiados.</p>
<p>3. Reconoce la comunicación grupal, tipos de grupos y formas de organización en los movimientos sociales.</p>	<p><b>Concepto y tipos de movimientos sociales.</b></p> <p><b>Tipos de grupos y organización de los movimientos sociales.</b></p> <p><b>La comunicación en los movimientos sociales. Interpersonal, grupal y alternativa.</b></p>	<p><b>Inicio</b></p> <p>El alumnado, en equipos, busca en <i>YouTube</i> videos de manifestaciones o marchas de movimientos feministas, ecologistas o políticos, selecciona uno de estos movimientos para darles seguimiento (cada equipo decidirá cuál movimiento le interesa).</p> <p><b>Desarrollo</b></p> <p>El alumnado ubica en esos videos quiénes son los integrantes del movimiento y cuáles son sus demandas o reivindicaciones.</p> <p>Observan, en los videos (si es posible, pueden acudir a una manifestación de ese movimiento social), los medios y estrategias de comunicación; así como los mensajes</p>

		<p>plasmados en pancartas, mantas, consignas, pintas.</p> <p>Investigan cómo se organiza y se comunica ese movimiento social de forma presencial y cómo la hace por medio de las redes sociales.</p> <p>Lectura sobre la comunicación alternativa en los movimientos sociales.</p> <p><b>Cierre</b></p> <p>Cada equipo organizará (de forma hipotética) las bases de una comunicación grupal de un movimiento social con base en las reivindicaciones o demandas que tienen como jóvenes estudiantes, le darán un nombre a su movimiento social y planearán una estrategia de comunicación. Presentarán su trabajo al resto del grupo.</p>
--	--	--

## Evaluación

### Diagnóstica

Se recomienda al profesorado, recuperar conocimientos previos del alumnado, a través de lluvia de ideas y formularios, sobre los siguientes temas: concepto de grupo, sus características, objetivos y comunicación grupal; prácticas de comunicación en distintos grupos; así como la comunicación grupal en instituciones: organizaciones y empresas, grupos de ayuda mutua y movimientos sociales.

### Formativa

Comprensión de la comunicación grupal, a partir del concepto de grupo, sus características y objetivos; prácticas de comunicación en distintos tipos de grupos y del comportamiento de sus actores. La identificación del papel de la comunicación en grupos institucionales: organizaciones, empresas y grupos de autoayuda. Reconocimiento de la comunicación grupal en movimientos sociales. El reconocimiento de la comunicación grupal y formas de organización en los movimientos sociales por medio de distintas dinámicas y técnicas grupales, investigaciones, sociodrama mapas mentales y conceptuales, análisis de vídeo y comentarios. Predisposición positiva y responsable para trabajar en equipo y en plenarios a fin de comprender la comunicación grupal en organizaciones, grupos de autoayuda y movimientos sociales. Actitud favorable para la investigación, el análisis de información y la observación de la comunicación grupal en organizaciones, grupos de autoayuda y movimientos sociales.

## Sumativa

Cumplimiento en las actividades grupales y plenarios, mostrando responsabilidad y respeto. Entrega en tiempo y forma de reportes de investigación, mapas mentales y conceptuales, análisis y comentarios.

## Referencias

### Para el alumnado

#### Básica

- Allier M, E. (2021). 68 el movimiento que triunfó en el futuro: historias, memorias y presente. UNAM-Instituto de Investigaciones Sociales.
- Jiménez, C. (2017). Redvolución. Los cambios sociopolíticos a través de las redes sociales. LD. Books.
- Malini, F. (2017). La @Internet y la #Calle. Ciberactivismo y movilización en las redes sociales. Col. Signa\_Lab. ITESO.
- Rovira, G. (2017). Activismo en red y multitudes conectadas: comunicación y acción en la era de Internet. UAM-Xochimilco.
- 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 el profesorado

#### Complementaria

- Baena, P.G. (2003). *Comunicación y liderazgo.* México. Cultural.
- 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
- Díez G., R (2017). *Democracia, dignidad y movimientos sociales: el surgimiento de la cultura cívica y la irrupción de los indignados en la vida pública.* Madrid. Centro de Investigaciones Sociológicas.

- Loreto G. M. (1996). La comunicación una experiencia de vida. Manual de trabajo en grupos. México. Universidad Iberoamericana. Plaza y Valdés.
- Marí S., V. (editor) (2004). La red es de todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la red. Madrid. Popular.
- Moncada, A. (2007). Apuntes para la configuración de un modelo de comunicación analógico y simbólico en América latina. En Blanco, R. Comp. (2007). Hermenéutica analógica, comunicación y multiculturalidad. Editorial Torres Asociados.
- Rebeil C. M. A. (1998). El poder de la comunicación en las organizaciones. México. Plaza y valdes.
- Santa María, L. (2010). *Taller de comunicación humana*. México: Santa María Ed. /CCH Azcapotzalco–UNAM.
- Sierra, F. (2020). Marxismo y comunicación. Teoría crítica de la mediación social. Siglo XXI.
- Sierra, F. y Montero D. (2015). Videoactivismo y movimientos sociales. Teoría y praxis de las multitudes conectadas. Gedisa Editorial.



# TALLER DE COMUNICACIÓN II

## Propósitos generales

El propósito central del Taller de Comunicación II es que el alumnado identifique las características de la comunicación mediática, analice y conozca los contextos de su producción e intencionalidad a partir de su evolución histórica y sus elementos, con el fin de que, por un lado, valore su interacción en la realidad mediática y digital en que está inmerso y pueda reconocerse a sí mismo como receptor analítico, crítico y activo.

Por otro lado, que analice los contenidos mediáticos culturales, ideológicos, sociales y políticos a partir de su significación para valorarlos críticamente. Además, que elabore mensajes y contenidos digitales, éticos, alternativos y críticos, a partir de su cotidianidad; de este modo, podrá conocer los alcances en diversos contextos de emisión y recepción a manera que pueda resignificar los contenidos y haga un uso racional y humanístico de ellos.

En el contexto de la globalización, 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 mediáticos 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 de estos contenidos y sus 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 alfabetización multimodal 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 las y los estudiantes comprendan y valoren los procesos de comunicación mediatizados, además de los contenidos que ya manejan cotidianamente para que apliquen los conocimientos en la producción de mensajes. Es a partir del proceso de investigación de un tema, la planeación de la pre-producción, producción y post -producción, se busca desarrollar el potencial creativo de las y los estudiantes y el trabajo colaborativo como parte fundamental en su formación escolar a lo largo del semestre.

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

- Comprenda las características de la comunicación mediática y digital, a partir de sus elementos, procesos e influencia, para valorar los contextos sociales y culturales en que se desenvuelven.
- Analice los mensajes mediáticos y digitales, a partir de sus elementos y procesos para valorar críticamente sus contenidos sociales y culturales.

- Diseñe mensajes mediáticos y digitales, a partir de sus elementos y procesos, para desarrollar sus habilidades digitales.

Los contenidos del segundo semestre son:

Unidad 1. Comunicación mediática y contenidos digitales en la sociedad contemporánea.

Unidad 2. Análisis de los contenidos mediáticos y digitales.

Unidad 3. Diseño de mensajes y contenidos digitales.

## Unidad 1. Comunicación mediática y digital en la sociedad contemporánea

### Presentación

El propósito general de esta unidad es que el alumnado comprenda la importancia de los procesos de la comunicación tanto mediática como mediatizada, así como su relación con la sociedad contemporánea y sus efectos en la conformación de la opinión pública. Hoy en día, la digitalización de los procesos de comunicación requiere la revisión y comprensión de diferentes aspectos tecnológicos, económicos, sociales, políticos, culturales, entre otros; los cuales están directamente relacionados con el entorno comunicativo donde se construye un nuevo espacio digitalizado en la sociedad de la información y del conocimiento.

En este sentido, se requiere que el alumnado: a) Tenga un acercamiento reflexivo al estudio de la comunicación mediática y digital que contemple la compleja realidad social. b) Que advierta la coexistencia en la actualidad de los medios llamados tradicionales (prensa, cine, radio y televisión) y la cultura digital, y c) Que reconozca las características de los procesos comunicativos mediáticos y mediatizados, en el contexto sociocultural actual.

Los aprendizajes y las temáticas que se sugieren abordan los diferentes aspectos de los procesos comunicativos, su contexto, sus elementos, influencia, sus mensajes, efectos sociales y culturales, así como el diseño y contenido propio con el propósito de reforzar el desarrollo de las habilidades digitales de los estudiantes.

Es así como se refuerza el análisis crítico y reflexivo de la llamada globalización, sociedad digital, comunicación transmedia y su elaboración como parte de la construcción de una identidad como prosumidor y de ciudadanía digital.

Por otro lado las y los estudiantes elaborarán un proyecto que promuevan la cultura del trabajo en equipo con referentes a temáticas de género, ciudadanía o sustentabilidad, utilizando el canal propio para desarrollar habilidades con alternativas comunicativas para la conformación de comunidades digitales.

De la misma manera, las estrategias didácticas se avocan al trabajo en el aula incorporando nuevas temáticas, mediante una metodología propia de un taller, con base en la conformación de un espacio idóneo, donde las y los estudiantes tengan la experiencia de vincular teoría–realidad, teoría–práctica y teoría–técnica y la posibilidad de estudiar los procesos comunicativos con una aproximación participativa y propositiva, que construya una conciencia crítica vinculada al entorno social en el cual se desenvuelve actualmente.

<p><b>Propósito:</b></p> <p>Comprenderá las características de la comunicación mediática y digital, a partir de sus elementos, procesos e influencia, para valorar la realidad en que se desenvuelve.</p>	<p><b>Tiempo:</b> 22 Horas</p>
---	------------------------------------

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>1. Identifica la realidad mediática y la convergencia digital, a partir de las etapas industrial y postindustrial para que reconozca las características de la sociedad y cultura actual.</p>	<p>La realidad mediática en la etapa industrial:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Medios de comunicación en la etapa industrial.</li> <li>Impacto sociocultural de la comunicación masiva.</li> <li>Comunicación vertical de los medios de comunicación masiva.</li> </ul> <p>La realidad mediática en la etapa postindustrial:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>La convergencia digital y los cambios socioculturales en lo local, regional y global.</li> <li>Actor red y consumo digital.</li> </ul> <p>El ser humano y su relación con la inteligencia artificial:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Inteligencia artificial generativa en la producción de mensajes.</li> <li>Cambios socio culturales a partir del uso de la Inteligencia Artificial.</li> </ul>	<p><b>Inicio</b></p> <p>El profesorado elige videos educativos y textos sobre las temáticas referentes a la nueva realidad mediática para que el alumnado identifique las características de la comunicación masiva en la etapa industrial y pos industrial</p> <p>El alumnado, en equipos, realiza una búsqueda de información sobre los cambios sociales y culturales generados por la radio, televisión, cine, redes sociales e inteligencia artificial, a través de diferentes documentos confiables en el campo académico de la comunicación</p> <p>Los equipos registran los hallazgos en una matriz de doble entrada para comparar los medios, el impacto social y cultural y el tipo de comunicación lineal, horizontal o interactiva en las etapas industrial y pos-industrial para presentarlo en plenaria.</p> <p><b>Desarrollo</b></p> <p>El profesorado organiza tres equipos y designa aleatoriamente las temáticas generales del aprendizaje con sus respectivos subtemas.</p> <p>El profesorado comparte un libro en Excel, denominado realidad mediática grupo, para</p>

		<p>que el alumnado concentre citas textuales de artículos académicos en comunicación, según las temáticas y sub temáticas del aprendizaje 1. El alumnado en equipos selecciona información de la matriz y de la base de datos para elaborar una infografía</p> <p>El profesorado orienta el proceso de producción de las infografías.</p> <p><b>Cierre</b></p> <p>En plenaria, los equipos presenten sus infografías para reflexionar acerca de la realidad mediática masiva, digital y de inteligencia artificial.</p> <p>El profesorado coordina la actividad y comparte sus experiencias y conocimiento de las temáticas con su alumnado.</p>
<p>2. Distingue el proceso de la comunicación masiva frente a la mediática y digital a partir de los elementos que las constituyen para comprender el uso y apropiación tecnológica.</p>	<p>Elementos y factores de la comunicación masiva:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Emisor real y vocero.</li> <li>• Mensaje.</li> <li>• Canales o medios.</li> <li>• Receptor o audiencias.</li> <li>• Contexto de emisión y recepción</li> </ul> <p><b>Elementos de la Comunicación mediática y digital:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El prosumidor: creador y usuario</li> <li>• Contenidos y narrativas trans, hiper y multimediales, inmersivas y participativas</li> </ul>	<p><b>Inicio</b></p> <p>El profesorado explica el tema y sugiere a los alumnos lecturas y dominios digitales sobre las características y usos de la Inteligencia Artificial.</p> <p><b>Desarrollo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El alumnado realizan las lecturas sugeridas por el profesorado.</li> <li>• Los alumnos diseñan una infografía interactiva para ejemplificar y socializar los posibles usos y posibles riesgos de la Inteligencia Artificial en materia cultural, académica y de entretenimiento.</li> </ul> <p><b>Cierre</b></p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Internet como la plataforma de medios.</li> <li>• Plataformas virtuales como espacios de la comunicación.</li> </ul> <p>Usos de la comunicación digital y los algoritmos.</p> <p>Marco de referencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo colaborativo del prosumidor en la sociedad red.</li> <li>• Usos de la comunicación transmedia en educación, cultura y entretenimiento.</li> </ul> <p>Usos de la Inteligencia Artificial.</p>	<p>El alumnado presenta ante al grupo una infografía interactiva donde ejemplifican los diferentes usos y posibles riesgos de la Inteligencia Artificial.</p>
<p>Reconoce las características y usos de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en la sociedad contemporánea.</p>	<p><b>Concepto y características de las TIC:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Multimedia, interactividad, etcétera.</li> </ul> <p>La brecha digital.</p> <p><b>Usos de las TIC:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sociales.</li> <li>• Políticos y alternativos.</li> <li>• Culturales.</li> <li>• Académicos y educativos.</li> </ul> <p>Entretenimiento.</p>	<p><b>Inicio</b></p> <p>El profesor explica el tema y sugiere a los alumnos lecturas sobre las características y usos de las TIC en la sociedad actual.</p> <p><b>Desarrollo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los alumnos realizan las lecturas sugeridas por el profesor.</li> <li>• Los alumnos diseñan un <i>blog</i> para ejemplificar y socializar los posibles usos de las TIC (cultural, educativo, académico).</li> </ul> <p><b>Cierre</b></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>3. Comprende el papel de la comunicación mediática y digital, a partir de los procesos de producción y recepción de opinión para asumir una postura crítica ante los mensajes cotidianos.</p>	<p>El proceso de la opinión pública en la comunicación masiva.</p> <p>Procesos de opinión en la construcción del discurso público y privado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La infocracia: régimen de la información.</li> <li>• Las noticias falsas: el poder de las redes en la opinión pública.</li> <li>• Proceso comunicativo de la posverdad.</li> </ul> <p>Rasgos de la opinión pública en la etapa post industrial:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Filtro burbuja.</li> </ul> <p>Comentarios, reacciones, discusiones y versiones en redes sociodigitales en la formación de la opinión pública.</p> <p><b>El fenómeno del rumor y su impacto social.</b></p>	<p><b>Inicio</b></p> <p>El alumnado revisa un video sobre las Fake News</p> <p>El alumnado de manera individual contesta la siguiente pregunta</p> <p>¿Por qué se presentan las falsas noticias en las redes sociodigitales?</p> <p>El profesorado revisa las respuestas en plenaria.</p> <p><b>Desarrollo</b></p> <p>El alumnado escucha un el Podcast sobre el tema Filtro burbuja.</p> <p>En equipo, el alumnado enlista las ideas claves del podcast.</p> <p>El alumnado -en equipo- desarrolla en papel el boceto de una infografía con la información relevante del podcast.</p> <p>El alumnado acude a la Sala de cómputo para diseñar de manera digital una infografía interactiva.</p> <p>La infografía estará alojada en Google Drive con el permiso correspondiente de “Lector”.</p> <p><b>Cierre</b></p> <p>El alumnado presenta la infografía interactiva al grupo.</p> <p>El alumnado comparte el enlace del documento en Google Drive al grupo.</p> <p>El profesor revisa en plenaria los aspectos que contiene la infografía.</p>
<p>4. Diseña un proyecto para la producción de mensajes mediáticos y digitales, utilizando un</p>	<p>Proyecto de producción de mensajes alternativos.</p>	<p><b>Inicio</b></p>

<p>canal propicio como prosumidor para desarrollar alternativas comunicativas.</p>	<p><b>Proyecto de comunicación transmedia:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) Elección de recursos digitales: blogs, redes sociodigitales, videojuegos, comics, podcast</li> <li>b) Selección de la temática:</li> <li>c) Investigación de la temática</li> </ul> <p>Planeación y diseño.</p>	<p>El alumnado, integrado en equipos de trabajo, identifica las problemáticas existentes en la comunidad en materia de igualdad de género, ciudadanía y/o sustentabilidad (por ejemplo: exceso de basura, consumo de alimentos procesados o comida chatarra, uso excesivo de recipientes, botellas, popotes y cubiertos desechables, etcétera) y elabora una lista a partir de ellas.</p> <p>Cada equipo selecciona una problemática del listado y, a partir de los conocimientos y habilidades de investigación adquiridos en Taller de Lectura, Redacción e Iniciación a la Investigación Documental I-IV, elabora una investigación documental acerca del impacto y las consecuencias que dichas problemáticas tienen para la sociedad.</p> <p><b>Desarrollo</b></p> <p>El docente asigna, a cada equipo de trabajo, un recurso o formato digital: video, cartel, podcast, Tik Tok, blog, etcétera, para participar en una campaña generada por el grupo, para la comunidad del Colegio, a partir de la elaboración de mensajes en el formato que les fue asignado.</p> <p>El profesorado diseña un esquema de trabajo - como el laboratorio de medios, el diseño de narrativas digitales, secuencia de relatos, entre otros- para organizar los contenidos respectivos.</p>
--	--	---



		<p>Los equipos elaboran diferentes mensajes creativos, en distintos soportes, para exponer a la comunidad la problemática que eligieron y, a su vez, para presentar alternativas o propuestas encaminadas a la prevención o a la disminución. El profesorado orienta el proceso de producción.</p> <p>Cada equipo difunde los mensajes elaborados en los soportes correspondientes y bajo el esquema de trabajo diseñado por el profesorado.</p> <p><b>Cierre</b></p> <p>En plenaria, los equipos presentan sus proyectos y cada equipo comparte sus experiencias al difundir los mensajes de la campaña, explicando la metodología utilizada, los soportes empleados y el impacto que estimaban para su proyecto comunicativo a partir de las siguientes preguntas guía:</p> <p>¿Qué mensajes tuvieron más respuestas entre la comunidad? ¿Por qué? ¿De qué manera se compartieron y retroalimentaron dichos mensajes? ¿La comunidad consideró viables nuestras propuestas? ¿Por qué?</p> <p>El alumnado concluye y reflexiona acerca de la diversidad de mensajes alternativos creados, a partir de la experiencia propia y la de los otros equipos. Se realizan las observaciones pertinentes para mejorar los trabajos presentados.</p>
--	--	---

## Evaluación

### Diagnóstica

- Se recomienda al profesorado explorar conocimientos previos y experiencias de las y los alumnos, con relación a temáticas asociadas con: La realidad mediática en la etapa industrial y postindustrial; el ser humano y su relación con la inteligencia artificial; la comunicación masiva, la comunicación mediatizada y la comunicación digital.

### Formativa

- El estudiantado elabora tablas comparativas y reportes analíticos-reflexivos, diseña redes sociodigitales, investiga en diferentes fuentes de información y exposición ante la clase para comprender de la realidad mediática en la sociedad actual, identificar los procesos de la comunicación masiva, digital y transmedia; reconocer los conceptos y categorías de la convergencia digital y su impacto en la opinión pública, comprender los cambios socio culturales a partir del uso de la Inteligencia Artificial.
- Elaborar un proyecto transmedia para la producción de mensajes masivos o contenidos digitales alternativos en sus fases de selección del medio, investigación del tema, planeación y diseño.
- Participar en las distintas actividades individuales, en equipos colaborativos y en plenaria, que le permitan comprender la realidad mediática, los procesos de la convergencia y narrativas digitales.
- Reconocer su capacidad para diseñar y socializar mensajes o contenidos digitales alternativos utilizando las redes sociodigitales y las plataformas digitales.

### Sumativa

- Cumplir con las distintas actividades individuales, en equipos colaborativos y en plenaria.
- Entregar oportunamente las tablas comparativas, reportes analíticos-reflexivos, diseño de redes sociodigitales, y proyecto de investigación.
- Reflexionar sobre el desempeño individual en el salón de clases.

## Referencias

### Para el alumnado Básica

- Ávila, R. (2018). Del Bit a las redes sociales. Seleccionario de voces de las tecnologías de la información y la comunicación. El Colegio de México.
  - Aparici M., R. y García M., D. (2017). *¡Sonríe, te están puntuando! Narrativa digital interactiva en la era de Black Mirror*. Gedisa.
  - Castells, M. (2012). La comunicación en la era digital. En *Comunicación y poder*. (M. Hernández, Trad.). Alianza.
  - Cancho G., N. E. y García T., M. A. (2017). Planificación de proyectos audiovisuales. Altaria.
  - Garfias F., J. A. y Galicia M. E. (Coords.). (2022). Industrias creativas. Imaginarios, ideologías y valores en animación y videojuegos. UNAM.
  - Han, B. (2022). Infocracia. La digitalización y la crisis de la democracia. Taurus.
  - Octubre, S. (2019). *¿Quién teme a las culturas juveniles?: Las culturas juveniles en la era digital*. Océano Travesía.
  - Santamaría, P. (2018). Posverdad, Fake News y la reconexión de los medios. En *Yo digital. La realidad de las realidades*. Katedra.
  - Scolari, C. A. (2022). *La guerra de las plataformas. Del papiro al metaverso*. Anagrama.
- 
- 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 el profesorado Complementaria

- Castells, M. (2020). *La era de la información*. La Sociedad red. (10.ª ed.). Siglo XXI.
- Chibás O., F. y Novomisky, S. (Eds.) (2022). Navegando en la Infodemia con AMI. Alfabetización Mediática Informativa. UNESCO
- Figueiras T., L. (2022). Comunicación, política y comunicación política. UNAM.
- Gutiérrez M., I. M. (2019). Comunidades virtuales y redes sociodigitales. Flores.

- Hidalgo T., J. A. (2018). Medios y mediación en la cultura digital. Tiran humanidades.
  - Huesca, E., Juárez, J. y Cicero, P. (2022). Los retos de convivir con la inteligencia artificial. Penguin Random House Grupo Editorial.
  - López B., J. C., López B., R. C. y Castañeda N., A. Y. (Coords.).(2022). Teoría de la comunicación: Análisis de los conceptos de comunicación y sus procesos desde las distintas teorías. Página Seis.
  - Ilades, E. (2018). *Fake news*. La nueva realidad. Grijalbo.
  - Lugo R., N. (2022). De las narrativas transmedia al diseño de aprendizaje transmedia. Universidad Iberoamericana León.
  - McQuail, D. (2010). Introducción a la teoría de la comunicación de masas. (5.ª ed.). Paidós.
  - Martín-Barbero, J. y Martín B., M. B. (1998). De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía. Convenio Andrés Bello.
  - Martínez, F. (Dir.). (2021). Comunicación, *Fake News* y posverdad. Mediaciones. Revista académica de comunicación del CCH. Núm.3. Enero- junio 2021. CCH. UNAM.
  - Sánchez M., J. A. y Martínez N., D. A. (2019). Viralidad. Política y estética de las imágenes digitales. Gedisa.
  - Orozco, G. (Coord.). (2018). TVMorfosis 7. Innovación de informativos en el entorno digital. Tintable.
  - Pariser, E. (2017). El filtro burbuja. Taurus.
  - Scolari, C. A. (2014). Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital. Anuario AC/E de cultura digital, 2014, p.p. 71-81.
  - Rodríguez, O. , Andrade, M. y Melo, S. Coords. (2022). Las TIC en su dimensión comunicativa y cultural. Universidad Autónoma de la Ciudad de México- Universidad Iberoamericana.
  - Thompson, J. B. (2010). Los media y la modernidad. Paidós.
  - Vilches, L. Coord. (2013). Convergencia y transmedialidad. Gedisa.
- 
- 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 “La 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.
  - Covi, D. (2006). *Educación en la era de las redes sociales*. México: UNAM. Covi, 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 post-modernidad. 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](http://www.etcetera.com.mx/articulo/Cronicas-de-Facebook/3840)>
- 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: Anhelos.
- 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=VMGRCU4kLjI>>
- 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

## Unidad 2. Análisis de los mensajes mediáticos y digitales

### Presentación

Esta unidad tiene como propósito esencial que el alumnado, **en primera instancia**, analice los contenidos ideológicos, sociales, culturales y políticos de los **mensajes mediáticos**, para que adquiera una postura crítica ante los medios tradicionales y el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Se pretende que también identifique los mensajes de los medios de comunicación y **los contenidos digitales** considerando sus propósitos y tipos de lenguaje; a su vez, que analice e interprete discursos mediáticos de actualidad como construcciones simbólicas intencionadas en mensajes informativos, propagandísticos, publicitarios y de entretenimiento. En particular, que considere a los mensajes **educativos** y culturales como una alternativa que promueve el conocimiento crítico, reflexivo y miradas alternas a nuestra realidad.

Frente a la preeminencia de la utilización de Internet en la actualidad, el alumnado debe analizar la construcción de las formas de auto-presentarse en las redes sociodigitales donde interactúa, a partir de la reflexión crítica de mensajes, **contenidos digitales**, imágenes, fotografías e iconos compartidos.

Una vez analizados los mensajes de los medios de comunicación masiva **tradicionales y aquellos contenidos que tienen soportes digitales**, el alumnado estará en posibilidades de difundir y socializar el análisis de mensajes por medio de los diferentes entornos, aplicaciones, redes sociodigitales y plataformas virtuales de Internet. Se pretende promover las habilidades necesarias para que comprenda e interprete críticamente los mensajes que ve, lee y escucha, lo que le permitirá construirse como perceptor crítico y propositivo.

<p><b>Propósito:</b></p> <p>Analizará los <b>mensajes mediáticos y digitales</b> a partir de sus elementos y procesos, para valorar críticamente sus contenidos culturales, ideológicos, sociales y políticos</p>	<p><b>Tiempo:</b> <b>22 Horas</b></p>
---	---

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>1. Caracteriza los tipos de mensajes en la <b>comunicación mediática y digital</b> a partir de sus propósitos y lenguajes para describir los usos ideológicos, políticos y socioculturales.</p>	<p>Tipología de los mensajes por su propósito y lenguaje <b>en los medios digitales y de convergencia digital.</b></p>	<p><b>Inicio</b></p>

	<p>Los mensajes en los medios tradicionales como aparato ideológico.</p> <p>Características de los mensajes en las redes sociodigitales y la cultura de la influencia.</p> <p>Usos de los Mensajes en plataformas digitales como aparato ideológico y sociocultural.</p> <p><b>Tipología de los mensajes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Por su propósito: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Informativo.</li> <li>- Publicitario.</li> <li>- Propagandístico.</li> <li>- Entretenimiento.</li> <li>- Cultural y educativo.</li> </ul> </li> <li>• Por su lenguaje: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Verbales.</li> <li>- Icónicos.</li> <li>- Icónico-verbales.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Características de los mensajes en las redes sociales:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Interactividad.</li> <li>• Simultaneidad.</li> <li>• Conectividad.</li> <li>• Multimedia</li> <li>• Diversidad de propósitos.</li> <li>• Colaboración.</li> <li>• Realidad aumentada.</li> <li>• Gamigrafía.</li> </ul>	<p>El alumnado consultará un video sobre el anime y los aspectos culturales</p> <p>Identificará los aspectos culturales y los personajes del anime que se presentan en el video.</p> <p>El alumnado contestará la pregunta: ¿Qué importancia tienen los valores de un país para representarlos desde la óptica de un personaje del anime?</p> <p><b>Desarrollo</b></p> <p>El alumnado reflexionará sobre la influencia cultural e ideológica en el uso de los personajes en un país.</p> <p>El alumnado leerá el texto sobre la relación de valores y los personajes de entretenimiento.</p> <p>El alumnado identificará aspectos desarrollados en México.</p> <p>El alumnado presentará sus respuestas en la grabación de un Podcast de 1 minuto de duración.</p> <p>El alumnado presenta el Podcast en plenaria.</p> <p><b>Cierre</b></p> <p>El alumnado reflexiona sobre los resultados de los trabajos del grupo.</p> <p>El profesorado realiza una síntesis con los planteamientos expuestos en clase.</p>
--	--	---



<p>2. Analiza los contenidos mediáticos y digitales a partir de diferentes métodos en comunicación, para valorar los usos y significados sociales que se transmiten.</p>	<p>El mensaje como discurso.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ideas núcleo (referentes).</li> <li>• Estructura discursiva.</li> <li>• Ideología.</li> <li>• Tipos, prototipos o estereotipos de los personajes.</li> </ul> <p>Niveles de significación en los mensajes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Denotación.</li> <li>• Connotación.</li> <li>• Intencionalidad.</li> </ul> <p>Análisis de contenidos digitales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Retórica de texto e imagen.</li> <li>• Retórica de audio e imagen.</li> </ul> <p>Retóricas en audio, imagen y texto.</p>	<p><b>Inicio</b></p> <p>El profesorado explica ejemplos visuales o escritos para determinar las diferencias entre denotación, connotación e intencionalidad (anuncios publicitarios, propagandísticos, frases cotidianas, etcétera).</p> <p><b>Desarrollo</b></p> <p>El profesorado explica las diferencias entre denotación y connotación, destacando la importancia de cada uno en la comunicación y su influencia en la interpretación e intencionalidad del mensaje.</p> <p>El alumnado se divide en equipos; el profesorado proporciona a cada equipo una serie de mensajes (pueden ser anuncios de YouTube, titulares de periódicos, fotografías, carteles, etcétera) y solicita que identifiquen cuál es la denotación y connotación de cada uno de ellos.</p> <p><b>Cierre</b></p> <p>En plenaria, un estudiante de cada equipo participa para compartir respuestas.</p> <p>El profesorado promueve una discusión sobre los resultados para ayudar a los jóvenes a comprender cómo la connotación puede variar según el contexto cultural, social o individual, y cómo la intencionalidad del emisor puede influir también.</p>
<p>3. Analiza las narrativas mediáticas y digitales a través de su composición y elementos, para comprender la intencionalidad de su consumo cultural.</p>	<p>Análisis del discurso narrativo en redes sociodigitales.</p>	<p><b>Inicio</b></p> <p>El alumnado identifica una fecha conmemorativa por ejemplo <i>Día de muertos</i>,</p>

	<p><b>Condiciones sociales de producción y recepción en los discursos narrativos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Universos simbólicos.</li> <li>• Temas y lenguajes.</li> <li>• Narrativas hegemónicas globales.</li> </ul> <p><b>Consumo cultural.</b></p> <p><b>Elementos para el análisis de imágenes fijas:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipos.</li> <li>• Características.</li> <li>• Composición: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Elementos.</li> <li>- Principios.</li> </ul> </li> <li>• Retórica de la imagen.</li> </ul> <p><b>Elementos para el análisis del discurso audiovisual:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomas.</li> <li>• Movimiento de cámara.</li> <li>• Audio.</li> <li>• Voz.</li> <li>• Iluminación.</li> <li>• Personajes: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Acciones.</li> </ul> </li> <li>Ambientes.</li> </ul>	<p><i>Día de la independencia, Día del amor y la amistad, etcétera.</i></p> <p>Selecciona una publicación en alguna red sociodigital como <i>Instagram</i> o <i>Tik Tok</i> y compara los siguientes puntos con una publicación del sitio oficial de un plantel o de la UNAM en general.</p> <p>Utilizará dos cuadros.</p> <p>Registra la información en un primer cuadro comparativo sobre “La descripción de elementos audiovisuales” que contenga los siguientes indicadores: el Nombre de la red sociodigital; Contenido con imagen fija; Contenido con video; Contenido con voz; Contenido con música. Contiene gráficos o símbolos. Las categorías por revisar serán: <i>Instagram, TikTok</i> y <i>CCH Oficial</i>.</p> <p>Registra la información en un segundo cuadro sobre “Comparación del Contenido” que contenga los siguientes indicadores: “Nombre de Red sociodigital: Duración, Lenguaje formal, Mensaje exclusivo para una comunidad, Número de reproducciones y/o visitas, Número de liker y/o compartido. Las categorías por revisar serán: <i>instagram, TikTok, CCH Oficial</i>.”</p> <p><b>Desarrollo</b></p> <p>En plenaria analiza las características y diferencias narrativas de los ejemplos presentados.</p> <p>En equipo registra la información de los 2 cuadros en una estampa digital o infografía.</p>
--	--	--

		<p><b>Cierre</b> El equipo comparte su infografía en un repositorio en Google-Drive y o Teams. Añade un comentario sobre el impacto de los mensajes mediáticos y digitales en nuestra cultura. El profesorado revisa los productos de aprendizaje.</p>
<p>Identifica las técnicas para la producción de mensajes masivos alternativos.</p> <p>NOTA: EL APRENDIZAJE SE INTEGRÓ A LA UNIDAD 3</p>	<p><b>Procesos de producción de mensajes:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medios impresos: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Redacción de textos de interés público (informativos y argumentativos u otros).</li> <li>- Diseño y formación.</li> </ul> </li> <li>• Medios audiovisuales: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Guion literario.</li> <li>- Guion técnico.</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>Fase de desarrollo de secuencia didáctica: Producción de mensajes masivos alternativos</b></p> <p><b>Inicio</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 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.</li> <li>• Los alumnos seleccionan un medio de producción de mensajes para medios impresos o audiovisuales.</li> <li>• 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.</li> </ul> <p>Los alumnos comparten su escrito con el resto del grupo.</p> <p><b>Desarrollo</b></p>

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

## Evaluación

### Diagnóstica

- Se recomienda que el profesorado indague sobre los saberes y aprendizajes previos del estudiantado en relación con los mensajes y contenidos digitales que habitualmente recibe. Asimismo, se deben de revisar los conocimientos mínimos indispensables aprendidos en asignaturas básicas como Taller de Lectura, Redacción e Iniciación a la Investigación Documental I a IV, referentes a las figuras retóricas, lenguaje escrito, icónico e icónico-verbal. Para ello, se pueden utilizar diferentes estrategias, como la presentación de diferentes mensajes mediáticos, lluvia de ideas o herramientas de registro de datos, como cuestionarios, infografías o algún otro.

### Formativa

- Es recomendable identificar los conceptos referentes a las principales categorías que se abordan a lo largo de la unidad para conocer sus contenidos políticos, ideológicos y sociales. Para ello, se pueden elaborar mapas conceptuales, infografías o algunos otros tipos de organizadores. Esto permitirá relacionarlos con los mensajes mediáticos que se analizarán a lo largo de la unidad.
- Se recomienda considerar la disposición al diálogo, la observación crítica y propositiva para una mejor interpretación de los mensajes en medios, redes sociodigitales y entornos de Internet. Para ello, es fundamental analizar sus características y elementos discursivos. Esto permitirá plantear una propuesta alternativa a la ofrecida en los mensajes mediáticos.
- Interés por los mensajes alternativos en los entornos característicos de Internet, con usos educativos, sociales o culturales, a través de la consolidación de valores y derechos como la igualdad de género, el respeto a la sustentabilidad y la libertad, en los procesos de trabajo en el salón de clases, tanto individuales como en equipo.
- Reflexión crítica sobre el desempeño individual y grupal en tareas y actividades conjuntas, en el salón de clases.

### Sumativa

- Cumplimiento en las actividades individuales, en equipos y participación en plenarios con base en listas de cotejo, rúbricas y diferentes instrumentos que permitan evaluar el desempeño en las tareas.
- Entrega en tiempo y forma de mapas conceptuales u otros organizadores, así como de comentarios escritos y reportes de avances de investigación.
- Elaboración de guiones para la producción de mensajes mediáticos impresos, auditivos, visuales o audiovisuales, a partir de temas de importancia nodal como igualdad de género, ciudadanía y sustentabilidad.

## Referencias

### Para el alumnado Básica

- Arconada M., M.A. (2006). *Cómo trabajar con la publicidad en el aula. Competencia comunicativa y textos publicitarios*. Graó.
  - Acaso, M. (2020). *El lenguaje visual*. Paidós.
  - Aguilar S., E., Ángeles T., J., García H., C., Argüello M., M., Correa G., E., San Juan S., O. y Rueda S., J. (2019). *Taller de Comunicación I*. Colegio de Ciencias y Humanidades, UNAM.
  - Bauman, Z. (2017). *La globalización. Consecuencias humanas*. FCE.
  - Espino S., G. (2019). *El nuevo sistema de medios en el México del siglo XXI*. Fontamara y Universidad Autónoma de Querétaro.
  - Santa María, L. (coord.); Arias, M.; Caporal, G.; Juan, E.; Martínez, F.; Reyes, C.; Sánchez, R.; Santa María, L. y Segura, S. (2014). *Glosario de términos: Taller de Comunicación I-II*. UNAM. Colegio de Ciencias y Humanidades. Recuperado de: <https://cutt.ly/lw1M1t1g>
  - Silva, V. (2014). *Caos y catástrofe. Un debate sobre las teorías críticas entre América Latina y Europa*. Col. Comunicación. Gedisa.
  - Tusón, A. (2016). *Análisis de la conversación*. Paidós.
- 
- 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 el profesorado Complementaria

- Barthes, R. *et al.* (2016). *Análisis estructural del relato*. México: Ediciones Coyoacán.
- Bauman, Z. (2020). *Sobre la educación en un mundo líquido*. Paidós.
- Bech, J. (2020). *Ensayos de Hermenéutica. Perspectiva para una teoría de la interpretación*. México: UNAM.
- Beuchot, M. (2015). *El poder del icono*. Paidós.
- Cassany, D. (2012). *En línea. Leer y escribir en la red*. Anagrama.

- Colona., C.G. y Vergara, J. (2017). *Comunicación y cambio*. Fondo de Cultura Económica y PUCP.
  - Cuadrado A., A. (2017). *Narración audiovisual, elementos, procesos y estructuras en la ficción cinematográfica y televisiva*. Síntesis.
  - Freire, A. (2019). *La nueva narrativa transmedia de la generación Google Kids*. Edit. UOC.
  - French, L., Vega, A, y Padovani, A. (2019). *Género, medios y TIC. Nuevos enfoques de investigación, educación & capacitación*. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
  - Martínez, F. (Dir.) (2023). *Comunicación, convergencia y redes sociodigitales*. Mediaciones. Revista de comunicación del CCH. Núm.3. Enero-junio 2023. CCH. UNAM.
  - Muñoz, B. (2018). *Contenidos alternativos en Youtube: nuevos formatos, mismos significados*. Fontamara, Universidad Autónoma de Coahuila.
  - Navarro, M. (2015). *Gadamer. Los seres humanos se relacionan con el mundo a través del lenguaje*. RBA.
  - Rodríguez G., A. A. Coord. (2022). *Contenidos digitales: convergencia, conectividad, modelos y nuevas características*. UNAM
  - Urién, H. (2021). *El arte de contar bien una historia. 101 estrategias de storytelling*. Alienta.
  - Sánchez, J. y Martínez, D. (2019). *Viralidad. Política y estética de las imágenes digitales*. Gedisa y Universidad Autónoma Metropolitana.
  - Scolari, C. (2015). *Ecología de los medios. Entornos, evoluciones e interpretaciones*. Gedisa.
  - ----- (2018). *Las leyes de la interfaz. Diseño, Ecología, Evolución, Tecnología*. Gedisa.
  - Tascón, M. (2012). *Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales*. Galaxia Gutenberg. Fundéu BBVA.
- 
- 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

- Casero-Ripollés A (2019). Un cambio de paradigma. Democracia y nuevos medios digitales. TELOS. Movistar. España. Recuperado de: <https://telos.fundaciontelefonica.com>
- DGCCH. (2018). Catálogo de Recursos Multimedia de aprendizaje del Portal Académico del CCH. 2018. Portal Académico del CCH. Departamento de Medios Digitales. <https://portalacademico.cch.unam.mx/themes/pacch/docs/catalogo-recursos-2018.pdf>
- DGCCH. (2023). Orientaciones y recomendaciones institucionales para elaborar materiales didácticos en línea. Portal Académico del CCH. <https://portalacademico.cch.unam.mx/lineamientos>
- DGTIC-UNAM. (2023). Modelo para evaluar el nivel de visibilidad web de los sitios de la UNAM. Dirección General de Cómputo y de Tecnologías de Información y Comunicación. <https://www.visibilidadweb.unam.mx/modelo-de-madurez>
- DGTIC-UNAM. (2023). Creatividad visual orientada a contenidos digitales. <https://www.red-tic.unam.mx/content/creatividad-visual-orientada-contenidos-digitales>
- Manzanarez, A. y Galache C. (2019). Creatividad visual orientada a contenidos digitales. DGTIC-UNAM. [https://www.visibilidadweb.unam.mx/capacitacion/capacitacion/TallerCreatividadVisual\\_presentacion.pdf](https://www.visibilidadweb.unam.mx/capacitacion/capacitacion/TallerCreatividadVisual_presentacion.pdf)
- Martínez, M. E. y Zamora, L. (2020). Rúbrica para evaluar aspectos de TIC, didácticos, disciplinarios y de apropiación tecnológica en una secuencia didáctica. PAPIME PE310119 DGAPA-UNAM. <https://educatic.unam.mx/publicaciones/>
- Martínez, M. E. y Zamora, L. (2022). *E-Book* de secuencias didácticas implementadas en el CCH. Proyecto PAPIME. UNAM. <https://educatic.unam.mx/publicaciones/papimecch/index.html>
- Kriscautzky L., M., Martínez F., N. P., Ortega R., C. R., Ramírez B., A. M., Rodríguez A., G. (2021). Guía digital para el uso de TIC y TAC por área de conocimiento. DGTIC, UNAM. <https://educatic.unam.mx/publicaciones/guia-digital-tac.html>
- Kriscautzky, M., Martínez, E., Ramírez, A., Martínez, P., Zamora, L., Cabrera, I., Muñiz, A., García, S., Páez, A., Avila, M. (2016). Matriz de habilidades digitales. Coordinación de tecnologías para la educación-h@bitat puma. DGTIC-UNAM. <https://educatic.unam.mx/publicaciones/matriz-habilidades-digitales.html>



- 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](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](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*. Ikerketa Sozialen Zerbitzua. Servicio de Investigación Social. Recuperado el 8 de febrero de 2013, de <<http://www.fundacionede.org/ca/archivos/investigacionsocial/17-Analisis-anuncios-televisivos-prevención-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>>

## Unidad 3. Diseño de mensajes y contenidos digitales.

### Presentación

El alumnado del siglo XXI está ampliamente familiarizado con el consumo de productos mediáticos y digitales, éstos le han acompañado en la socialización, el juego y en la comunicación de la vida diaria, para nada le son ajenas las nuevas narrativas filmicas, la edición, los montajes y la producción comunicativa.

Este bagaje le posibilitará aplicar los conocimientos, que hasta el momento ha adquirido, para el logro de la producción y difusión de mensajes creativos, propositivos y críticos. Habrá que hacer énfasis en el elemento técnico, que le permitirá la escritura de distintos tipos de guiones, así como los procesos de preproducción, producción y postproducción de un trabajo a la medida de sus posibilidades.

A diferencia de otras actividades, en esta última unidad será necesario la valoración que se tenga del trabajo colaborativo, debido a que la producción y difusión requieren del compromiso, el esfuerzo y el consenso de acuerdos de un equipo propositivo y participativo.

El profesorado, quien también se ha formado disciplinar, pedagógica y didácticamente en estos aspectos, acompañará al alumnado en el desarrollo de su producción y difusión, buscando la socialización de los productos en espacios académicos, foros y eventos que fomenten la elaboración de productos mediáticos y digitales.

<p><b>Propósito:</b></p> <p>Diseñará mensajes mediáticos y digitales, a partir de sus elementos y procesos para desarrollar sus habilidades digitales.</p>	<p><b>Tiempo:</b> 20 Horas</p>
--	------------------------------------

Aprendizaje	Temática	Estrategia sugeridas
<p>1. Produce un proyecto mediático utilizando un canal propio como prosumidor para desarrollar alternativas comunicativas.</p>	<p>Procesos de producción de mensajes para medios impresos o audiovisuales:</p>	<p><b>Inicio</b> A partir de la planeación del proyecto para la producción de mensajes mediáticos y digitales,</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Redacción de textos de interés público (informativos, argumentativos u otros)</li> <li>• Diseño y formación.</li> <li>• Guión literario y Guión técnico.</li> </ul> <p>Producción y post producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medios impresos o medios audiovisuales.</li> <li>• Medios digitales.</li> </ul>	<p>realizado en el cuarto aprendizaje de la Unidad 1, el alumnado identifica las etapas de preproducción, producción y postproducción de un producto mediático. Reconoce la diferencia entre un guión literario y uno técnico.</p> <p><b>Desarrollo</b></p> <p>El alumnado revisa las fuentes sobre la producción de un cortometraje. Selecciona el formato (video, audio, impreso) donde puede generar su producto mediático. Escribe un guión literario en donde desarrolla el tema seleccionado anteriormente. A partir del guión literario redacta un guion técnico en donde considera los aspectos operativos para su grabación. En equipo colaborativo desarrolla la grabación de un cortometraje de entre 3 y 5 minutos de duración. Se debe considerar los “llamados”, tanto para quienes participarán en los cargos técnicos (cámara, sonido, iluminación, montaje, etcétera) y los actorales (en el caso de que así se requiera).</p> <p><b>Cierre</b></p> <p>Una vez obtenido las diferentes grabaciones del cortometraje, se procede a la postproducción del producto. El alumnado selecciona un programa informático de edición de video (Movavi, Filmora, Vegas Pro, Final cut, Premiere Pro, etcétera).</p>
--	--	--

		<p>Procede a editar su cortometraje agregando música, efectos de sonido o voz.  Agrega créditos del producto.  Termina con un producto mediático ya editado.</p>
<p>2. Desarrolla una estrategia de propagabilidad en diferentes medios, a partir de sus posibilidades para alcanzar a sus públicos meta.</p>	<p>Selección de públicos meta y comunidades digitales.</p> <p>Selección de plataformas y/o redes sociodigitales acordes al público meta.</p> <p>Diseño de estrategias para la propagabilidad de productos comunicativos.</p>	<p><b>Inicio</b></p> <p>En plenaria, los equipos recurren a las respuestas obtenidas en el aprendizaje 4, de la unidad 1: ¿Qué mensajes tuvieron más respuestas entre la comunidad? ¿Por qué? ¿De qué manera se compartieron y retroalimentaron dichos mensajes? ¿La comunidad consideró viables nuestras propuestas? ¿Por qué?</p> <p><b>Desarrollo</b></p> <p>El alumnado realiza una estrategia de propagabilidad del(os) producto(s) comunicativo(s) a través de una tabla en excel, donde explique: Título del proyecto; tipo de proyecto; persona responsable de difusión; objetivo del proyecto; público objetivo; fecha de lanzamiento; medios de comunicación, plataformas o redes en las que se propagará; comunidades en las que se promocionará; uso de metadatos; medidas de éxito y resultados. Se sugiere que la temática de la estrategia sea sobre la igualdad de género, sustentabilidad, construcción de ciudadanía, entre otros.</p> <p>El alumnado propaga sus productos comunicativos en los medios, plataformas y redes sociodigitales indicadas en la estrategia de propagabilidad.</p> <p><b>Cierre</b></p>

		<p>En plenaria, el alumnado presenta sus resultados ante sus compañeros.</p> <p>!</p>
<p>3. Evalúa la producción mediática a través de los resultados de su estrategia de propagabilidad para la conformación de comunidades digitales.</p>	<p>La evaluación de la producción mediática.</p> <p><b>Difusión de mensajes e interacción con los públicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medios: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Escolares.</li> <li>- Vía Internet.</li> </ul> </li> </ul>	<p><b>Inicio</b></p> <p>El alumnado presentará aspectos de su proyecto digital.</p> <p>Revisará las preguntas guía de la Unidad 1: ¿Qué mensajes tuvieron más respuestas entre la comunidad? ¿Por qué? ¿De qué manera se compartieron y retroalimentaron dichos mensajes? ¿La comunidad consideró viables nuestras propuestas? ¿Por qué?</p> <p><b>Desarrollo:</b></p> <p>En equipo de 3-5 integrantes identificarán los siguientes aspectos de su proyecto sobre las problemáticas existentes en la comunidad en materia de equidad de género, ciudadanía y/o sustentabilidad: La fragmentación de la audiencia y el <i>target</i> deseado. El diseño del universo de ficción. Identificar la estrategia narrativa y la distribución de contenidos por plataformas. Las plataformas en que se compartieron las historias y los lenguajes específicos de cada una.</p> <p>El profesorado revisará en plenaria los aspectos mencionados.</p> <p>En equipo de 3-5 integrantes identificarán la estructura de su proyecto al enunciar los tres elementos fundamentales de la narrativa transmemoria: historia, participación e inmersión.</p>

		<p>El profesorado revisará en plenaria los aspectos mencionados.</p> <p><b>Cierre</b></p> <p>El alumnado contestará la siguiente pregunta ¿De qué forma se obtuvo la conformación de una comunidad digital con su proyecto presentado?</p> <p>El profesorado revisará la pregunta y realizará las conclusiones respectivas.</p>
--	--	---

## Evaluación

### Diagnóstica

- Se recomienda que el profesorado retome los aprendizajes y temáticas previas, particularmente los relacionados con el contexto de la **convergencia digital** así como los propósitos y el lenguaje de los mensajes. Asimismo, se debe solicitar al alumnado recuperar su proyecto para la elaboración de mensajes, revisado en la Unidad 1.

### Formativa

- Valorar y reconocer los procesos de preproducción (a través de guiones literarios y técnicos), producción y postproducción de productos mediáticos y digitales; así como de los aspectos técnicos y conceptuales requeridos. Por otro lado, se debe identificar el proceso de difusión para la socialización de sus mensajes con la comunidad del CCH a través de sinopsis, reseñas y campañas de difusión.

### Sumativa

- Cumplir con las actividades individuales, en equipo y en plenaria.
- Entregar los mensajes oportunamente para su **propagabilidad** a través del medio y/o plataforma digital más pertinente para cada uno.
- Participar de forma individual y en equipo en la presentación de su mensaje en los foros y eventos para la difusión.

## Referencias

### Para el alumnado

#### Básica

- Adelman, K. (2019). *Cómo se hace un cortometraje*. Colección: Libros de Cine. Ediciones Rialp, S.A.
- De Barnier, V. y Joannis, H. (2019). *Marketing y creación publicitaria, redes sociales, celulares, tv, radio, impresos*. Trillas.
- Marín, C. (2017). *El informativo de Televisión. Producción, guión y edición de audiovisuales*. Gedisa.
- Marín, F. (2011). *Cómo escribir el guión de un cortometraje. Guía para crear tu propio corto*. Alba.
- Ryan, D. (2019). *Guía para entender las redes sociales*. Trillas.
- 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 el profesorado

#### Complementaria

- Aguaded, J. I., & Guzmán, D. (s. f.). *Competencia mediática y educación: Una alianza necesaria*. Centro de comunicación y pedagogía. <http://www.centrocp.com/competencia-mediatica-educacion-alianza-necesaria/>
- Bordas, J., y Arras, A. (2018). *Perspectivas de los estudiantes mexicanos sobre competencias en TIC, definidas por género*. *Revista Latina de Comunicación Social*, (73), 462-477. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2018-1265>.
- Comunica RSE. (2014). *Qué puede y debe hacer la comunicación por la sustentabilidad. Ideas para el debate y recomendaciones para la toma de decisiones*. Informe ComunicaRSE 2014. Recuperado de: <https://cutt.ly/qw11sUod>.
- De Barnier, V. y Joannis, H. (2019). *Marketing y creación publicitaria, redes sociales, celulares, tv, radio, impresos*. Trillas.
- García-Ruiz, R., Gozávez, V. y Aguaded, J.I. (2014). *La competencia mediática como reto para la educomunicación: instrumentos de evaluación*. *Cuadernos.info*, 35, 15-27.

- Ferres, J. y Piscitelli, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. En Revista Comunicar no.38. España. <https://www.revistacomunicar.com/index.php?contenido=detalles&numero=38&articulo=38-2012-10>
  - Jenkins, H. Ford, Sam. Green, J. (2013). Cultura Transmedia. Gedisa.
  - Martínez, F. (Dir). (2023). Comunicación, convergencia y redes sociodigitales. Mediaciones. Revista de comunicación del CCH. Núm.3.Enero-junio 2023. CCH. UNAM.
  - Ryan, D. (2019). Guía para entender el marketing digital. Estrategias para persuadir a las nuevas generaciones. Trillas.
- 
- Adell, J. (1995). Educación en la Internet en *Revista Universitas Tarraco- nensis*, serie IV, Vol. Extraordinario XX Semana Pedagógica, 207-2014.
  - 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 para el alumnado

- Arias, M.E. [Seminario Comunicacion NyV]. (2022, 24 de julio). Pre producción y producción de revista. [Video] YouTube. <https://youtu.be/tF6yzv-l6nU?si=q8Pwfa2pbTYe8gmd>
- -----, [Seminario Comunicacion NyV]. (2022, 5 de julio). Producción de entrevista en medios impresos o digitales. [Video] YouTube. <https://youtu.be/pmfcLu9i-SE?si=vrsArw4iiwniro6S>
- Rosales, F. [Seminario Comunicacion NyV]. (2022, 7 de julio). Procesos de producción de mensajes. [Video] YouTube. [https://youtu.be/O7Io7L9G0o8?si=5z9O\\_7xLnTK4ZnpW](https://youtu.be/O7Io7L9G0o8?si=5z9O_7xLnTK4ZnpW)
- Vidal, J. [Seminario Comunicacion NyV]. (2022, 8 de febrero). Producción de medios impresos. [Video] YouTube. <https://youtu.be/Joucr-3Sk64?si=cf3X6dMbbInJsMxN>



- 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/win-dows-moviemaker-14083028>>
- UNAM. (2010) Tutorial Cómo generar un blog. Recuperado el 18 de noviembre de 2012, de <[http://www.historiap9.unam.mx/DOCUMENTOS/TICS%20620/Como\\_generar\\_cibergrafia](http://www.historiap9.unam.mx/DOCUMENTOS/TICS%20620/Como_generar_cibergrafia)>



Para la elaboración de este Programa se agradece la participación de: Edmundo Gabino Aguilar Sánchez, Norma Irene Aguilar Hernández, Carlos Alonso Alcántara, María Elena Arias Aguilar, Gloria Caporal Campos, Eduardo Collins Osorio, Elvira Xaraní Corra Gatica, Raúl Díaz Cruz, Enrique Pimentel Bautista y Cinthia Reyes Jiménez.