



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL COLEGIO DE CIENCIAS Y HUMANIDADES

PROGRAMAS DE ESTUDIO 2024

ÁREA DE TALLERES DE LENGUAJE Y COMUNICACIÓN

TALLER DE COMUNICACIÓN I-II

Primera edición: julio de 2024.

D.R. © UNAM 2024 Universidad Nacional Autónoma de México,
Ciudad Universitaria. Alcaldía Coyoacán, C.P. 04510, CDMX.

Esta edición y sus características son propiedad de la UNAM.
Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio, sin
la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.
Impreso y hecho en México - *Printed in Mexico*.

ÍNDICE

PRESENTACIÓN DE LA MATERIA	7
Relaciones con el Área y otras asignaturas	9
Enfoque disciplinario	10
Enfoque didáctico	12
Evaluación	14
Contribución de la materia al Perfil del Egresado	15
Concreción en la materia de los principios del Modelo Educativo del Colegio: <i>aprender a aprender, aprender a hacer, aprender a ser</i>	17
Panorama general de las unidades	18

TALLER DE COMUNICACIÓN I

Presentación de la asignatura de Taller de Comunicación I	21
Unidad 1. Comunicación y lenguaje	23
Presentación de la unidad	23
Carta descriptiva	24
Evaluación	28
Referencias	29

Unidad 2. El proceso de la comunicación	31
Presentación de la unidad	31
Carta descriptiva	32
Evaluación	35
Referencias	36
Unidad 3. La comunicación grupal en los procesos sociales	37
Presentación de la unidad	37
Carta descriptiva	38
Evaluación	41
Referencias	42

TALLER DE COMUNICACIÓN II

Presentación de la asignatura de Taller de Comunicación II	47
Unidad 1. Comunicación mediática y digital en la sociedad contemporánea	49
Presentación de la unidad	49
Carta descriptiva	50
Evaluación	54
Referencias	55
Unidad 2. Análisis de los mensajes mediáticos y digitales	57
Presentación de la unidad	57
Carta descriptiva	58
Evaluación	61
Referencias	62

Unidad 3. Diseño de mensajes y contenidos digitales	65
Presentación de la unidad	65
Carta descriptiva	66
Evaluación	69
Referencias	70

PRESENTACIÓN DE LA MATERIA

La comunicación es un campo de conocimiento fundamental para la comprensión de la vida social. Su objeto de estudio son los procesos de construcción de sentido que se realizan a través del lenguaje, por lo tanto, desde una perspectiva fenomenológica y humanística aborda la forma en que se construye la realidad y se establecen los procesos de socialización y sociabilidad. La comunicación es la práctica esencial en la interacción humana y es la acción social que permite la construcción de acuerdos y la difusión del conocimiento. A través del desarrollo del lenguaje se construyó la cultura y la sociedad.

La comunicación se compone de un conjunto de saberes interdisciplinarios en permanente actualización en concordancia con los cambios sociales y tecnológicos de nuestra época. Su desarrollo también es producto de la búsqueda de respuestas a fenómenos sociales, movimientos juveniles y a la diversidad de expresiones culturales. Su aprendizaje es indispensable en todos los niveles educativos, principalmente en el bachillerato.

El Taller de Comunicación se ubica en el Área de Talleres de Lenguaje y Comunicación. Es una asignatura optativa para quinto y sexto semestres del Plan de Estudios del Colegio de Ciencias y Humanidades (CCH). El estudio de la materia se vincula y complementa a los Talleres de Lectura, Redacción e Iniciación a la Investigación Documental (TLRIID I a IV) y con las cuatro habilidades comunicativas: saber escuchar, saber hablar, saber escribir y saber leer, que se imparten en los primeros 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 y en la integración de actividades en sus distintas variantes como: trabajo colaborativo, alfabetización multimodal, impulso a los productos derivados de la noción de laboratorio de medios -como espacio didáctico de creación- y 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 respeto, solidaridad y compañerismo para lograr objetivos comunes, tal como lo establecen los principios del CCH: *aprender a aprender, aprender a hacer, aprender a ser* y aprender a convivir; este último se concibe en el Modelo Educativo como el desarrollo de la disposición en el trabajo en equipo, la tolerancia en la diversidad, el respeto por los entornos sociales y ambientales 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 el espacio digital. En el

campo de la comunicación se ha establecido una importante serie de ajustes de acuerdo con los procesos socio-históricos derivados de la convergencia digital. Los estudios en la comunicación digital se están replanteando de forma continua, por lo que es importante la integración de los procesos de producción de los mensajes y el análisis de sus contenidos en los programas de la materia.

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 relación 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, analítica y propositiva 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. En el Taller podrá diseñar y experimentar con la realización de mensajes y contenidos digitales que se vinculen con la igualdad de género, la ciudadanía y/o la sustentabilidad, entre otros aspectos. 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 diversas 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, pues permite que desarrolle prácticas comunicativas de manera asertiva, comprensiva y ética humanística en sus distintos entornos de convivencia personal, familiar, académica y profesional. Representa un eje en la vida del alumnado, independientemente del área de formación profesional que seleccionen.

Los propósitos generales de la materia se ubican de la siguiente forma:

- El alumnado será capaz de comprender la importancia de la comunicación como un proceso socio-cultural para fortalecer su identidad a través del uso del lenguaje, el diálogo, la reflexión y la ética humanística. De esta manera el alumnado se asumirá como un sujeto autónomo, responsable y crítico de su espacio personal y social para mejorar sus habilidades comunicativas y formas de expresión.
- El alumnado será capaz de comprender los procesos de comunicación mediatizados como espacios para la producción, el uso del lenguaje y la construcción de narrativas para valorar críticamente los mensajes mediáticos y digitales. De este modo, podrá desarrollar una producción de acuerdo a un proyecto determinado.

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 del Taller de Comunicación. La comunicación es la práctica social total que constituye al ser humano, por tanto, tiene relación con todas las áreas del 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 del 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 lectura hipertextual y la transalfabetización del estudiantado para que sean capaces de leer críticamente los distintos productos comunicativos que reciben, producen y distribuyen.

Las asignaturas de TLRIID I a IV se vinculan explícitamente, pues tratan del lenguaje, fomentan las habilidades mencionadas: leer, escribir, hablar, escuchar e investigar; aprender de modo discursivo de la narración, descripción y argumentación; además tienen referentes de estudio al texto literario, periodístico, de divulgación científica y publicitario, entre otros.

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, de los símbolos y de 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 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 y formas 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, la verosimilitud, el 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 y la comunicación mediática 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 define la complejidad de la naturaleza humana y la condición social, su estudio muestra la transversalidad teórica y metodológica, necesarias para el análisis de los fenómenos comunicativos. La comunicación involucra múltiples aspectos que permiten su estudio científico: 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 y 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, el alumnado como actor social reflexiona, analiza y observa 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, el alumnado comprenderá 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, el alumnado se podrá concebir como sujeto autónomo, ético y responsable; 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 el alumnado interpreta, resemantiza, crea y recrea sentidos; establece consensos a partir de ciertas pautas de negociación para la resolución de conflictos, vive en lo cotidiano y se apropia de los valores de la cultura; es consciente de su propio actuar; tiene 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 TLRIID I a IV, asignaturas del tronco común que la anteceden. Además, pone énfasis en la alfabetización multimodal crítica del alumnado y del profesorado para desarrollar competencias y habilidades digitales acorde a las necesidades de comunicación personal.

Se concibe al alumnado como un actor social que analiza y comprende los distintos procesos de la ecología de los medios de comunicación masiva 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 el alumnado desarrolle el pensamiento crítico de la red e integre de manera reflexiva y ética los procesos de la esfera socio-tecno-comunicacional. Desde una lectura crítica 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), -incluso- *marker* (hacedor tecnológico). Por ello, resulta importante

impulsar los procesos del 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, los espacios de realidad virtual, 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 del alumando en el Colegio.

Enfoque didáctico

El enfoque didáctico del Taller de Comunicación I y II considera tres aspectos fundamentales:

- a. Desde la perspectiva pedagógica, es esencial alinearse con los principios del Modelo Educativo del Colegio, los cuales promueven el desarrollo integral del alumnado. Esto implica que la materia debe enfocarse en el fomento de los principios básicos de *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 y de priorizar la formación del alumnado mediante el análisis y la reflexión de su propia práctica relacionada con problemas auténticos en contextos reales. Aprender a hacer requiere de procesos de investigación, reflexión sobre la acción, de 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 y valores.

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 apuntan a la formación integral de los individuos, no sólo para adquirir conocimientos, sino también desarrollando habilidades y valores que plantean aspectos como la igualdad de género, el cuidado y preservación del medio ambiente y la no violencia, la construcción de ciudadanía, entre otras; todas ellas conjuntadas en habilidades y 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 objetivos reales o simulados.

La planificación de la materia debe ser coherente y secuencial, lo que garantiza que el alumnado adquiera una comprensión profunda y progresiva de los contenidos; así como con la aplicación de los aprendizajes significativos en una modalidad de taller – y en algunos casos de laboratorio de medios- que propicie la integración de lo teórico con lo práctico para fortalecer el aprender haciendo y con el propósito de convertir al alumnado en el protagonista de su aprendizaje, al participar activamente en el desarrollo de prácticas de comunicación.

En este proceso se promueven los fundamentos conceptuales en el diseño y planificación de las actividades a desarrollar, lo que permite afianzar y facilitar una mejor comprensión de los fenómenos generados y de las reacciones humanas mediadas por las tecnologías digitales. Por ello, cobra vital importancia el modelo, el enfoque y el producto comunicativo sugerido por el profesorado.

- 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 del alumnado. Promover en las estrategias la participación y la reflexión sobre el 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 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 alumnado. Se proponen las tres dimensiones de evaluación:

Evaluación diagnóstica

La realización de un diagnóstico permitirá evaluar habilidades básicas en comunicación, comprensión lectora, escritura, y expresión oral. Cuestionarios de autoevaluación, para permitir que el alumnado 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 del alumnado en habilidades comunicativas, conocer sus expectativas, intereses y necesidades individuales, 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, así como 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 alumnado, 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 la materia al Perfil del Egresado

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

Conocimientos

- La dimensión humanística y social de la comunicación.
- Estudio disciplinario, multidisciplinario e interdisciplinario 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 para proyectar su influencia y promover sus demandas.
- Los discursos mediáticos como construcciones simbólicas intencionadas en los mensajes en plataformas digitales y medios masivos de comunicación.
- Socializar el análisis de mensajes a través de las diferentes aplicaciones, redes sociales y plataformas virtuales presentes en internet.
- 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.
- Desarrollo de habilidades lingüísticas y comunicativas.
- 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 el alumnado.

Valores

- Respeto a las reglas del grupo e 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 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 el alumnado se comunique 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 Modelo Educativo del Colegio: *aprender a aprender, aprender a hacer, aprender a ser*

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 el alumnado analice 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. El alumnado deberá reflexionar acerca de los procesos de aprendizaje que realizan en el aula con el propósito de que desarrolle habilidades y las utilice 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 perceptores y 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.

La materia suma a la reflexión del alumnado acerca de su actitud ante la realidad comunicativa que le 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 ciudadano, que sean conscientes acerca de su identidad como jóvenes, que desarrolle actitudes críticas y éticas que sumen a la construcción de una sociedad democrática y justa.

Panorama general de las unidades

		Taller de Comunicación I Quinto semestre	Taller de Comunicación II Sexto semestre
Unidad 1		22 hrs.	22 hrs.
	Comunicación y lenguaje		Comunicación mediática y contenidos digitales en la sociedad contemporánea
Unidad 2		20 hrs.	22 hrs.
	El proceso de la comunicación		Análisis de los contenidos mediáticos y digitales
Unidad 3		22 hrs.	20 hrs.
	La comunicación grupal en los procesos sociales		Diseño de mensajes y contenidos digitales
Total		64 hrs.	64 hrs.

The background features a light gray gradient with several overlapping geometric shapes. A large white circle is centered behind the text. To its right, a gray triangle points downwards. Above the white circle, a smaller gray circle is positioned. In the bottom-left corner, there is a complex pattern of overlapping squares, some containing smaller circles, and horizontal lines. The overall aesthetic is clean and modern.

Taller de Comunicación I

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA DE TALLER DE COMUNICACIÓN I

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 alumnado 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.

Lo anterior se destaca 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 en 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. Para el trabajo en el aula se considera un tiempo de 22 horas.

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. El tiempo destinado para el trabajo en el aula se considera de 20 horas.

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. Para el trabajo en el aula se considera un tiempo de 22 horas.

Las actividades que realizará el alumnado pretenden fortalecer los procesos cognitivos —como el análisis, la síntesis, la deducción e inducción, entre otros—, así como el desarrollo de habilidades procedimentales y actitudinales. Se privilegia el trabajo en equipos colaborativos, la lectura reflexiva, la redacción del comentario analítico derivado de un proceso de investigación, la participación oral en plenarias, además de una integración grupal sostenida en principios y valores universitarios.

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

- Comprenda 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.
- Analice el proceso de la comunicación a través de la identificación de sus elementos para mejorar sus habilidades comunicativas.
- Comprenda la comunicación grupal en los contextos actuales, a través de la identificación de formas, estrategias y medios para fomentar su participación ética en los procesos sociales.

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

UNIDAD 1. COMUNICACIÓN Y LENGUAJE

Presentación de la unidad

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.

Sin restar importancia a las distintas formas de comunicación mediadas por aparatos tecnológicos, en esta primera unidad se revaloriza la comunicación humana de forma presencial. Es importante la interrelación con los otros, pero partimos de la relación con nosotros mismos para lograr el autoconocimiento.

El propósito es que, al finalizar la unidad, el alumnado sea capaz de comprender 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.

En primer lugar, el alumnado identificará la naturaleza disciplinaria y multidisciplinaria de la comunicación. Posteriormente, comprenderá su importancia como recurso para la integración social y explorará 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. Será de interés el estudio y la práctica del lenguaje verbal y no verbal en los distintos niveles y formas de comunicación.

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.

Carta descriptiva

Propósito	Tiempo
<p>Al finalizar la unidad, el alumnado:</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>	22 hrs.

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>1. El alumnado 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> <ul style="list-style-type: none"> • Disciplinario. • Multidisciplinario. • Interdisciplinario. 	<p>Inicio</p> <p>El alumnado, organizado en equipos, contestarán las siguientes preguntas detonadoras:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué disciplinas consideras que han dado aportes significativos a la materia de la comunicación? • ¿Cuáles serían esas aportaciones? <p>Desarrollo</p> <p>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>Cierre</p> <p>Cada equipo investigará ejemplos específicos que respalden las contribuciones identificadas en clase y leerán el texto indicado por el profesorado para contrastar los resultados.</p>

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>2. El alumnado reconoce a la comunicación como recurso necesario para la integración personal y social.</p>	<p>La comunicación como recurso para la integración personal y social:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autoconocimiento. • Intersubjetividad. • Otredad comunicativa. • Comunidad. 	<p>Inicio</p> <p>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 considere tener.</p> <p>Desarrollo</p> <p>El alumnado indagará en diferentes fuentes cibernéticas los conceptos de autoconocimiento, intersubjetividad, otredad comunicativa y comunidad. Posteriormente, comparará sus hallazgos con la lectura propuesta por el profesorado y elaborarán una tabla de conceptos y definiciones. A partir de los conceptos, el alumnado los relaciona con su autobiografía.</p> <p>Cierre</p> <p>En plenaria, el alumnado, guiado por el profesorado, comentará sobre los aspectos encontrados que han influido en su vida, discutirá 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. El alumnado 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"> • Intrapersonal. • Interpersonal. • Intra e intergrupala. • Inter-media. • Organizacional. • Masiva. • Mediática. 	<p>Inicio</p> <p>El alumnado leerá de manera individual el texto sobre niveles de comunicación, verá 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. El texto y la película serán sugeridas por el profesorado.</p> <p>Desarrollo</p> <p>Texto: Los equipos, antes formados por el profesorado, completarán un cuadro (1), en el que anotarán las características de cada nivel de comunicación, con sus respectivos ejemplos.</p> <p>Película: Los 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>Cierre</p> <p>En plenaria, el alumnado expondrá y analizará los problemas y trabajos, para finalmente presentar sus conclusiones.</p>

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>4. El alumnado explica el papel del lenguaje en el proceso de hominización.</p>	<p>El lenguaje en su dimensión histórico-social:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evolución y características del lenguaje humano. • El lenguaje en el proceso de hominización. <p>Lenguaje y pensamiento.</p> <p>Formas del lenguaje humano: oral, escrito e icónico.</p>	<p>Inicio</p> <p>El alumnado se organizará en equipos, contestará las siguientes preguntas detonadoras:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la diferencia entre el lenguaje humano y el animal? • ¿Cómo evolucionó el lenguaje humano? • ¿Qué diferencia hay entre el lenguaje escrito, el lenguaje oral y el lenguaje icónico? <p>En plenaria, los equipos compartirán sus respuestas. El profesorado orientará y complementará el análisis.</p> <p>Desarrollo</p> <p>El alumnado verá algún documental o película, sugerido por el profesorado, sobre la evolución del lenguaje humano. Observarán lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo se fue transformando el lenguaje humano? • ¿Qué importancia tuvo el lenguaje en la supervivencia del <i>Homo sapiens sapiens</i>? <p>Para complementar la información del documental, el alumnado realizará una breve investigación sobre la evolución del lenguaje humano. Durante la clase, el alumnado realizará, en parejas, una línea de tiempo sobre la evolución del lenguaje.</p> <p>Cierre</p> <p>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>

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>5. El alumnado analiza las distintas manifestaciones del lenguaje en las interacciones sociales.</p>	<p>Lenguaje no verbal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestualidad. • Paraenguaje. • Kinésica. • Proxémica. • Emblemas. <p>Expresiones de acuerdo con el registro contextual:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cultismos y frases populares. • Neologismos y sentido coloquial. • Barbarismos y pleonasmos. • Jerga, argot y caló. 	<p>Inicio</p> <p>El alumnado organizado en equipos, leerá un texto referente a expresiones del lenguaje en su contexto sociocultural.</p> <p>Desarrollo</p> <p>Investigará qué términos de jerga usa en la carrera que desea estudiar y llenará un cuadro de dos columnas con los términos más utilizados de argot y frases populares en sus interacciones sociales.</p> <p>Posteriormente, el profesorado le 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 mostrarán ante el grupo.</p> <p>Cierre</p> <p>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 del trabajo en equipo, de socializar conocimientos previos y fomentar la participación en plenaria que le ayude a comprender la importancia de los aportes de las diferentes ciencias. Para los demás aprendizajes se sugiere un monitoreo continuo mientras el alumnado lee y subraya el material de estudio para identificar si está comprendiendo los conceptos; la 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

Básicas

- 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*. Editorial 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.

Cibergrafía

- Corral, M. de J. (2017). *Sociedad amigable. Valor de la comunicación en tiempos de conflicto*. https://www.academia.edu/35163269/Sociedad_amigable
- (2014). “Comunidades compasivas impregnadas de digna rabia”. https://www.newsodn.org/recursos/arxiu/20140711_o628COMUNIDADES_COM-PASIVAS_Y_DIGNA_RABIA.pdf

Para el profesorado

Complementarias

- Aguilar Sánchez, E. (Coord.) (2020). *Entenderme a través de los otros. Taller de Comunicación I*. ENCCH/UNAM.
- Arias Aguilar, M.E. y Juan, E. E. (Coords.) (2019). *Taller de Comunicación I*. ENCCH/UNAM.
- Corral, M. de J. (2012). *Comunicación y vida. Taller de comunicación I*. Edere.
- Ekman, P. (2010). *Cómo detectar mentiras*. Paidós.
- Fernández Christlieb, F., Millán, M. y Rizo, M. (2013). *La comunicación humana en tiempos de lo digital*. UAM/Juan Pablo Editores.
- 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*. ENCCH-UNAM. Plantel Sur.
- Goutman, A. (2000). *Artesanías lingüísticas*. Siglo XXI.
- Moreno, H. y Alcántara, E. (Coords.). (2019). *Conceptos clave en los estudios de género. Vol.1. Centro de Investigaciones y Estudios de Género*. UNAM.
- Morin, 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*. [www.revistamegotium.org/ve10\(4\)2008;17-35](http://www.revistamegotium.org/ve10(4)2008;17-35) [R:2008-02 / A:2008-02]
- Wilmot, W. W., & Hocker, J. L. (2018). *Solución de conflictos*. McGraw-Hill Education.

Videografía

- Annaud, J.-J. (1981). *La guerra del fuego*. <https://youtu.be/VOaoloxTSrw>
- Crecimiento Positivo. (2015). *Kurt Lewin-Experimento sobre liderazgo*.: <https://youtu.be/67INELXohbU>
- 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). https://youtu.be/NdnAz_R3_Dk

UNIDAD 2. EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

Presentación de la unidad

El ser humano es un ser complejo e inacabado. Lo primero por su naturaleza biológica; su estructura psico-social 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 que 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 perceptores, conocimiento de los códigos para elaborar mensajes, características y funcionamiento del canal utilizado, barreras en el proceso de comunicación, entre otros. En síntesis, la comunicación es un proceso complejo donde inciden factores subjetivos y objetivos.

El propósito es que, al finalizar la unidad, el alumnado sea capaz de analizar el proceso de la comunicación a través de la identificación de sus elementos para mejorar sus habilidades comunicativas.

De igual forma, al finalizar la unidad, el alumnado comprenderá a la comunicación como proceso e identificará su importancia en la conformación de la sociedad y la cultura; explicará a la comunicación como un proceso a partir de la identificación de sus elementos y establecerá los factores que limitan o favorecen el proceso de comunicación para desarrollar habilidades que fortalezcan sus relaciones interpersonales.

De esta forma, el alumnado podrá desarrollar conocimientos, habilidades, actitudes y valores comunicativos que le permitan socializar y afirmarse como ser humano.

Carta descriptiva

Propósito	Tiempo
<p>Al finalizar la unidad, el alumnado:</p> <p>Analizará el proceso de la comunicación a través de la identificación de sus elementos para mejorar sus habilidades comunicativas.</p>	20 hrs.

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>1. El alumnado comprende la comunicación como proceso e identifica su importancia en la conformación de la sociedad y la cultura.</p>	<p>La comunicación como proceso social.</p> <p>Comunicación, información, sociabilidad y cultura.</p>	<p>Inicio</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. En equipos comparte sus hallazgos y elabora una sola definición.</p> <p>Desarrollo</p> <p>Organizado en equipos investigará los conceptos de sociabilidad y cultura para resolver las siguientes preguntas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo se puede describir la comunicación como un proceso? • ¿Cómo influye la cultura en los procesos de comunicación? • ¿Qué importancia tiene la sociabilidad en los procesos de comunicación? <p>Asesorado por el profesorado se organiza un debate para argumentar sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La importancia de la cultura en los procesos sociales. • La importancia de la sociabilidad en los procesos sociales. <p>Participa en el debate de acuerdo con las normas y estructura de éste.</p> <p>Cierre</p> <p>Se anotarán en el pizarrón las conclusiones del debate; para finalizar la estrategia el profesorado reforzará el tema con algunos ejemplos en el ámbito educativo.</p>

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>2. El alumnado explica la comunicación como un proceso a partir de la identificación de sus elementos.</p>	<p>Concepto y características del proceso de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Modelos lineales. • Modelos horizontales o circulares. <p>Elementos básicos del proceso de la comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emisor. • Perceptor. • Mensaje. • Códigos. • Canal (Medio). • Contexto. • Retroalimentación. • Barreras. 	<p>Inicio El grupo organizado en equipos investigará los modelos lineales, horizontales o circulares de la comunicación; en plenaria se expondrán los hallazgos.</p> <p>Desarrollo De forma individual el alumnado elaborará una tabla comparativa con los elementos de la comunicación de cada modelo expuesto. Con la guía del profesorado identificará y definirá los ecos del proceso de comunicación.</p> <p>Cierre 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>

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>3. El alumnado 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"> • Culturales, ideológicos y sociales. • Psicológicos y fisiológicos. • Semánticos. • Físicos. <p>Habilidades en el proceso de comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expresión clara, argumentada y efectiva. • Escucha activa y participativa • Trabajo en equipo. • Empatía. <p>Resolución de conflictos.</p>	<p>Inicio</p> <p>En plenaria el alumnado discute sobre las siguientes preguntas detonadoras:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Por qué a veces los seres humanos tenemos dificultades para comunicarnos? • ¿Por qué en otras ocasiones podemos comunicarnos correctamente? <p>El profesorado orientará al alumnado a identificar los factores que limitan o favorecen la comunicación.</p> <p>Desarrollo</p> <p>El profesorado proporciona una lectura referente al tema: Los factores que favorecen o limitan el proceso de comunicación. Con la información del texto, el alumnado elaborará una tabla con los factores que favorecen o limitan la comunicación. Identifica algunos ejemplos de factores que limitan la comunicación en la escuela. Organizado en equipos seleccionará una problemática y la presentará ante el grupo a través de un sociodrama. Con la guía del profesorado se identificará qué habilidades se necesitan para poder resolver las problemáticas expuestas en los sociodramas.</p> <p>Cierre</p> <p>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 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.

Formativa

Se sugiere evaluar al alumnado 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.

Sumativa

En la evaluación sumativa se sugiere realizar ejercicios individuales y grupales, donde el alumnado 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 del alumnado 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*. Ateneo.
- DeFleur, M., et al. (2005). *Fundamentos de comunicación humana*. Mc Graw Hill.
- Martínez, F. (2014). *Ciencias de la comunicación I*. Santillana Bachillerato.
- Paoli, A. (1985). *Comunicación e información. Perspectivas teóricas*. 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*. ENCCH-UNAM (Producto Infocab 2008-2009, Plantel Naucalpan).

Para el profesorado

Complementaria

- Amador, J. (2015). *Comunicación y cultura. Conceptos básicos para una Teoría antropológica de la comunicación*. UNAM.
- Aguilar, E., (Coord.) (2020). *Entenderme a través de los otros. Taller de Comunicación I*. ENCCH/UNAM.
- Arias Aguilar, M.E. y Juan, E. E. (Coords.) (2019). *Taller de Comunicación I*. ENCCH-UNAM Naucalpan, Vallejo.
- Bustamente, T, et.al. *Educación para la sustentabilidad*. Eon, Universidad Autónoma de Guerrero.
- Corral, M. de J. (2011). *Comunicación y vida I*. Edere.
- Cerrillos, J. S. (Coord.). (2009). *Taller de comunicación I. Paquete didáctico*. ENCCH-UNAM.
- Millán, M.A. (2015). *Hermenéutica de la paz y los conflictos*. E-Dae.
- Moreno, H. y Alcántara, E. (Coords.). (2019). *Conceptos clave en los estudios de género. Vol.2. Centro de Investigaciones y Estudios de Género*. UNAM.
- Ocampo, M. (2012). *Comunicación, semiótica y estética*. Trillas.
- Plaza, J. y Delgado, C. (Eds.) (2007). *Género y comunicación*. Fundamentos.
- Pérez, A. (2001) *Estrategias de Comunicación*. Ariel Comunicación.
- Santa María, L. (2010). *Taller de comunicación humana*. ENCCH Azcapotzalco-UNAM.
- Thompson, J. (2002). *Ideología y cultura moderna*. UNAM.
- Vidal, J. (2007). *Realidad. Revisión y análisis de la comunicación humana*. ENCCH-UNAM.

UNIDAD 3. LA COMUNICACIÓN GRUPAL EN LOS PROCESOS SOCIALES

Presentación de la unidad

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 propósito principal de esta unidad es que el alumnado comprenda la comunicación grupal en los contextos actuales, a través de la identificación de formas, estrategias y medios para fomentar su participación ética en los procesos sociales. 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 desarrollo de los procesos digitales 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 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 se desenvuelve.

Carta descriptiva

Propósito	Tiempo
<p>Al finalizar la unidad, el alumnado</p> <p>Comprenderá la comunicación grupal en los contextos actuales, a través de la identificación de formas, estrategias y medios para fomentar su participación ética en los procesos sociales.</p>	22 hrs.

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>1. El alumnado comprende la comunicación grupal, a partir de la conformación del grupo y del comportamiento de sus actores.</p>	<p>Concepto de grupo.</p> <p>Características de los grupos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identidad. • Cohesión. • Dinámicas de grupo. <p>Objetivos y comunicación grupal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes de comunicación, recursos y medios. <p>Prácticas de comunicación en los diferentes tipos de grupos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por su composición: primarios y secundarios. • Por sus objetivos y formas de organización: democráticos, autocráticos, <i>Laissez faire-Laissez passer</i> (caóticos). <p>Comportamiento de los actores de la comunicación grupal:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Roles. • Liderazgo. 	<p>Inicio</p> <p>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 profesorado anota las ideas principales en el pizarrón y orienta al alumnado a sacar conclusiones.</p> <p>Desarrollo</p> <p>El alumnado investiga el concepto de grupo y sus características; así como los tipos de grupos. Realiza un mapa conceptual con lo investigado.</p> <p>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>Después de cada representación, reflexiona sobre las redes de comunicación, recursos y medios utilizados en los distintos grupos.</p> <p>En el salón de clase, verá el vídeo sobre un experimento. Comenta el vídeo, se enfoca en cómo el comportamiento y la comunicación de un líder puede influir en el comportamiento de todos los integrantes del grupo. Llega a conclusiones.</p> <p>Cierre</p> <p>De forma individual, el alumnado escribirá un comentario sobre cómo debe ser la comunicación en un grupo y cómo debe ser el comportamiento de un líder para potencializar el desarrollo de cada integrante del grupo.</p>

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>2. El alumnado identifica el papel de la comunicación en grupos institucionales: organizaciones públicas, privadas y sociales.</p>	<p>La comunicación en grupos institucionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizaciones sociales. • Organizaciones públicas y privadas. <p>La comunicación en los grupos de ayuda mutua y autoayuda.</p>	<p>Inicio</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 alumnado del grupo hace una breve investigación sobre la comunicación organizacional. Analizará cómo se da la comunicación en su plantel, a partir de la lectura. Realiza un mapa mental.</p> <p>Desarrollo</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; quienes conduzcan la actividad debe llevarla a cabo promoviendo el respeto a cada miembro del grupo. Una vez concluida la actividad reflexionará sobre el papel de la comunicación para enfrentar problemas emocionales o sobre 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>Cierre</p> <p>En plenaria, reflexiona sobre la importancia de la comunicación en los grupos estudiados.</p>

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>3. El alumnado reconoce la comunicación grupal y las formas de organización en los movimientos sociales.</p>	<p>Concepto de movimientos sociales.</p> <p>Tipos de movimientos sociales y sus formas de organización.</p> <p>La comunicación en los movimientos sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Interpersonal, grupal y alternativa con el uso de internet. • La comunicación en grupos institucionales, ONG's y grupos de ayuda. 	<p>Inicio</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>Desarrollo</p> <p>El alumnado ubica en esos videos quiénes son los integrantes del movimiento y cuáles son sus demandas o reivindicaciones. 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 plasmados en pancartas, mantas, consignas, pintas. 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>Cierre</p> <p>Cada equipo diseñará las bases de la comunicación grupal de un movimiento social ficticio 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. Presentará 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 sociales, públicas y privadas; grupos de ayuda mutua y la comunicación en los 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 sociales, organizaciones públicas y privadas, así como en 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 plenarias 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 plenarias, mostrando responsabilidad y respeto. Entrega en tiempo y forma de reportes de investigación, mapas mentales y conceptuales, análisis y comentarios.

Referencias

Para el alumnado

Básicas

- Allier M, E. (2021). *68 el movimiento que triunfó en el futuro: historias, memorias y presente*. UNAM/Instituto de Investigaciones Sociales.
- Jiménez, C. (2017). *Revolución. 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*. Edere.
- Cerrillos, J. S. (coord.). (2009). *Taller de Comunicación I. Paquete didáctico*. UNAM-ENCCH.
- Santa María, L. (2010). *Taller de comunicación humana*. Santa María Ed. /ENCCH Azcapotzalco-UNAM.

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*. Edere.
- Cerrillos, J. S. (Coord.). (2009). *Taller de Comunicación I. Paquete didáctico*. UNAM-ENCCH.
- 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*. Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Loreto G. M. (1996). *La comunicación una experiencia de vida. Manual de trabajo en grupos*. Universidad Iberoamericana. Plaza y Valdés.
- Marí S., V. (editor). (2004). *La red es de todos. Cuando los movimientos sociales se apropian de la red*. 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*. Plaza y Valdés.

- Santa María, L. (2010). *Taller de comunicación humana*. 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

PRESENTACIÓN DE LA ASIGNATURA DE TALLER DE COMUNICACIÓN II

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 para que valore su interacción en la realidad mediática y digital en que está inmerso y pueda reconocerse 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 el alumnado comprenda y valore los procesos de comunicación mediatizados, además de los contenidos que ya maneja cotidianamente para que aplique 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, que se busca desarrollar el potencial creativo del alumnado 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 la realidad en que se desenvuelve. Para el trabajo en el aula se considera un tiempo de 22 horas.

- Analice los mensajes mediáticos y digitales, a partir de sus elementos y procesos para valorar críticamente sus contenidos sociales y culturales. El tiempo destinado para el trabajo en el aula se considera de 22 horas.
- Diseñe mensajes mediáticos y digitales, a partir de sus elementos y procesos, para desarrollar sus habilidades digitales. Para el trabajo en el aula se considera un tiempo de 20 horas.

Los contenidos del segundo semestre son: Unidad 1. Comunicación mediática y digital 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 de la unidad

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 masivos (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 del alumnado.

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, el alumnado elaborará un proyecto que promueva la cultura del trabajo en equipo con referentes a temáticas de género, ciudadanía o sustentabilidad, utilizando el canal propicio 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 el alumnado tenga 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; además de que construya una conciencia crítica vinculada al entorno social en el cual se desenvuelve actualmente.

Carta descriptiva

Propósito	Tiempo:
<p>Al finalizar la unidad, el alumnado:</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>	22 hrs.

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>1. El alumnado identifica las características y los elementos de la comunicación mediática a partir de las etapas industrial y postindustrial, para que reconozca las características de la sociedad y cultura actual.</p>	<p>La comunicación mediática en la etapa industrial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Impacto sociocultural de la comunicación masiva. <p>La comunicación mediática en la etapa postindustrial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La convergencia digital y los cambios socioculturales • Actor red y consumo digital. <p>El ser humano y su relación con la inteligencia artificial y la realidad virtual:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inteligencia artificial generativa en la producción de mensajes. • Cambios socio culturales a partir del uso de la Inteligencia Artificial. • Efectos y usos de los espacios virtuales. 	<p>Inicio</p> <p>El profesorado elige videos educativos y textos sobre las temáticas referentes a la realidad mediática para que el alumnado identifique las características de la comunicación masiva en la etapa industrial y postindustrial</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 post-industrial para presentarlo en plenaria.</p> <p>Desarrollo</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 para que el alumnado concentre citas textuales de artículos académicos en comunicación, según las temáticas y sub temáticas del aprendizaje 1.</p> <p>El alumnado en equipos selecciona información de la matriz y de la base de datos para elaborar una infografía en relación con la inteligencia artificial y la realidad virtual.</p> <p>El profesorado orienta el proceso de producción de las infografías.</p> <p>Cierre</p> <p>En plenaria, los equipos presenten sus infografías para reflexionar acerca de la realidad mediática en entornos digitales, la inteligencia artificial y los espacios virtuales.</p> <p>El profesorado coordina la actividad y comparte sus experiencias y conocimiento de las temáticas con su alumnado.</p>

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>2. El alumnado identifica el proceso de la comunicación mediática a partir de los elementos que las constituyen, para comprender el uso y la apropiación tecnológica.</p>	<p>Crítica a los procesos de comunicación mediáticos y mediatizados.</p> <p>Elementos de la comunicación mediática y digital:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El prosumidor: creador y usuario • Contenidos y narrativas multimedia, transmedia, hipermedia, inmersivas y participativas. • Internet como la plataforma de medios. • Plataformas virtuales como espacios de la comunicación. <p>Usos de la comunicación digital y los algoritmos.</p> <p>Marco de referencia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trabajo colaborativo del prosumidor en la sociedad red. • Usos de la comunicación transmedia en educación, cultura y entretenimiento. <p>Usos de los entornos digitales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inteligencia Artificial. • Espacios virtuales. 	<p>Inicio</p> <p>El profesorado explica el tema y sugiere al alumnado lecturas y dominios digitales sobre las características y usos de la Inteligencia Artificial.</p> <p>Desarrollo</p> <p>El alumnado realiza las lecturas sugeridas por el profesorado. El alumnado diseña una infografía interactiva para ejemplificar y socializar las posibles diferencias de la comunicación masiva y mediática.</p> <p>Cierre</p> <p>El alumnado presenta ante al grupo una infografía interactiva donde ejemplifican las diferencias entre comunicación masiva y mediática.</p>

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>3. El alumnado comprende el papel de la comunicación mediática y digital en la formación del proceso de opinión pública, para asumir una postura crítica ante los mensajes cotidianos.</p>	<p>El proceso de la opinión pública.</p> <p>Procesos de opinión en la construcción del discurso público:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La infocracia: régimen de la información. <p>Rasgos de la opinión pública en la etapa post-industrial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Filtro burbuja. • Comentarios, reacciones, discusiones y versiones en redes sociodigitales en la formación de la opinión pública. • Las noticias falsas: el poder de las redes en la opinión pública. • Proceso comunicativo de la posverdad. 	<p>Inicio</p> <p>El alumnado revisa un video sobre las <i>fake news</i>. El alumnado de manera individual contesta la siguiente pregunta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Por qué se presentan las falsas noticias en las redes sociodigitales? <p>El profesorado revisa las respuestas en plenaria.</p> <p>Desarrollo</p> <p>El alumnado escucha un <i>podcast</i> sobre el tema: Filtro burbuja. En equipo, el alumnado enlista las ideas claves del <i>podcast</i>. El alumnado -en equipo- desarrolla en papel el boceto de una infografía con la información relevante del <i>podcast</i>. El alumnado acude a la Sala de Cómputo para diseñar de manera digital una infografía interactiva. La infografía estará alojada en Google Drive con el permiso correspondiente de "Lector".</p> <p>Cierre</p> <p>El alumnado presenta la infografía interactiva al grupo. El alumnado comparte el enlace del documento en Google Drive al grupo. El profesorado revisa en plenaria los aspectos que contiene la infografía.</p>

Aprendizajes	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>4. El alumnado diseña un proyecto para la producción de mensajes mediáticos y digitales, utilizando un canal propio como prosumidor, para desarrollar alternativas comunicativas.</p>	<p>Proyecto de comunicación multimedia o transmedia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elección de recursos digitales: blogs, redes sociodigitales, videojuegos, cómics, <i>podcast</i>. • Selección de la temática • Investigación de la temática. • Planeación y diseño. 	<p>Inicio</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. 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>Desarrollo</p> <p>El profesorado asigna, a cada equipo de trabajo, un recurso o formato digital: video, cartel, <i>podcast</i>, 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.</p> <p>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>Cierre</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> <ul style="list-style-type: none"> • ¿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>El alumnado concluye y reflexiona acerca de la diversidad de mensajes alternativos creados, a partir de la experiencia propia y 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 del alumnado, 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 alumnado 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 y los espacios virtuales.

Elaborar un proyecto transmedia o multimedia 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 las 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

Básicas

- 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.
- Garay M.L. (2023). *Mujeres y saberes digitales. Las otras alfabetizaciones necesarias. Productora de Contenidos Culturales*. S. Repoll.
- 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.
- Octobre, 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.

Para el profesorado

Complementarias

- Agudo, M., Feijóo, C. y Martínez, I. (Coords.). (2015). *La comunicación móvil. Hacia un nuevo ecosistema digital*. Gedisa Editorial.
- 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*. Edit. 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, 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. ENCCH-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.

UNIDAD 2. ANÁLISIS DE LOS MENSAJES MEDIÁTICOS Y DIGITALES

Presentación de la unidad

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 masivos y el uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

En este sentido, se requiere que el alumnado: a) identifique los mensajes de los medios de comunicación y los contenidos digitales considerando sus propósitos y tipos de lenguaje. b) Analice e interprete discursos mediáticos de actualidad como construcciones simbólicas intencionadas en mensajes informativos, propagandísticos, publicitarios y de entretenimiento. c) Considere a los mensajes culturales como una alternativa que promueve el conocimiento crítico, reflexivo y miradas alternas a nuestra realidad.

Los aprendizajes y las temáticas que se sugieren abordan los diferentes aspectos del análisis de mensajes mediáticos y digitales como: elementos para el análisis de mensajes mediáticos y digitales, así como la valoración crítica de los contenidos culturales, ideológicos, sociales y políticos

Es así como una vez analizados los mensajes de los medios de comunicación masiva y aquellos contenidos que tienen soportes digitales, el alumnado tendrá posibilidad de hacer y socializar el análisis de mensajes a través de los diferentes entornos, aplicaciones, redes sociodigitales y plataformas virtuales, de tal forma que promueva las habilidades necesarias para comprender e interpretar los mensajes que ve, lee y escucha, para construirse como perceptor crítico y propositivo.

Por otro lado, el alumnado integrará en su proyecto de la unidad anterior lo aprendido durante esta segunda unidad, aplicando el análisis crítico de los contenidos ideológicos, sociales, culturales y políticos de los mensajes mediáticos. Este proceso incluirá la identificación y evaluación de los propósitos y tipos de lenguaje en los medios masivos y digitales. De este modo, el alumnado consolida sus habilidades para interpretar y difundir mensajes mediáticos de manera crítica y propositiva, enriqueciendo sus proyectos con una comprensión más profunda y matizada de los procesos comunicativos actuales.

Las estrategias didácticas de esta unidad se centran en el análisis y la crítica de los mensajes mediáticos, empleando una metodología de taller que fomenta un entorno de aprendizaje interactivo y colaborativo. Este enfoque permitirá al alumnado vincular la teoría y la práctica mediante el estudio y la creación de contenidos mediáticos, desarrollando así una comprensión crítica de los discursos mediáticos en su contexto sociocultural. A través de actividades participativas y reflexivas, el alumnado fortalecerá su capacidad para interpretar y

cuestionar los mensajes que consumen, promoviendo una conciencia crítica y una postura proactiva en su interacción con los medios de comunicación.

Carta descriptiva

Propósito	Tiempo
<p>Al finalizar la unidad, el alumnado</p> <p>Analizará los mensajes mediáticos y digitales a partir de sus elementos y procesos, para valorar críticamente sus contenidos culturales, ideológicos, sociales y políticos.</p>	22 hrs.

Aprendizaje	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>1. El alumnado caracteriza los tipos de mensajes en la comunicación mediática y digital 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 en los medios digitales y de convergencia digital:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por su propósito (informativo, publicitario, propagandístico, entretenimiento, cultural y educativo). • Por su lenguaje (verbales, icónicos e icónicos – verbales). <p>Los mensajes en los medios masivos como influencia ideológica y sociocultural.</p> <p>Usos de los mensajes en plataformas digitales como influencia ideológica y sociocultural:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Usos de los mensajes en plataformas digitales como influencia ideológica y sociocultural. • Características de los mensajes en las redes sociodigitales y la cultura de la influencia. 	<p>Inicio</p> <p>El alumnado consultará un video sobre el <i>anime</i> y los aspectos culturales. Identifica los aspectos culturales y los personajes del <i>anime</i> que se presentan en el video.</p> <p>El alumnado contestará la pregunta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué importancia tienen los valores de un país para representarlos desde la óptica de un personaje del <i>anime</i>? <p>Desarrollo</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 <i>podcast</i> de un minuto de duración.</p> <p>El alumnado presenta el <i>podcast</i> en plenaria.</p> <p>Cierre</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>

Aprendizaje	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>2. El alumnado 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> <p>Niveles de significación en los mensajes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Denotación. • Connotación. • Intencionalidad. <p>Análisis de recursos retóricos en los mensajes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Retórica de la imagen. • Retórica de texto e imagen. • Retórica de audio e imagen. 	<p>Inicio</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>Desarrollo</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. 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>Cierre</p> <p>En plenaria, una representación de cada equipo participa para compartir respuestas. 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>

Aprendizaje	Temáticas	Estrategias sugeridas
<p>3. El alumnado analiza las narrativas mediáticas y digitales a través de su composición y elementos, para comprender su intencionalidad.</p>	<p>Análisis del discurso narrativo en redes sociodigitales.</p> <p>Condiciones sociales de producción y recepción en los discursos narrativos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Universos simbólicos. • Narrativas hegemónicas y subalternas. 	<p>Inicio</p> <p>El alumnado identifica una fecha conmemorativa, por ejemplo, Día de Muertos, día de la Independencia, Día del Amor y la Amistad, etcétera. Selecciona una publicación en alguna red sociodigital como Instagram o Tik Tok 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: Instragram, Tik Tok y CCH Oficial.</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 <i>likes</i> y/o compartido. Las categorías por revisar serán: Instragram, Tik Tok, CCH Oficial.</p> <p>Desarrollo</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>Cierre</p> <p>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>

Evaluación

Diagnóstica

Se recomienda que el profesorado indague sobre los saberes y aprendizajes previos del alumnado en relación con los mensajes y contenidos digitales que habitualmente recibe o consume. 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. 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 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 plenarias con base en listas de cotejo, rúbricas y diferentes instrumentos que permitan evaluar el desempeño en las tareas y ejercicios.

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

Básicas

- 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*. ENCCH-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 / Universidad Autónoma de Querétaro.
- Martínez, F. (Dir.) (2023). "Comunicación, convergencia y redes sociodigitales". *Mediaciones. Revista de comunicación del CCH*. Núm.3. Enero-junio 2023. ENCCH-UNAM.
- 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*. ENCCH-UNAM, <https://cutt.ly/lw1M1t1g>
- Tusón, A. (2016). *Análisis de la conversación*. Paidós.

Para el profesorado

Complementarias

- Balmaceda, T., De Paoli, M. y Marengo, J. (2022). *Cultura de la influencia*. Marea
- Barthes, R. (2016). *Análisis estructural del relato*. 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*. 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.
- 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 / 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.
- Silva, V. (2014). *Caos y catástrofe. Un debate sobre las teorías críticas entre América Latina y Europa*. Col. Comunicación. Gedisa.
- Tascón, M. (2012). *Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales*. Galaxia Gutenberg/ Fundéu BBVA.

Cibergrafía

- Casero-Ripollés A (2019). Un cambio de paradigma. Democracia y nuevos medios digitales. TELOS. Movistar. <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

- 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., Muñoz, 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>

UNIDAD 3. DISEÑO DE MENSAJES Y CONTENIDOS DIGITALES

Presentación de la unidad

En esta unidad el alumnado aplicará sus conocimientos en la producción y difusión de mensajes mediáticos y digitales, comprendiendo la importancia de los elementos técnicos y colaborativos en estos procesos. En un contexto donde la digitalización y la tecnología juegan un papel crucial, se busca que desarrollen habilidades prácticas y creativas que les permitan participar activamente en la creación de contenidos audiovisuales.

En este sentido, se requiere que el alumnado: a) Desarrolle habilidades técnicas para la escritura de guiones y los procesos de preproducción, producción y postproducción. b) Reconozca la importancia del trabajo colaborativo en la producción mediática, valorando el compromiso y el consenso dentro de un equipo. c) Socialice y difunda sus producciones en diversos espacios académicos y foros, fomentando una participación y crítica en el entorno mediático.

Los aprendizajes y temáticas que se sugieren en esta unidad abordan los diferentes aspectos de la producción audiovisual, incluyendo: narrativas filmicas, edición y montaje, el proceso técnico de creación audiovisual, trabajo colaborativo en la producción de medios y finalmente la difusión y socialización de contenidos mediáticos.

Por otro lado, el alumnado pondrá en práctica el proyecto que han elaborado a lo largo del semestre, el cual involucrará la producción y difusión de mensajes mediáticos, trabajando en equipo para desarrollar habilidades técnicas y creativas. Estos trabajos se enfocarán en temáticas relevantes y actuales, promoviendo la cultura del trabajo en equipo y el uso de herramientas digitales.

Se sugiere que las estrategias didácticas se desarrollen mediante una metodología propia de un laboratorio de medios, con base en la conformación de un espacio idóneo y de acuerdo a las condiciones grupales. Aquí el alumnado tendrá la experiencia de vincular teoría–realidad, teoría–práctica y teoría–técnica, y la posibilidad de estudiar los procesos de preproducción, producción y postproducción mediática con una aproximación participativa y propositiva en la que aporte a su contexto social, cultural y político actual.

Carta descriptiva

Propósito	Tiempo
<p>Al finalizar la unidad, el alumnado:</p> <p>Diseñará mensajes mediáticos y digitales, a partir de sus elementos y procesos, para desarrollar sus habilidades digitales.</p>	20 hrs.

Aprendizaje	Temática	Estrategias sugeridas
<p>1. El alumnado produce un proyecto mediático utilizando un canal propio como prosumidor para desarrollar alternativas comunicativas.</p>	<p>Etapas de pre-producción de mensajes para medios impresos o audiovisuales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redacción de textos de interés público (informativos, argumentativos u otros). • Diseño y formación. • Guión literario y Guión técnico. <p>Producción y post producción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Medios impresos o medios audiovisuales. • Medios digitales. 	<p>Inicio</p> <p>A partir de la planeación del proyecto para la producción de mensajes mediáticos y digitales, realizado en el cuarto aprendizaje de la Unidad 1, el alumnado identifica las etapas de preproducción, producción y postproducción de un producto mediático. Planifica un guión literario y un guión técnico.</p> <p>Desarrollo</p> <p>El alumnado revisa las fuentes para la elaboración de un producto mediático. Selecciona el formato más adecuado para su difusión. Escribe un guión literario en donde desarrolla el tema seleccionado anteriormente. A partir del guión literario redacta un guión técnico en donde considera los aspectos operativos para su grabación. En equipo colaborativo desarrolla la grabación de una ficción (un cortometraje o un tema a desarrollar como reportaje 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>Cierre</p> <p>Una vez realizada la grabación 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). Concluye con la edición del audio y video para su difusión.</p>

Aprendizaje	Temática	Estrategias sugeridas
<p>2. El alumnado desarrolla una estrategia de difusión en diferentes medios, a partir de sus posibilidades para alcanzar a sus públicos meta.</p>	<p>Diseño de estrategias para la difusión de productos comunicativos.</p> <p>Selección de públicos meta y comunidades digitales.</p> <p>Selección de plataformas y/o redes sociodigitales acordes al público meta.</p>	<p>Inicio</p> <p>En plenaria, los equipos recurren a las respuestas obtenidas en el aprendizaje 4, de la unidad 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿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>Desarrollo</p> <p>El alumnado realizará una estrategia de difusión con una rúbrica de valoración: que explique 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, entre otros aspectos. Se sugiere que la temática de la estrategia sea sobre la igualdad de género, sustentabilidad, construcción de ciudadanía, entre otros.</p> <p>El alumnado comparte sus productos comunicativos en los medios, plataformas y redes sociodigitales indicadas en la estrategia de difusión.</p> <p>Cierre</p> <p>En plenaria, el alumnado presenta sus productos y resultados ante el grupo.</p>

Aprendizaje	Temática	Estrategias sugeridas
<p>3. El alumnado evalúa la estrategia de difusión seleccionada a través de los resultados para comprender la importancia de las comunidades digitales.</p>	<p>La evaluación de la producción mediática.</p>	<p>Inicio El alumnado presentará aspectos de su proyecto digital. Revisará las preguntas guía de la Unidad 1:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿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>Desarrollo: 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. 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. El profesorado revisará en plenaria los aspectos mencionados. En equipo de 3-5 integrantes identificarán la estructura de su proyecto al enunciar los tres elementos fundamentales de la narrativa transmedia: historia, participación e inmersión. El profesorado revisará en plenaria los aspectos mencionados.</p> <p>Cierre El alumnado contestará la siguiente pregunta:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿De qué forma se obtuvo la conformación de una comunidad digital con su proyecto presentado? <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 difusión 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

Básicas

- Adelman, K. (2019). *Cómo se hace un cortometraje*. 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

Videografía

- Arias, M.E. [Seminario Comunicacion NyV]. (2022, 24 de julio). *Pre producción y producción de revista*.
<https://youtu.be/tF6yzv-l6nU?si=q8Pwfa2pbTYe8gmd>
- . [Seminario Comunicacion NyV]. (2022, 5 de julio). *Producción de entrevista en medios impresos o digitales*.
<https://youtu.be/pmfclugi-SE?si=vrsArw4iiwniro6S>
- Rosales, F. [Seminario Comunicacion NyV]. (2022, 7 de julio). *Procesos de producción de mensajes*. https://youtu.be/O7Io7L9Goo8?si=5z9O_7xLnTK4ZnpW
- Vidal, J. [Seminario Comunicacion NyV]. (2022, 8 de febrero). *Producción de medios impresos*. <https://youtu.be/Joucr-3Sk64?si=cf3X6dMbbInJsMxN>

Para el profesorado

Complementarias

- 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/>
- Alonso, C. (2019). *Narrativa transmedia: una experiencia de aprendizaje electrónico móvil (m-learning)*. En Evaluación de los Aprendizajes en el Bachillerato: un compendio de buenas prácticas. Consejo de Evaluación Educativa. Coordinación de Desarrollo Educativo e Innovación Curricular. UNAM.
- 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. <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., Gozálviz, V. y Aguaded, J.I. (2014). *La competencia mediática como reto para la educocomunicación: instrumentos de evaluación*. Cuadernos.info, 35, pp.15-27.
- Ferres, J. y Piscitelli, A. (2012). *La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores*. En Revista Comunicar no.38. <https://www.revistacomunicar.com/index.phpcontenido=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. ENCCH-UNAM.
- Ryan, D. (2019). *Guía para entender el marketing digital. Estrategias para persuadir a las nuevas generaciones*. Trillas.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Dr. Leonardo Lomelí Vanegas

RECTOR

Dra. Patricia Dolores Dávila Aranda

SECRETARIA GENERAL

Mtro. Hugo Alejandro Concha Cantú

ABOGADO GENERAL

Mtro. Tomás Humberto Rubio Pérez

SECRETARIO ADMINISTRATIVO

Dra. Diana Tamara Martínez Ruiz

SECRETARIA DE DESARROLLO INSTITUCIONAL

Lic. Raúl Arcenio Aguilar Tamayo

SECRETARIO DE PREVENCIÓN Y SEGURIDAD UNIVERSITARIA

Mtro. Néstor Martínez Cristo

DIRECTOR GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL



**ESCUELA NACIONAL
COLEGIO DE CIENCIAS Y HUMANIDADES**

Dr. Benjamín Barajas Sánchez
DIRECTOR GENERAL

Lic. Mayra Monsalvo Carmona
SECRETARIA GENERAL

Lic. Rocío Carrillo Camargo
SECRETARIA ADMINISTRATIVA

Lic. María Elena Juárez Sánchez
SECRETARIA ACADÉMICA

QBP. Taurino Marroquín Cristóbal
SECRETARIO DE SERVICIOS DE APOYO AL APRENDIZAJE

Mtra. Dulce María E. Santillán Reyes
SECRETARIA DE PLANEACIÓN

Mtro. José Alfredo Núñez Toledo
SECRETARIO ESTUDIANTIL

Mtra. Araceli Mejía Olguín
SECRETARIA DE PROGRAMAS INSTITUCIONALES

Lic. Héctor Baca Espinoza
SECRETARIO DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Ing. Armando Rodríguez Arguijo
SECRETARIO DE INFORMÁTICA

DIRECTORES DE PLANTELES

AZCAPOTZALCO

Mtra. Martha Patricia López Abundio

NAUCALPAN

Mtro. Keshava Quintanar Cano

VALLEJO

Lic. Maricela González Delgado

ORIENTE

Mtra. María Patricia García Pavón

SUR

QFB. Susana de los Ángeles Lira de Garay



**PROGRAMAS
DE ESTUDIO
2024**

Escuela Nacional Colegio de Ciencias y Humanidades.
Los Programas de Estudio del Área de Talleres de Lenguaje y Comunicación
se terminaron de imprimir en el mes de julio de 2024.



**PROGRAMAS
DE ESTUDIO
2024**

