



Universidad Nacional Autónoma de México  
Colegio de Ciencias y Humanidades  
Área de Talleres de Lenguaje y Comunicación

Programa de Estudio  
de Taller  
Comunicación I y II



# ÍNDICE

PRESENTACIÓN	3
TALLER DE COMUNICACIÓN I	8
UNIDAD I. LA COMUNICACIÓN HUMANA	9
UNIDAD II. EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN	14
UNIDAD III. LA COMUNICACIÓN GRUPAL EN LOS PROCESOS SOCIALES	19
TALLER DE COMUNICACIÓN II	24
PRESENTACIÓN	24
UNIDAD I. COMUNICACIÓN MASIVA Y SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA	33
UNIDAD II. ELEMENTOS PARA EL ANÁLISIS DE MENSAJES	38
UNIDAD III. MEDIOS Y CREATIVIDAD	43
COMISION DE REVISION Y AJUSTE DE LOS PROGRAMAS DE ESTUDIO DE TALLER DE COMUNICACIÓN I Y II	46

# TALLER DE COMUNICACIÓN I

Como consecuencia de la monotonía de su lenguaje, todos los fenómenos normalmente tradicionales, se vuelven mudos. Ya no oímos su voz, y el silencio nos rodea debajo de lo práctico o lo "funcional". Quedamos muertos, sin vida... el hombre hace sus descubrimientos en lo cotidiano. El entorno normalmente mudo, comienza a expresarse en un lenguaje cada vez más significativo. De este modo los signos "muertos" se convierten en símbolos. Lo muerto resucita.

**Wassily Kandinsky, 1923**

## PRESENTACIÓN

A nadie escapa la importancia de la comunicación en la vida cotidiana de todo ser humano. No hay individuo ni sociedad que puedan sostenerse como tales sin comunicación. El conocimiento de esta, de su estructura interna como proceso, de sus dificultades prácticas, del potencial biológico y humano de los comunicantes, etcétera, no es posible sin estudio y reflexión sobre la misma.

Por todo lo anterior, acertadamente el Colegio de Ciencias y Humanidades ha incluido la materia de comunicación en su plan de estudios, en un primer momento con el nombre de Ciencias de la Comunicación y, a partir de 1999, de Taller de Comunicación.

La inclusión de la materia en el bachillerato responde, en efecto, no a necesidades circunstanciales o coyunturales, sino a necesidades humanas y, por ello, permanentes, sobre todo tratándose de adolescentes en búsqueda de elementos válidos para construir su personalidad a partir de sus relaciones con los demás.

En el plan de estudios, los Talleres de Comunicación están ubicados, con carácter de asignaturas opcionales, en el quinto y sexto semestres. Esto constituye un factor favorable para su estudio. Quienes los seleccionan, en efecto, lo hacen, porque consideran

que les será de utilidad para el desarrollo de su personalidad, para su desempeño posterior en sus tareas profesionales y, eventualmente, para la carrera profesional que seleccionarán.

En la organización académica por áreas del Colegio de Ciencias y Humanidades, los Talleres de Comunicación están ubicados en el Área de Talleres de Lenguaje y Comunicación. Esto tiene, de entrada, dos implicaciones. Por un lado, el estudio de la materia se vincula directa e inmediatamente con los Talleres de Lectura y Redacción e Iniciación a la Investigación Documental de los primeros semestres, materias eminentemente humanísticas. Por otro lado, sin embargo, rebasan esos marcos y mantienen su vínculo con las ciencias sociales.

Por lo anterior, es necesario subrayar que cualquier reflexión sobre comunicación, en cualquier nivel educativo, se hace cargo de los procesos y fenómenos humanos y sociales en tanto objeto de estudio propio. Sin desatender su vinculación con el mundo de la ciencia experimental, es, sin embargo, el ámbito de lo sicosocial el que define, en buena medida, el perfil propio de la materia de Taller de Comunicación en el plan de estudios.

El cambio de nombre de la materia, de Ciencias de la Comunicación a Taller de Comunicación, no fue fortuito. En esa decisión influyeron múltiples factores, todos válidos en cuanto fundados en la experiencia de quienes la han impartido. Se trató fundamentalmente de poner los aprendizajes, contenidos y materiales didácticos en un nivel accesible a estudiantes de bachillerato y de que los procesos de enseñanza-aprendizaje de la comunicación tuvieran incidencia clara y directa en las prácticas comunicativas de quienes los estudiaran.

En esos momentos de cambio, se tuvo en mente la necesidad de seleccionar los contenidos temáticos adecuados a las necesidades e intereses de los alumnos y de hacerlos explícitos en los programas de la materia; no contenidos ambiciosos, sino significativos para la vida y para el desempeño de quienes se fueran apropiando de los conocimientos que iban recibiendo y construyendo en grupo en el aula.

Los contenidos del primer semestre del taller han estado referidos a los procesos de comunicación inmediata, directa y, en la mayoría de los casos, presencial. La comunicación *intra* e *interpersonal* e *intra* e *intergrupala*, caen en esos ámbitos. Los procesos de la llamada comunicación *masiva*, mediata, mediada e indirecta, con su cauda de innovaciones tecnológicas, constituyen el objeto de estudio del segundo semestre de la materia. En uno y otro caso los temas del *lenguaje*, en sus variantes más notorias, y de los *elementos básicos del proceso de la comunicación* ocupan un lugar relevante en la estructura de los programas.

Preocupación central, al elaborar este programa, resultado de la revisión y ajuste de 2003, ha sido preservar e impulsar la *cultura básica* del bachillerato: colocar el aprendizaje en el centro del proceso educativo. Desde ahí que se conciba al alumno como *sujeto* capacitado para:

- ✍ adquirir y construir sus propios conocimientos, a partir de la búsqueda por él mismo de la información requerida.
- ✍ llevar a la práctica los conocimientos adquiridos y contruidos por él mismo.
- ✍ ir creciendo como persona e ir valorando los contenidos de la cultura contemporánea.

De esa manera, los elementos que conforman la carta descriptiva, presentan una nueva distribución: aprendizajes, estrategias, temática y se precisa en ella con claridad cada uno de estos rubros. Esto ha demandado una selección cuidadosa de aquellos aprendizajes que quienes imparten la materia en el Colegio, han considerado más relevantes para los estudiantes de bachillerato.

Los aprendizajes de cada unidad del programa en lo general van de lo simple a lo complejo, están relacionados con las situaciones particulares y concretas del alumno, y buscan motivarlo, en su calidad de sujeto activo de su formación y a través del trabajo individual o de la interacción grupal y en equipo, a la búsqueda por él mismo de respuestas y soluciones de los problemas que se le presentan en su vida diaria.

En este sentido, se ha cuidado que los aprendizajes, al considerar al alumno como actor fundamental del proceso educativo, faciliten la aplicación de los principios del Colegio: *Aprender a aprender*, a partir de la puesta en práctica de una triple operación

simultánea de *aprender a conocer*, *aprender a hacer* y *aprender a ser*. El logro de estos objetivos involucra aspectos epistemológicos, como fijar la selección, organización, secuencia lógica y nivel de profundidad de los aprendizajes. No se trata, por consiguiente, de trivializar el conocimiento, sino de hacerlo accesible a bachilleres, pero sin mengua alguna de su carácter científico. Involucra también aspectos metodológicos en cuanto a la formulación explícita y puntual de las estrategias adecuadas, y el modo de instrumentarlas, con el fin de garantizar el logro de los aprendizajes propuestos en cada una de las unidades y temas de los programas.

## **PROPÓSITOS**

En el enfoque de la enseñanza de la comunicación en el Colegio de Ciencias y Humanidades, destaca el elemento humanístico y social, *aprender a aprender*, a partir del *aprender a conocer* y del *aprender a hacer*, para *aprender a ser* más humano. Y esto empieza con el rescate mismo del valor de lo cotidiano.

Es, en efecto, en la vida cotidiana donde el ser humano, en este caso el alumno, se muestra como un ser dotado de instintos, inteligencia, sentimientos, habilidades, necesidades y sueños. Es ahí donde expresa también la pluralidad de sus actividades: estudio, trabajo, deporte, ocio, amistad, etcétera. Es en la vida cotidiana donde atribuye, de manera cuasi-espontánea, y mediante pequeñas elecciones, determinada jerarquía a cada una de sus actividades. Es ahí, en fin, donde empieza a cobrar o no conciencia de su conocer, de su hacer y de su ser. En la vida cotidiana, arraiga y anida el secreto de las posibilidades de transformación del individuo y de la sociedad, y donde aquel tiene la oportunidad de convertirse o no en sujeto de su historia personal y de la historia común. Es esa la esfera, por tanto, a la que pretenden afectar los aprendizajes relevantes seleccionados en este Taller de Comunicación I.

La comprensión y valoración de la importancia de la comunicación como instrumento primordial de los procesos de socialización, así como de la relevancia del lenguaje, en sus diferentes tipos, y de las formas de comunicación, no verbal y verbal, en las relaciones humanas y del uso de todo ello en su vida cotidiana contribuirán, sin duda, a un mejor desempeño del alumno en los

ámbitos donde se mueve. Tal es el propósito de los aprendizajes contenidos en la primera unidad de este programa. En la segunda unidad, se detiene el proceso de comunicación, sólo por motivos de análisis teórico, con el fin de que el alumno conozca su estructura y funcionamiento, advierta la diferencia entre los procesos de comunicación e información, valore la importancia de los procesos de comunicación intra e interpersonal, los tipos de comunicación y los factores que pueden favorecerla o limitarla. Finalmente, en la tercera unidad y una vez que el alumno ha cobrado conciencia de su ser en y para la comunicación, se le abre un abanico de posibilidades para su desempeño comunicativo en los diferentes grupos que actúan en la sociedad a la que pertenece.

Así, se pretende que el alumno se reconozca como un ser social y, por consiguiente, tome conciencia de su ser *en* y *para* la comunicación. Se busca, por ello, que en el salón de clase pruebe su capacidad comunicativa en la práctica de esta, con la constante reflexión sobre sus relaciones diarias en los sectores sociales con los que interactúa.

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

Quienes asumen la tarea de reconocer su comportamiento diario, cuentan con grandes posibilidades para generar valiosos procesos comunicativos. Con esa actitud, ponderan el deseo genuino de mejorar sus relaciones con los demás y su entorno social. Y, al mismo tiempo, se integran a un inevitable proceso de aprendizaje permanente.

## **CONTENIDOS DEL PRIMER SEMESTRE**

**UNIDAD I.** La comunicación humana

**UNIDAD II.** El proceso de la comunicación

**UNIDAD III.** La comunicación grupal en los procesos sociales

# TALLER DE COMUNICACIÓN I

## UNIDAD I. LA COMUNICACIÓN HUMANA

### PRESENTACIÓN

En búsqueda consciente o inconsciente, pero siempre necesaria, de su identidad, el estudiante que cursa el Taller de Comunicación I encontrará en esta primera unidad elementos valiosos para la construcción de su yo mismo. A medida que en el curso vaya avanzando en sus estudios, podrá ir advirtiendo, sin embargo, que sus esfuerzos por constituirse en sujeto autónomo y, por ello, responsable de su vida se verán recompensados si empieza por concebirse a sí mismo:

- ✍ Como un ser en y para la comunicación (intrapersonal), pero también
- ✍ Como un ser en relación con el “otro” (interpersonal)

De ahí que, en esta primera unidad, el alumno empiece por ubicarse en sus concretas coordenadas espacio-temporales, en particular en lo referente a su ambiente académico. Concibiéndose y aceptándose como un ser de relaciones consigo mismo, empieza también a reconocer a los demás integrantes de su grupo y a interactuar con ellos. Se trata de iniciales interacciones comunicativas que irá enriqueciendo a lo largo del grupo, a partir de elementos tales como

- ✍ La gradual toma de conciencia de la importancia de la comunicación en la formación y desarrollo de las sociedades humanas;
- ✍ El conocimiento de las principales características del lenguaje, su importancia en el proceso de hominización y su trascendencia para la vida de las personas y de las sociedades;
- ✍ La exploración de situaciones personales y sociales en las que la comunicación interpersonal es un factor fundamental;
- ✍ El desarrollo de las habilidades para distinguir y usar diferentes formas de lenguajes, con sus respectivos códigos;
- ✍ La posibilidad de darse cuenta de que la comunicación no es algo ya dado, sino una potencialidad susceptible de desarrollo mediante el estudio y la práctica;



## UNIDAD I. LA COMUNICACIÓN HUMANA

### Propósitos:

- ✍ Valorará la comunicación como expresión de su ser social y ético, mediante el ejercicio de las diferentes formas de lenguaje, con el fin de ir desarrollando integralmente su propia personalidad.

**TIEMPO:** 22 horas

APRENDIZAJES	ESTRATEGIAS	TEMÁTICA
<p>El alumno:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>? Localiza los elementos básicos del programa de Taller de Comunicación, y los relaciona con el modelo educativo del Colegio.</li> <li>? Caracteriza el estudio de la comunicación como una disciplina humanística y social.</li> <li>? Observa los procesos de socialización y de relaciones humanas para com-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>? El profesor reflexionará con sus alumnos acerca del modelo educativo del Colegio, en relación con el Taller de Comunicación, y presentará la estructura general del programa, la forma de trabajo y de evaluación.</li> <li>? Los alumnos, a partir de sus conocimientos previos, elaborarán un mapa conceptual de las áreas académicas en que está organizado el plan de estudios del Colegio y redactarán un texto breve en el que describirán la relación de la comunicación humana con las distintas disciplinas.</li> <li>? Los alumnos leerán sus textos ante el grupo y el profesor moderará una reflexión colectiva para concluir acerca del tratamiento multidisciplinario de la comunicación.</li> <li>? Los alumnos, a partir de indicadores proporcionados por el profesor, observarán algunos hechos de comunicación en la familia, entre sus amigos, en los personajes públicos, en sí mismos y en la escuela.</li> </ul>	<p>La comunicación humana como objeto de estudio disciplinario y multidisciplinario.</p> <p>Visión general de la comunicación humana en sus diferentes niveles:</p>

<p>prender y valorar la importancia de la comunicación.</p> <p>? Reconoce el papel del lenguaje en la comunicación.</p> <p>? Comprende la relevancia de los lenguajes verbal y no verbal en la vida diaria.</p>	<p>? En equipos, los alumnos intercambiarán el resultado de sus observaciones y, en plenaria, realizarán una caracterización de los diferentes niveles de la comunicación y su importancia en los procesos de socialización observados.</p> <p>? Con base en la actividad anterior, el profesor expondrá una breve caracterización de los diferentes niveles de la comunicación y explicará su importancia en las relaciones humanas.</p> <p>? El profesor citará previamente a los alumnos en la biblioteca para que, en equipos, realicen una investigación sobre el lenguaje.</p> <p>? De acuerdo con los elementos investigados en la biblioteca, los alumnos analizarán la película <i>La guerra del fuego</i>, de Jean Jacques Annaud, y redactarán un comentario libre.</p> <p>? En plenaria, los alumnos leerán su comentario y reflexionarán sobre el valor del lenguaje verbal y no verbal en la comunicación.</p> <p>? Los alumnos leerán el texto solicitado por el profesor y entregarán un resumen del mismo.</p> <p>? Los alumnos, en equipo, diseñarán mensajes con propósitos definidos, empleando los lenguajes verbal y no verbal.</p> <p>? Mediante el uso de expresiones verbales y no verbales, los alumnos dramatizarán la emisión de mensajes comúnmente manejados en situaciones de la vida diaria.</p> <p>? El grupo valorará si se cumplieron los propósitos de los mensajes emitidos</p>	<p>? Intra e Interpersonal</p> <p>? Grupal</p> <p>? Masiva</p> <p>El lenguaje en el proceso de hominización:</p> <p>Lenguaje y significación</p> <p>Características de los lenguajes verbal y no verbal</p> <p>Lenguaje oral y escrito</p> <p>Lenguaje no verbal:</p> <p>? Gestualidad</p> <p>? Kinesis</p> <p>? Proxémica</p> <p>? Indumentaria</p> <p>? Imágenes</p> <p>? Silencio</p> <p>? Otras</p>
---	--	---

## EVALUACIÓN

- ✍ Participación en la dinámica de la integración grupal.
- ✍ Caracterización de los diferentes niveles de comunicación.
- ✍ Asistencia a biblioteca e investigación sobre el lenguaje.
- ✍ Asistencia a la proyección de la película y entrega de comentario sobre el lenguaje verbal y no verbal.
- ✍ Resumen del texto solicitado por el profesor.
- ✍ Participación en la dramatización.

## BIBLIOGRAFÍA

Braun, Eliecer, *El saber y los sentidos*, FCE, México, 2002.

Corbalis, Michael C., “El origen gestual del lenguaje”, en *Mundo científico. La Recherche*, No. 224, Barcelona.

Corral Corral, Manuel de Jesús, *Comunicación y vida. Taller de Comunicación I*, Édere, México, 2002.

Dessalles, Jean-Louis, “El origen político del lenguaje”, en *Mundo científico. La Recherche*, No. 224, Barcelona.

Dunbar, Robin, “El lenguaje crea el vínculo social”, en *Mundo científico. La Recherche*, No. 224, Barcelona.

Guiraud, Pierre, *El lenguaje del cuerpo*, FCE (Breviarios 367), México, 1986.

Goutman, Ana A., *Lenguaje y comunicación*, Dirección General de Publicaciones-Fomento Editorial UNAM, México, 2000.

Huerta Gómez, Flora, “Importancia de la comunicación”, en Manuel de Jesús Corral Corral (Coord.), *Taller de comunicación I*, Colegio de Ciencias y Humanidades–UNAM, México, 1988.

Mora Medina, José de la, *Explicación y análisis. Taller de comunicación I*, CCH-UNAM, 1999.

Knapp, Mark L., *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*, Paidós Comunicación, Barcelona, 1995.

O’connor, Joseph y Ian MCDERMONT, *El lenguaje corporal*, Plaza & Janés, Barcelona, 1997.

Regalado Baeza, María Eugenia, *Introducción al estudio de la comunicación humana. Texto de apoyo para el Taller de Comunicación I*, CCH-UNAM, México, 2002.

Santa María Gallegos, Leticia, *Taller de comunicación humana*, Ediciones Fridaura, México, 2002.

Segura Nava, Silvia Edith y Filiberta Vargas Fernández, *Un taller de comunicación*, CCH-UNAM, México, 1993.

Vidal Blanco, Julio, *El Aleph*, (Edición de autor), México, 2003.

## **VIDEOGRAFÍA**

*La guerra del fuego*. Con Everett McGill, Nameer el Kadi y Ron Perlman. Guión de Anthony Burgess. Director Jean Jacques Annaud. Francia-Canadá. 1981. 105 min.

*Un toque de verdad*. Con Patty Duke, Melissa Gilbert, Bradley Pierce y Markus Flanagan. Guión de Robert Inman. Director Michael Switzer. EU. 1994. 94 min.

## UNIDAD II. EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

### PRESENTACIÓN DE LA UNIDAD

El ser humano es un ser complejo e inacabado. Lo primero por su naturaleza biológica, que lo emparenta con las demás especies animales, y por su estructura psíquica, que lo hace un ser único. Sus movimientos no son meramente instintivos y automáticos. Su psique, en efecto, es movida por razones y emociones. Lo segundo, porque el ser humano está siempre en situación de inacabamiento. Por eso se dice de él que no es, sino que está siendo.

La complejidad e inacabamiento del ser humano se expresa en lo que hace y en los productos de su acción. En la comunicación, por ejemplo. Ésta no es un acto aislado, sino, más bien un proceso, que, en determinado momento, puede realizarse según lo planeado o tomar una u otra dirección. Esto es atribuible a múltiples factores: contextos espacio-temporales donde actúen los actores de la comunicación, conducta de los comunicantes en su papel de emisores o receptores, conocimiento de los códigos para elaborar mensajes, funcionamiento del canal que se utiliza, etcétera.

De lo anterior se desprende el propósito general de esta segunda unidad. El alumno advierte y comprende que la comunicación es un proceso complejo en el que inciden, para su mejor realización, un conjunto de factores tanto subjetivos como objetivos. De ahí la importancia de su estudio y práctica, para que el alumno:

- ✍ Distinga las características y propiedades de los conceptos de comunicación e información;
- ✍ Aplique en su comunicación cotidiana conductas adecuadas de emisor o de receptor;
- ✍ Valore los factores que pueden distorsionar o anular la comunicación y los recursos para reestablecerla;
- ✍ Identifique algunas de las principales representaciones teóricas del proceso comunicativo;
- ✍ Explique algunas de las tipologías y clasificaciones de la comunicación propuestas por distintos teóricos;

Con todo lo anterior, se trata de que el alumno desarrolle conocimientos, habilidades y actitudes y valores comunicativos de alta calidad que amplíen su capacidad de socialización y lo afirmen como persona humana.

## UNIDAD II. EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN

### Propósito:

- ✍ Conocerá la estructura y el funcionamiento de los elementos del proceso comunicativo, examinándolo en sus diferentes contextos, para mejorar sus habilidades comunicativas interpersonales.

**TIEMPO:** 26 horas

APRENDIZAJES	ESTRATEGIAS	TEMÁTICA
<p>El alumno:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>? Identifica las diferencias entre comunicación e información, y la relación entre ambos conceptos.</li> <li>? Describe la estructura de la comunicación, a partir de la identificación de sus elementos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>? El profesor pedirá a los alumnos la lectura de un texto sobre el tema y la elaboración de un mapa conceptual para caracterizar la información y otro para la comunicación.</li> <li>? En plenaria, se observarán las relaciones y las diferencias entre ambos procesos.</li> <li>? Los alumnos elaborarán un <i>collage</i> con ejemplos de comunicación e información.</li> <li>? Los alumnos leerán el texto sugerido por el profesor y presentarán un comentario en el que comparen modelos explicativos del proceso de la comunicación y sus correspondientes representaciones gráficas o esquemas, advirtiendo sus semejanzas y diferencias.</li> <li>? Los alumnos construirán su propio esquema para representar el proceso de la comunicación.</li> </ul>	<p>Concepto y características de la comunicación y de la información.</p> <p>Elementos básicos del proceso de la comunicación:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>? Emisor</li> <li>? Mensaje</li> <li>? Receptor</li> <li>? Código</li> <li>? Canal (Medio)</li> <li>? Contexto</li> </ul>

<p>? Valora la comunicación en los niveles intrapersonal e Interpersonal, a través de prácticas planificadas.</p> <p>? Identifica los factores que favorecen o limitan la comunicación en la vida cotidiana.</p>	<p>? A partir de la actividad precedente, los alumnos representarán, en equipo, una dramatización.</p> <p>? En plenaria, después de la representación, los alumnos identificarán los componentes de la comunicación y su relevancia en los hechos comunicativos dramatizados.</p> <p>? Los alumnos leerán un texto solicitado por el profesor acerca de la comunicación intrapersonal e interpersonal, y elaborarán un cuadro en el que identifiquen las actitudes, las habilidades y los valores en ambos niveles.</p> <p>? Los alumnos presentarán su trabajo ante el grupo y el profesor destacará la importancia del estudio de la comunicación, así como de la trascendencia de las actitudes, las habilidades y los valores en la comunicación intra e interpersonal.</p> <p>? En equipo, los alumnos se contarán una anécdota personal en la que destaquen actitudes, valores o habilidades que favorecieron, entorpecieron o anularon la comunicación.</p> <p>? Seleccionarán una de las anécdotas para la realización de un <i>comic</i>, fotomontaje o guión de radio (grabado o en vivo).</p> <p>? Los alumnos leerán en el salón el texto indicado por el profesor acerca de las barreras comunicativas.</p>	<p>Concepto y características del proceso de la comunicación intrapersonal e interpersonal.</p> <p>Actitudes, habilidades y valores en la comunicación intrapersonal e interpersonal.</p> <p>Ruido. Redundancia. Fidelidad.</p>
--	--	---

<p>? Reconoce los principales tipos de comunicación y sus posibles combinaciones.</p>	<p>? En plenaria, el grupo analizará las barreras que se presentaron en el <i>comic</i>, fotomontaje o programa de radio, propondrán soluciones y el profesor recuperará la experiencia del grupo.</p> <p>? El profesor explicará cada uno de los tipos de comunicación y sus posibles combinaciones.</p> <p>? Los alumnos, en equipos, buscarán ejemplos de su vida cotidiana para cada una de las combinaciones mencionadas.</p> <p>? Los equipos analizarán las circunstancias en las que se utiliza determinado tipo de comunicación y no otro, así como su pertinencia.</p> <p>? En plenaria, los equipos expondrán los resultados de sus análisis.</p>	<p>Clases de comunicación: Privada-pública</p> <p>? Recíproca-unilateral</p> <p>? Directa-indirecta</p> <p>? Combinaciones en la tipología de la comunicación.</p>
---	--	--

## EVALUACIÓN

- ✍ Mapas conceptuales.
- ✍ *Collage*.
- ✍ Comentario comparativo de los esquemas de comunicación.
- ✍ Esquemas de comunicación construidos por los alumnos.
- ✍ Participación en la dramatización.
- ✍ Participación en plenaria.
- ✍ *Comic*, fotomontaje, guión de radio.
- ✍ Análisis de las barreras de comunicación.
- ✍ Exposición sobre análisis de los tipos de comunicación.



## **BIBLIOGRAFÍA**

Baena Paz, Guillermina, *Comunicación y liderazgo*, Publicaciones Cultural, México, 2003.

Corral C. Manuel de Jesús, *Comunicación y vida. Taller de comunicación I*, Édere, México, 2002.

Ferrer, Eulalio, *Información y comunicación*, FCE, (Col. Tezontle), México, Quinta reimpresión, 2001.

Freire, Paulo, *Pedagogía de la autonomía*, Siglo XXI Editores, México, 1997.

Maletzke, Gerhard, *Sicología de la comunicación social*, Editorial Época-CIESPAL, Cuarta edición, Quito, 1976.

Marroquín Péres, Manuel y Aurelio VILLA SÁNCHEZ, *La comunicación interpersonal. Medición y estrategias para su desarrollo*, Ediciones Mensajero, Bilbao, 1995.

Mora Medina , José de la, *Explicación y análisis. Taller de comunicación I*, CCH-UNAM, 1999.

Ricoeur, Paul, *Sí mismo como otro*, Siglo XXI, España, 1996.

Segura Nava, Silvia Edith y Filiberta Vargas Fernández, *Un taller de comunicación*, CCH-UNAM, México, 1993.

Santa María Gallegos, Leticia, *Taller de comunicación humana*, Ediciones Fridaura, México, 2002.

Vidal Blanco, Julio, *El Aleph*, (Edición de autor), 2003.

## **VIDEOGRAFÍA**

*El cartero*. Con Philippe Noiret y Máxima Troisi. Adaptación de "Burning Patience" de Antonio Skarmeta. Director Michael Redford. Italia. 115 min.

*El octavo día*. Con Daniel Auteuil y Pascal Duquenne. Guión y dirección de Jaco Van Dormael. Francia. 1996. 114 min.

## UNIDAD III. LA COMUNICACIÓN GRUPAL EN LOS PROCESOS SOCIALES

### PRESENTACIÓN DE LA UNIDAD

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

De ahí que en esta tercera unidad el alumno esté en posibilidades de concebir su vida no ya sólo en términos de un yo individual, ni siquiera de un tú también individual, sino de un nosotros social. Es el paso a la alteridad de los sujetos colectivos, cuyas acciones inciden directamente en la comunidad local, nacional o mundial a la que se pertenece. Por ello el alumno caerá en la cuenta:

- ✍ De las necesidades y del valor de la comunicación en los grupos a los que pertenece, y de las relaciones que estos establecen con otros grupos para favorecer la convivencia social;
- ✍ Del requerimiento de conocer los movimientos sociales contemporáneos, el papel que en ellos juega la comunicación con nuevas formas, niveles y tipos, y la utilización de algunos recursos tecnológicos, como Internet, para proyectar su influencia y promover sus demandas.

## UNIDAD III. LA COMUNICACIÓN GRUPAL EN LOS PROCESOS SOCIALES

### Propósito:

- ✍ Desarrollará habilidades analíticas y prácticas sobre la comunicación grupal, acudiendo a contextos escolares y extraescolares que le faciliten el paso de sus relaciones interpersonales a grupales, para que logre interesarse por los acontecimientos sociales ligados a la comunicación.

**TIEMPO:** 16 horas

APRENDIZAJES	ESTRATEGIAS	TEMÁTICA
<p>El alumno:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>? Identifica las características de la comunicación grupal y el comportamiento de sus actores en diferentes contextos.</li> <li>? Clasifica a los distintos grupos y explica sus relaciones de comunicación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>? El profesor explicará las características de la comunicación grupal.</li> <li>? El profesor proyectará a los alumnos una película donde se observa la organización de grupos y solicitará que identifiquen el comportamiento de los actores, la manera como se comunican entre ellos y con otros grupos, así como la formación de liderazgos y apego a las normas del grupo.</li> <li>? En plenaria, el profesor y los alumnos analizarán las características de los grupos observados en la película para extraer conclusiones sobre la importancia de la comunicación grupal para la cohesión social.</li> <li>? En el salón de clase, el profesor organizará una lectura, en silencio o en voz alta, acerca de tipos de comunicación grupal.</li> </ul>	<p>Concepto y características de los grupos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>? Roles</li> <li>? Liderazgo</li> <li>? Identidad, cohesión y objetivos de grupo</li> <li>? Redes de comunicación</li> <li>? Recursos y medios</li> </ul> <p>Características de la comunicación grupal.</p> <p>Clasificación de los grupos:</p>

<p>? Valora la comunicación como factor de organización social.</p> <p>? Conoce cómo se emplea la comunicación en los grupos organizados.</p> <p>? Reconoce formas, niveles y tipos de comunicación en los movimientos sociales.</p>	<p>? Con base en la lectura anterior, los alumnos identificarán los grupos a los que pertenecen: familiar, escolar, de amigos..., y elaborarán un cuadro de cinco columnas: en la primera, anotarán de qué grupo se trata; en la segunda, clasificarán los grupos por su composición y en la tercera, por sus objetivos y formas de organización; en la cuarta, describirán las formas de comunicación utilizadas por cada uno de los grupos y, en la quinta, explicarán las sensaciones, gratificantes o no, que reciben en cada grupo.</p> <p>? En equipos, los alumnos comentarán cómo cambia su actitud comunicativa, cuando participan en cada uno de esos grupos.</p> <p>? El profesor solicitará a los alumnos la visita a uno de los grupos mencionados en la temática y les pedirá que observen la manera como se organizan, las formas como se comunican y los medios que utilizan para ello.</p> <p>? En equipo, los alumnos realizarán la visita a la organización seleccionada, prepararán un reporte y lo presentarán ante el grupo.</p> <p>? A partir de una lectura sobre el tema, los alumnos redactarán preguntas y las expondrán en clase.</p> <p>? El profesor profundizará sobre el tema, resolverá las dudas y señalará ejemplos de movimientos sociales.</p>	<p>Por su composición:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>? Primarios</li> <li>? Secundarios</li> </ul> <p>Por sus objetivos y formas de organización:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>? Democráticos</li> <li>? Autocráticos</li> <li>? Laissez faire</li> <li>Laissez passer (caóticos)</li> </ul> <p>Prácticas comunicativas en organizaciones sociales:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>? Grupos de ayuda mutua (terapia comunicacional)</li> <li>? Grupos institucionales (comunicación organizacional)</li> </ul> <p>La comunicación en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>? Organizaciones no gubernamentales</li> </ul>
--	---	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>? En equipo y con apoyo del profesor, los alumnos elegirán una de las organizaciones participantes en los movimientos sociales para realizar una entrevista.</li> <li>? Coordinados por el profesor, prepararán un cuestionario, para entrevistar a alguno de los integrantes de la organización.</li> <li>? El equipo realizará la entrevista y presentará ante el grupo, con recursos audiovisuales, los resultados de su trabajo.</li> <li>? Los alumnos redactarán un texto breve en el que presentarán formas, niveles y tipos de comunicación en la organización estudiada, incorporando sus vivencias y reflexiones en la realización de la entrevista.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>? Movimientos sociales</li> <li>? Culturales</li> <li>? Sociales</li> <li>? Políticos</li> </ul>
--	--	---

## EVALUACIÓN

- ✍ Participación en la exhibición de la película.
- ✍ Participación en la plenaria.
- ✍ Cuadro analítico.
- ✍ Participación en equipo.
- ✍ Reporte y presentación ante el grupo de la visita a la organización social.
- ✍ Elaboración del cuestionario.
- ✍ Realización de la entrevista.
- ✍ Exposición ante el grupo.
- ✍ Texto expositivo.

## BIBLIOGRAFÍA

Baena Paz, Guillermina, *Comunicación y liderazgo*, Publicaciones Cultural, México, 2003.

Corral C., Manuel de Jesús, "Hacia una comunicación mestiza", en Horacio Cerutti Guldberg y Rodrigo Páez Montalbán (Coord.), *América Latina: democracia, pensamiento y acción. Reflexiones sobre la utopía*, CCYDEL-Plaza y Valdés editores, México, 2003.

\_\_\_\_\_, el al., *Taller de comunicación I*, CCH-UNAM, México, 1998.

Huerta Gómez, Flora, "Prácticas comunicativas", en Manuel de Jesús Corral C. (Coord.), *Taller de comunicación I*, Colegio de Ciencias y Humanidades–UNAM, México, 1988.

Ludlow, Ron Y Fergus Panton, *La esencia de la comunicación*, Prentice-Hall Latinoamericana, México, 1997.

Mora Medina, José de la, *Explicación y análisis. Taller de comunicación I*, CCH-UNAM, 1999.

Roma, Pepa, *Jaque a la globalización*, Grijalbo Mondadori (Col. Arena Abierta), Barcelona, 2001.

Santa María Gallegos, Leticia, *Taller de comunicación humana*, Ediciones Fridaura, México, 2002.

Serrano, Rafael et al., *La organización habitable*, Fedro Publicidad, México, 2001.

Solís De Alba, Ana Alicia et al. (Coord.), *Globalización. Reforma neoliberal del Estado y movimientos sociales*, Editorial Ítaca, México, 2003.

Vidal Blanco, Julio, *El Aleph*, (Edición de autor), 2003.

## **VIDEOGRAFÍA**

*La sociedad de los poetas muertos*. Con Robin William y Ethan Hawkw. Guión: Tom Schulman. Director Peter Weir. EU. 1989. 129 min.

*La marcha zapatista. El desafío indígena*. Director y productor Inti Cordera. Producciones Demos, Desarrollo de Medios S.A. de C.V. y Producciones La Maroma. México. 2001. 52 min.

*Sostiene Pereira*. Con Marcello Mastroiani, Dael Auteuil, Stefano Dionisi, Nicoletta Braschi y Marta Paula Guedes. Guión: Roberto Faenza y Antonio Vecchio. Director: Roberto Faenza. Italia-Francia-Portugal. 1994. 104 min..

*El Padrino*. Con Marlon Brando y Al Pacino. Director: Francis Ford Copola. EU. 1972. 175 min.

*Al maestro con cariño*. Con Sydney Poritier y Judy Gerson. Director: James Clavell. Gran Bretaña. 1967. 98 min.

## TALLER DE COMUNICACIÓN II

Si las ventanas de la percepción estuvieran limpias, cada cosa aparecería al hombre como es, infinita.  
Pero el hombre se ha recluso hasta no ver las cosas sino a través de las aberturas de su caverna.

**William Blake**

### PRESENTACIÓN

Los medios masivos, apoyados por las modernas tecnologías para la información y la comunicación (TIC), han desarrollado recursos cada vez más refinados y complejos para transmitir un cúmulo de mensajes de diversos tipos, a través de los cuales se ofrece a los receptores un espacio virtual plagado de ideas y propuestas basadas en un sistema de pensamiento progresivamente hegemónico.

Con la rápida y sucesiva aparición de los medios masivos, a principios del siglo pasado, surgió la necesidad del estudio y análisis sistemáticos de sus repercusiones sociales. Estos fueron abordados por especialistas de diversas disciplinas y tradiciones de pensamiento: filosofía, sociología, política, psicología, antropología, lingüística, estética, etcétera. Se trataba, fundamentalmente, de indagar la incidencia de los mensajes mediáticos en las conductas de los receptores individuales y, en el contexto de la sociedad de masas y de la información, la incidencia en los públicos amplios y heterogéneos. Esta tendencia a estudiar la comunicación humana desde la perspectiva del análisis de los medios se ha mantenido hasta hoy, por lo general, en las escuelas y facultades de comunicación.

Con todo, comunicación interpersonal y comunicación masiva, entendida esta en el sentido de mediática, tiene cada una su propio campo de problemas, su propia lógica y sus propios ritmos. Es preciso, por ello, atender a las especificidades de uno y otro nivel tomando en cuenta sus semejanzas y recíprocas influencias; por más que la comunicación masiva haya adquirido hoy mayor peso en la sociedad y mayor atención en los ámbitos universitarios. Antes que la masa, está el individuo que, como persona, experimenta la necesidad de comunicación y busca satisfacerla.



En el caso del Colegio de Ciencias y Humanidades, el programa del *Taller de Comunicación I* se refiere al estudio de la comunicación humana en sus diversas formas, niveles y tipos. La preocupación central de este programa de *Taller de Comunicación II* es, por una parte, que el alumno, una vez que identifique los mensajes mediáticos, los analice y conozca los contextos de producción y su intencionalidad, pueda reconocerse a sí mismo como un receptor analítico, crítico y, por tanto, activo. Por otra parte, que esa concepción de sí mismo, reafirmada y desarrollada a partir de las estrategias sugeridas en el programa, lo capacite para *resignificar* los mensajes que recibe, y para hacer un uso racional y humanístico de cada uno de los medios con los que entre en contacto. Cabe señalar, entonces, que los postulados teóricos básicos que sustentan el programa de este Taller de Comunicación II son aquellos que se desprenden tanto de la postura teórica de la educación para la recepción, como de la teoría de las mediaciones.

En atención a lo anterior, y tomando en cuenta la cultura básica, elemento central en el modelo educativo del Colegio de Ciencias y Humanidades, los aprendizajes, estrategias y temáticas del programa de la asignatura Taller de Comunicación II tienen como propósito la comprensión, valoración y aplicación por el alumno de los procesos de comunicación en los que intervienen los medios de difusión masiva, tanto impresos como electrónicos y, ahora, cibernéticos.

En primer lugar, se destacan los aprendizajes como eje central del programa, de modo que de estos se derivan las estrategias y la temática. En este caso, se trata de tres grandes rubros de aprendizajes básicos del bachillerato universitario:

- ✍ El concepto y las características de la comunicación masiva y de los medios como actores sociales;
- ✍ La especificidad de cada medio y su impacto en los procesos culturales y en la formación de la opinión pública;
- ✍ La identificación y análisis de los diferentes tipos de mensajes, con énfasis en la imagen visual.

Es importante atender puntualmente a los principios educativos del Colegio: *aprender a conocer, aprender a hacer y aprender a ser*, como expresión acabada del *aprender a aprender*. Por esta razón, desde el punto de vista epistemológico, los aprendizajes han sido seleccionados cuidadosamente y organizados según su secuencia lógica y su nivel de complejidad.

En segundo lugar, de acuerdo con la modalidad de taller en que se realiza el curso académico, las estrategias sugeridas están planteadas de tal manera que favorecen en el alumno el desarrollo de habilidades de producción y emisión de mensajes masivos. De ahí que el programa considera estrategias:

- ✍ De carácter expositivo por parte del profesor y de los alumnos;
- ✍ De lectura de textos alusivos a la temática respectiva, con cuadros sinópticos, mapas conceptuales y resúmenes;
- ✍ De producción de mensajes y medios alternativos.

Conviene destacar aquí la importancia decisiva de los aspectos metodológicos para el logro de los objetivos del taller, razón por la cual se ha formulado de manera explícita, clara y precisa el tipo de estrategias que podrían utilizarse para desarrollar la temática y facilitar el aprendizaje. Ha de tomarse en cuenta que éste es un programa indicativo por lo que, el profesor tiene la posibilidad de instrumentar sus propias estrategias en su programa operativo, siempre y cuando facilite el logro de los aprendizajes y cubra las unidades previstas. El proceso de aprendizaje autónomo del alumno puede ser lento y difícil, pero no tiene que ser necesariamente tedioso. Por eso en la carta descriptiva del programa se sugiere el elemento lúdico como recurso didáctico.

En tercer lugar, de las múltiples temáticas que se han generado a raíz del desarrollo inusitado de la tecnología comunicativa, se han seleccionado las siguientes:

- ✍ Concepto y características de la comunicación masiva, a partir de sus elementos básicos, las industrias culturales y el papel de los medios en la formación de la opinión pública;

- ✍ Tipología de los mensajes multimediáticos según su contenido, lenguaje y soporte; análisis de la estructura de mensajes (contexto, emisión-recepción, significación, ideología...) e imagen visual (análisis icónico y retórico);
- ✍ Los medios, su estructura, lenguajes y producción

Por consiguiente, la intención prioritaria de este programa es reconocer al alumno, concebido como persona en construcción de su autonomía, como protagonista en el proceso educativo. Es el alumno, en efecto, quien debe ir aprendiendo a construir, aplicar y valorar los conocimientos de la cultura contemporánea.

## **ENFOQUE DE LA MATERIA**

En el plan de estudios del Colegio de Ciencias y Humanidades el enfoque en el estudio de la comunicación posee, al menos, cuatro rasgos que le son característicos:

El primer rasgo es que se trata de un estudio de la comunicación centrada en la persona, con énfasis en los procesos y relaciones comunicativos de los alumnos en su vida cotidiana. En el primer semestre, los alumnos reflexionan en torno al nivel de su comunicación más inmediata (intra-interpersonal, intra-intergrupala), los diferentes tipos de lenguaje y la diversidad de formas, niveles y tipos de sus concretas prácticas comunicativas. En el segundo semestre, se privilegia la comunicación social o mediática en aspectos tan decisivos como la importancia y función social de los medios, los tipos de mensajes, el papel destacado de la imagen visual y la función de los medios en la formación y el comportamiento de la opinión pública.

Un segundo rasgo del enfoque de los talleres de comunicación está relacionado con la intencionalidad de los mensajes que el alumno recibe-percibe. En congruencia con el principio de una educación que da prioridad a los aprendizajes, y en la concepción de que el alumno es el actor principal en ese proceso, el enfoque de la materia asume la postura teórica postulada, tanto por la orientación pedagógica que plantea la educación para los medios, como por la teoría de las mediaciones. Concibe, en efecto, al

alumno no como receptor pasivo de los mensajes, sino como un receptor-perceptor con capacidad para analizarlos y resignificarlos, capacidad que lo ubica en la búsqueda de alternativas en los procesos de recepción y producción de mensajes.

La disposición misma de los contenidos temáticos en el programa busca favorecer y estimular en el alumno el desarrollo de esa capacidad de re-acción y de re-significación. El desarrollo de esta capacidad demanda del alumno:

- ✍ Aprender a conocer y analizar el contenido de los mensajes, tanto en situaciones de comunicación interpersonal como masiva, a distinguir las diferentes formas, niveles y tipos de estos, y a decodificarlos;
- ✍ Aprender a hacer sus propios mensajes, ya de índole interpersonal, ya de un nivel más amplio, utilizando para ello el código adecuado para cada tipo de mensaje o para cada medio que utilice, de manera que también sea capaz de codificar sus propios mensajes;
- ✍ Aprender a ser, en la medida en que se conciba a sí mismo como sujeto autónomo responsable de su forma de conducirse frente a los mensajes que recibe, frente a los mensajes que elabora y envía, y frente a los demás, en tanto personas también autónomas.

Un tercer rasgo del enfoque está definido por la ubicación de la materia en el Plan de Estudios y en el área de conocimientos. Los talleres de comunicación están ubicados en el Área de Talleres de Lenguaje y Comunicación. En ella se agrupan *disciplinas de carácter eminentemente humanístico* en las que el desarrollo de las habilidades para el uso de la lengua ocupa un lugar especial. Cabe destacar, al respecto, la importancia de la comunicación a) en la construcción de la personalidad, sobre todo en la etapa de la adolescencia y, b) en la vida cotidiana de los seres humanos en general y de los universitarios en particular.

El aprendizaje de diferentes tipos de lenguaje por los alumnos incide en la ampliación de los diversos usos de las formas de comunicación y, por consiguiente, en la ampliación de su potencial comunicativo. Con ello estarán en mejor posición para entenderse a sí mismos y para entender las razones del otro. No se busca, por ello, formar especialistas en comunicación, sino

plantear a los alumnos del bachillerato, de acuerdo con la noción de cultura básica y el aprender a aprender, aprendizajes humanamente productivos en su ámbito personal. Son, por tanto, aprendizajes de índole humanística. Más aún, estos aprendizajes han de ser también productivos socialmente. Esto último porque los medios y las tecnologías digitales e interactivas están generando nuevos procesos sociales a partir de nuevos lenguajes y formas de expresión y de comunicación. Y estos procesos van rápidamente en aumento. Es, por ello, de todo punto necesario que los estudiantes de la materia en el bachillerato cuenten con los elementos indispensables para saber enfrentar esos retos. Es este elemento, en relación con las demás materias del área de talleres, lo que confiere su carácter propio y específico a los talleres de comunicación.

Por otra parte, la ubicación de la materia en esta área de conocimientos demanda un *enfoque didáctico de taller*. El taller como espacio adecuado de franca interrelación de la teoría con la práctica: conocimiento y práctica, reflexión y análisis, intercambio de ideas y experiencias. Espacio en donde debe fluir la interacción profesor y alumnos y de éstos entre sí. El taller como espacio para el desarrollo de la imaginación y de la creatividad de los integrantes del grupo. El saber y el hacer, en fin, en función del ser del alumno. Tal es el sentido de las estrategias diseñadas para alumnos de bachillerato. Desde el principio del taller se incluyen prácticas graduadas de producción de mensajes, de acuerdo con los recursos al alcance del alumno y los proporcionados por la institución, hasta conseguir productos con mayor rigor teórico-técnico, que le apoyen en su desempeño académico y futuro profesional.

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

Conviene que en sus estudios el alumno de bachillerato vaya descubriendo por él mismo que en la comunicación, los contextos actúan como en círculos concéntricos. Los contextos socioculturales más cercanos e inmediatos en los que se mueven los

comunicantes son la familia, la escuela, el centro laboral, la colonia, la ciudad. En ellos predominan los procesos de comunicación interpersonal. Pero a éstos habría que agregar los contextos más lejanos o mediatos: el país, la región, el mundo. Contextos éstos con mayor influencia en los procesos de la llamada comunicación masiva. Si bien estos contextos aparecen como círculos concéntricos, en la práctica nunca están separados unos de otros. Operan más bien a la manera de vasos comunicantes que se realimentan unos a otros.

Más aún, los contextos socioculturales más lejanos o mediatos proveen de nutrientes básicos a los contextos más cercanos e inmediatos. De esa manera, los valores culturales del país, expresados concretamente en las formas, niveles y tipos concretos de la comunicación cotidiana, se vinculan con los valores culturales de la región y, en suma, con los valores universales. Y a la inversa. Por consiguiente, si los procesos de comunicación no se dan en un vacío, sino en contextos socioculturales precisos, el enfoque de la materia está marcado por los valores culturales del país, México, y los del contexto cultural de la región a la que por historia y cultura pertenece, esto es, América Latina.

Asumirse como perteneciente a una comunidad cultural es tanto como ir creando conciencia de la propia identidad sin que ello signifique que ésta sea inmutable. La preservación de lo local y regional no implica un necesario rechazo de lo global, pero sí el respeto a la autonomía de sus valores culturales específicos. Entre ellos el de la comunicación.

## **PROPÓSITOS GENERALES**

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

vastos segmentos de la población, de criterios para interpretar el mundo y para dar sentido a su vida. De ahí la necesidad y urgencia de su estudio y de una *educación para la recepción* en todos los niveles escolares.

Por lo anterior se comprende que este *Taller de Comunicación II* tenga como propósitos fundamentales que los alumnos comprendan el significado del concepto de comunicación masiva, identificando las características de cada uno de sus elementos básicos, y el funcionamiento y gestión de los medios y de las TIC a nivel global, regional y local. A partir de ahí, los alumnos reconocerán los procesos sociales generados o reforzados por los medios y las TIC, mediante la identificación de la formación y comportamiento de la opinión pública para que participen en los asuntos que afectan a todos. Estos aprendizajes permitirán que los alumnos desarrollen su capacidad para analizar mensajes masivos, valorando su contenido simbólico y su impacto social. De esa manera, dotados de los elementos técnicos necesarios, los alumnos estarán también en posibilidad de producir sus propios mensajes masivos.

## **CONTENIDOS DEL SEGUNDO SEMESTRE**

**UNIDAD I.** Comunicación masiva y sociedad contemporánea

**UNIDAD II.** Elementos para el análisis de mensajes

**UNIDAD III.** Medios y creatividad

## **UNIDAD I. COMUNICACIÓN MASIVA Y SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA**

### **PRESENTACIÓN DE LA UNIDAD**

El criterio seguido para seleccionar los aprendizajes de esta unidad se desprende de la relación que éstos guardan con el conocimiento del programa y el acercamiento al objeto de estudio de la comunicación; con la interrelación de la estructura de la comunicación masiva y la identificación de sus elementos básicos, y con la valoración de los medios en su contexto histórico, como actores sociales, y su impacto en los procesos culturales y en la opinión pública.

Las temáticas y las estrategias sugeridas siguen la misma línea de pensamiento: tienen como propósito explicar el concepto de la comunicación masiva, a través de un cuadro comparativo de los niveles de la comunicación; se continúa con el proceso y sus componentes básicos, partiendo de los emisores (reales o voceros) de los medios y Tecnologías para la Información y la Comunicación (TIC) en medios impresos y electrónicos, y de los tipos de mensajes y códigos utilizados para llegar a los públicos receptores y su contexto. En este caso, una de las estrategias hace referencia al fenómeno televisivo a partir de una aproximación crítica, participativa y propositiva. Por otra parte, para la valoración de la industria cultural y de la opinión pública y el rumor, se sugiere como estrategia la elaboración de un mapa conceptual que ofrezca al alumno una visión de conjunto sobre la temática y un primer acercamiento a las labores propias del taller para obtener un producto comunicativo concreto.



## UNIDAD I. COMUNICACIÓN MASIVA Y SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

### Propósito:

- ✍ Conocerá las características de la comunicación masiva, analizando sus elementos, para que comprenda la realidad mediática en que se desenvuelve y su impacto en la opinión pública.

**TIEMPO:** 20 horas

APRENDIZAJES	ESTRATEGIAS	TEMÁTICA
<p>El alumno:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>? Conoce el programa de la materia y su relación con el Taller de Comunicación I.</li> <li>? Identifica las características de la comunicación masiva a partir de los elementos que la constituyen, para que valore las posibilidades políticas, culturales y educativas de los medios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>? El profesor presentará el programa y solicitará a los alumnos que identifiquen las diferencias y semejanzas entre Taller de Comunicación I y Taller de Comunicación II</li> <li>? Los alumnos, reunidos en equipos, compartirán su experiencia con los medios de comunicación y realizarán un cuadro comparativo de los diferentes niveles de comunicación: intrapersonal, interpersonal, grupal y masiva.</li> <li>? Cada equipo compartirá con el grupo sus comentarios y, en conjunto, extraerán las conclusiones.</li> <li>? El profesor solicitará la lectura de un texto sobre los temas y pedirá a los alumnos que resuelvan un cuestionario guía.</li> </ul>	<p>Concepto y elementos de la comunicación masiva:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>? Emisor real y vocero</li> <li>? Mensaje</li> <li>? Canales o medios de comunicación</li> <li>? Receptor</li> <li>? Contexto de emisión y de recepción</li> </ul> <p>Medios y Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC) en la sociedad globalizada</p>

<p>? Valora los medios en su contexto histórico como actores de la realidad social, reconociendo su impacto en los procesos culturales y en la formación de la opinión pública.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>? Cada equipo expondrá la respuesta a cada una de las preguntas hasta agotarlas. El profesor complementará y aclarará dudas.</li>   <li>? El profesor expondrá el tema de la industria cultural y empleará ejemplos relacionados con la experiencia cotidiana de los alumnos.</li>   <li>? Los alumnos realizarán una lectura sobre la opinión pública y rumor; elaborarán un mapa conceptual en el que ubiquen las relaciones entre sus elementos más destacados: conceptos, procesos, sujetos...</li>   <li>? Con apoyo del profesor, se discutirá en clase un tema de interés social que se esté tratando en los medios, identificando cómo se genera la opinión pública respecto de ese tema y, en su caso, el rumor.</li>   <li>? Como actividad integradora de la unidad, en equipos los alumnos elaborarán un producto comunicativo sobre los temas analizados.</li> </ul>	<p>Comunicación masiva y opinión pública</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>? Procesos de formación de la opinión pública</li> <li>? Líderes de opinión</li> <li>? Sondeos de opinión</li> </ul> <p>El rumor y su proceso de formación</p>
---	--	--

## EVALUACIÓN

- ✍ Participación en el grupo y en el equipo.
- ✍ Cuadro comparativo de los diferentes niveles de comunicación.
- ✍ Resolución de un cuestionario guía.
- ✍ Texto explicativo de las características de los elementos básicos de la comunicación masiva.
- ✍ Mapa conceptual de los elementos más destacados de la opinión pública y el rumor.
- ✍ Elaboración de un producto comunicativo sobre los temas estudiados.

## BIBLIOGRAFÍA

Bellenger, Lionel, *La persuasión*, FCE, México, 1999.

Beltrán, Luis Ramiro, *Comunicación dominada. Estados Unidos en los medios de América Latina*, Nueva Imagen, México, 1997.

Brünner, José Joaquín, *Globalización cultural y posmodernidad*, FCE (Breviario 531), Santiago de Chile, 1999.

Corral C., Manuel de Jesús, *La comunicación y sus entramados en América Latina*, Plaza y Valdés, México, 2003.

\_\_\_\_\_, *La ciencia de la comunicación en México. Origen, desarrollo y situación actual*, Trillas, México, 2003.

Crovi Druetta, Delia, (Coord.), *Desarrollo de las industrias audiovisuales en México y Canadá*, FCPS-UNAM, México, 1995.

Flores Olea, Víctor y R. E. Gaspar de Alba, *Internet y la revolución cibernética*, Océano, México, 1997.

Hernández Rodríguez, Rafael de Jesús, *Estrategia didáctica: Abordaje teórico-práctico de la labor periodístico-literaria en medios impresos*, José Joaquín Fernández de Lizardi (1779-1827), CCH Plantel Naucalpan-UNAM, 2002.

Mattelart, Armand, *La comunicación como construcción de un mundo alternativo*, CIICH-UNAM, México, 1997.

Morduchowics, Roxana (coord.), *Comunicación, medios y educación. Un debate para la educación en democracia*, Octaedro, Barcelona, 2003.

Nieto Cruz, Rosa María y Silvia Edith Segura N. (Coord.) *Comunicación masiva. Taller de comunicación II*, CCH-UNAM, México, 1999.

Ramonet, Ignacio, *La tiranía de la comunicación*, Debate, Madrid, 1998.

Rodríguez Pastoriza, Francisco, *La mirada en el cristal. La información en televisión*, Fragua Editorial, España, 2002.

Trejo Delarbre, Raúl, *Volver a los medios*, Ediciones Cal y Arena, México, 1997.

Wolton, Dominique, *War game. La información y la guerra*, Siglo XXI Editores, México, 2003.

Varios, *Compilación de textos. Taller de comunicación II* (TRED 2002), CCH-UNAM, México, 2002.

## **VIDEOGRAFÍA**

*El cuarto poder*. Con John Travolta y Dustin Hofman. Director: Costa Gavras. EU, 1997. 115 min.

*Zapatistas. Crónica de una rebelión* (2 videocassetes). Productora: Nancy Ventura. La Jornada-Canal 6 de Julio. México 2003.

*Naranja Mecánica*. Con Malcom McDowell y Patrick Magee. Basada en la novela de Anthony Burgess.

Director: Stanley Kubrick EU, 1971.

*Cinema Paradiso*. Con Antonella Attili, Enzo Cannevale y Phillipe Noiret. Escenografía Giuseppe Tornatore.

Director: Franco castaldi. Italia-Francia, 1988.118 min.

## **UNIDAD II. ELEMENTOS PARA EL ANÁLISIS DE MENSAJES**

### **PRESENTACIÓN DE LA UNIDAD**

La presente unidad ofrece a los alumnos el estudio de los elementos básicos de la estructura y contenido de los mensajes verbales e icónicos, con los cuales podrán desentrañar sus significados más profundos, con el fin de que reflexionen sobre lo que ven, leen o escuchan, y adquieran con ello habilidades tanto para la lectura como para la producción de mensajes.

La unidad parte del reconocimiento de los diferentes tipos de mensajes organizados según su contenido, lenguaje y soportes mediáticos empleados, para pasar en seguida al análisis de la estructura de los mensajes, atendiendo al contexto de recepción y producción y a las características de las imágenes visuales que puedan contener. Por lo tanto, la orientación de esta unidad se ubica en el enfoque de educación para los medios en el que se consideran elementos de alfabetización visual.

## UNIDAD II. ELEMENTOS PARA EL ANÁLISIS DE MENSAJES

### Propósito:

- ✍ Reconocerá los elementos teóricos para el análisis de mensajes mediante su estudio y aplicación, para que se conciba a sí mismo como receptor crítico y emisor creativo.

**TIEMPO:** 20 horas

APRENDIZAJES	ESTRATEGIAS	TEMÁTICA
<p>El alumno:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>? Reconoce los diferentes tipos de mensajes masivos, a partir del análisis de sus características.</li> <li>? Valora los mensajes, a través del análisis de los elementos que los constituyen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>? El profesor expondrá el tema auxiliándose de acetatos o en <i>power point</i>.</li> <li>? Los alumnos seleccionarán diferentes mensajes en distintos medios.</li> <li>? En un cuadro sinóptico, clasificarán los mensajes de acuerdo con su contenido, lenguaje y soporte.</li> <li>? En plenaria, analizarán las características de cada uno de ellos, destacando sus diferencias en función del medio.</li> <li>? Los alumnos elaborarán, en equipo, un comentario crítico en el que retomen las aportaciones del grupo.</li> <li>? Los alumnos consultarán la bibliografía sugerida por el profesor referente a la temática y elaborarán una paráfrasis.</li> </ul>	<p>Tipología de los mensajes de los diferentes medios:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>? Por su contenido: informativo, publicitario, propagandístico, entretenimiento, cultural y educativo.</li> <li>? Por su lenguaje: verbales, icónicos, icónico-verbales.</li> <li>? Por sus soportes mediáticos: impresos, auditivos, audiovisuales y cibernéticos.</li> </ul> <p>Elementos para el análisis de mensajes:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>? Contexto de producción y recepción</li> </ul>

<p>? Realiza una lectura reflexiva y crítica de la imagen, a través del análisis de sus elementos.</p>	<p>? El profesor expondrá la temática auxiliándose con acetatos o <i>power point</i>.</p> <p>? El profesor analizará ejemplos de mensajes verbales, de acuerdo con las categorías establecidas en la temática.</p> <p>? Los alumnos, en equipo, analizarán un mensaje proporcionado por el profesor, para valorar sus niveles de significación y su retórica, considerando los contextos de producción y de recepción, así como la importancia del soporte.</p> <p>? Cada equipo expondrá su trabajo ante el grupo.</p> <p>? El profesor proyectará una imagen fija o en movimiento y explicará los elementos icónicos y retóricos que la componen.</p> <p>? Los alumnos, en equipo, analizarán otra imagen, a través de un cuestionario-guía proporcionado por el profesor y de acuerdo con las categorías expuestas.</p> <p>? En plenaria, cada equipo de alumnos presentará los resultados de su análisis.</p> <p>? El grupo concluirá el trabajo con una reflexión colectiva acerca del impacto de tales mensajes en la vida cotidiana de los jóvenes y en la generación o reforzamiento de valores.</p>	<p>? Nivel de significación</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✍ Denotación</li> <li>✍ Connotación</li> <li>✍ Referentes</li> <li>✍ Intencionalidad</li> </ul> <p>? Retórica del mensaje</p> <p>? Tipo de soportes</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✍ Impresos</li> <li>✍ Auditivos</li> <li>✍ Audiovisuales</li> <li>✍ Cibernéticos</li> </ul> <p>La imagen visual en los mensajes</p> <p>? Análisis icónico: forma, tamaño, textura, color, composición...</p> <p>? Análisis retórico: prototipos, estereotipos y figuras retóricas</p>
--	--	---

## EVALUACIÓN

- ✍ Participación en el grupo y en el equipo.
- ✍ Cuadro sinóptico de clasificación de mensajes.
- ✍ Comentario crítico de análisis de las características de los mensajes.
- ✍ Paráfrasis de la bibliografía sugerida.
- ✍ Análisis del mensaje a partir de un cuestionario-guía.
- ✍ Exposiciones por equipo

## BIBLIOGRAFÍA

- Aparicci, Roberto y Agustín García-Matilla. *Lectura de imágenes*, Ediciones de la Torre, Madrid, 1998.
- Borrini, Alberto, *Cómo se vende un candidato*, Editorial La Crujía, Buenos Aires, 2003.
- Corral C., Manuel de Jesús, *Comunicación y vida. Taller de comunicación II*, Edere, México, 2004.
- Dondis, D. A. *La sintaxis de la imagen*, 15ª edición, Ediciones Gustavo Gilli, México, 1992.
- Durandin, Guy, *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*, Paidós, Barcelona, 1983.
- Ferrer, Eulalio, *De la lucha de clases a la lucha de frases*, Taurus, Madrid, 1995.
- Gubern, Román, *El eros electrónico*, Taurus, México, 2000.
- Iriarte, Gregorio y Marta Orsini Puente, *Conciencia crítica y medios de comunicación*, Ediciones Dabar, México, 1995.
- Martín Barbero, Jesús, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Editorial Gustavo Gili, México, 1987.
- Mendiola, Salvador y María Adela Hernández R. *Manual de apreciación cinematográfica*, UNAM/ENEP Aragón, México, 1995.
- Morduchowicz, Roxana (Coord.) *Comunicación, medios y educación. Un debate para la educación en democracia*. Ediciones Octaedro, Barcelona, 2003.
- Orozco Gómez, Guillermo, *Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio*. UIA, México, 1991.
- Sartori, Giovanni, *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Taurus, México, 1998.



Simone, Raffaella, *La tercera fase. Formas de saber que estamos perdiendo*, Paidós, Madrid, 2001.

## **VIDEOGRAFÍA**

*Tesis*. Con Tresa Torrent, Fele Martínez y Eduardo Noriega. Guión y dirección: Alejandro Amenábar, España, 1995, 125 min.

*Historia de la TV Mexicana. El gran invento*. Guión: Francisco García. Directora: Diana Roldán. Editorial Clío libros.

México, 2001. 44 min.

*La teledictadura*. Canal 6 de julio, México, 2000. 30 min.

*Las grandes películas de Chaplin*. Altaza. Producción: Mutual, 120 min.

## **INTERNET**

*Hacia una pedagogía de la imagen fija y en movimiento*: <http://victorian.fortaecity.com/muses/116/pedagogía.html>

*Imagen y expresión*: [www.cnice.mecd.es/educacion/organizacion/secundar](http://www.cnice.mecd.es/educacion/organizacion/secundar)

## **UNIDAD III. MEDIOS Y CREATIVIDAD**

### **PRESENTACIÓN DE LA UNIDAD**

Los medios y las Tecnologías para la Información y la Comunicación (TIC) son hoy fuentes principales generadoras de elementos simbólicos y culturales. Su oferta resulta siempre atractiva, entretenida, oportuna y con exigencias intelectuales mínimas. Se ha asumido a los medios como elementos naturales e imprescindibles de la existencia. Esto ha propiciado que los receptores adopten pasivamente, e incluso con convicción, la interpretación de la realidad, de acuerdo con los modelos preestablecidos y los intereses de los propietarios de los medios. Sin embargo, también es cierto que en el polo de la recepción esa pasividad no se da siempre y en todos los casos.

Una recepción activa, analítica y crítica de los mensajes desarrolla las capacidades de percepción, imaginación y creatividad de las personas, no sólo para recibir los mensajes, sino también para producirlos. Conviene, entonces, evitar la estigmatización de los medios y aprovechar, en cambio, sus posibilidades políticas, culturales y educativas.

Por creatividad se entiende la capacidad del alumno de elegir, planear y desarrollar un proyecto original y propositivo que le permita elaborar un producto comunicativo que se aparte de los prototipos y estereotipos promovidos por los medios.

Para establecer las fronteras entre el potencial tecnológico de los medios y sus múltiples posibilidades de uso, en esta unidad se propone que los alumnos recuperen los conocimientos y habilidades en torno a la producción de mensajes y medios, y los apliquen utilizando creativamente los elementos teóricos y técnicos a su alcance. La amplia variedad de medios es capaz de satisfacer los gustos y preferencias de los integrantes del grupo. El profesor decidirá si el grupo trabaja sobre un solo medio o si cada equipo selecciona el medio de su preferencia para la elaboración de un producto en el que se integren los elementos teóricos y técnicos.

## UNIDAD III. MEDIOS Y CREATIVIDAD

### Propósito:

- ✍ Elaborará un producto mediático creativo, aplicando los conocimientos, habilidades y actitudes desarrollados a lo largo del taller para explorar las posibilidades políticas, culturales y educativas de los medios.

**TIEMPO:** 24 horas

APRENDIZAJES	ESTRATEGIAS	TEMÁTICA
<p>El alumno:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>? Elabora mensajes creativos, empleando recursos teóricos y técnicos a su alcance, y selecciona el medio adecuado para dirigirse a un público masivo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>? El profesor, con la participación del grupo, expondrá el tema de la importancia de la recepción activa y de la producción creativa de mensajes, de acuerdo con las características de cada medio.</li> <li>? El profesor decidirá si todo el grupo trabaja con un solo medio o si cada equipo selecciona el medio de su preferencia.</li> <li>? En uno u otro caso, los equipos de alumnos investigarán las características técnicas del medio asignado o seleccionado y presentarán el guión correspondiente.</li> <li>? Cada equipo elaborará mensajes ajustados a las características del medio asignado o seleccionado.</li> <li>? El profesor supervisará los mensajes elaborados por los equipo.</li> </ul>	<p>Medios y creatividad</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>? Producción para medios impresos               <ul style="list-style-type: none"> <li>✍ Investigación</li> <li>✍ Redacción</li> <li>✍ Edición</li> </ul> </li> </ul> <p>o, en su caso,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>? Producción radiofónica o audiovisual               <ul style="list-style-type: none"> <li>✍ Sinopsis</li> <li>✍ Guión Literario</li> <li>✍ Guión Técnico</li> <li>✍ Grabación</li> </ul> </li> </ul>

<p>? Valora los usos de Internet para ampliar sus conocimientos, mediante la selección adecuada de sus mensajes.</p>	<p>? Cada equipo utilizará el medio asignado o seleccionado para transmitir sus mensajes.</p> <p>? Los equipos presentarán su producto mediático ante el grupo.</p> <p>? El profesor expondrá la temática.</p> <p>? Para concluir el semestre, los alumnos, en equipo, bajarán de la red algunos mensajes significativos acerca de las funciones, posibilidades y usos de internet, organizarán tales mensajes, indicarán la fuente y justificarán el porqué de su selección.</p> <p>? Los equipos presentarán un reporte escrito y expondrán ante el grupo los resultados obtenidos.</p>	<p>? Internet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✍ Funciones</li> <li>✍ Posibilidades</li> <li>✍ Usos</li> </ul>
--	---	--

## EVALUACIÓN

- ✍ Participación en el grupo durante la exposición del profesor.
- ✍ Consulta sobre las características técnicas de producción para el medio asignado o seleccionado
- ✍ Elaboración de un guión o proyecto para medios impresos o audiovisuales.
- ✍ Elaboración de mensajes.
- ✍ Exposición del producto mediático.
- ✍ Reporte escrito sobre los usos, posibilidades y funciones de Internet.
- ✍ Exposición del producto final ante el grupo.

## BIBLIOGRAFÍA

Corral C., Manuel de Jesús, *Comunicación y vida. Taller de comunicación II*, Edere, México, 2004.

Kaplún, Mario, *Una pedagogía de la comunicación*, Ediciones de la Torre, Madrid, 1998.

Kapuscinski, Ryszard. *Los cínicos no sirven para este oficio*, Anagrama, Barcelona, 2002.

Mar Cruz, Piñol. *Enseñar español en la era de Internet. La www y la enseñanza del español como lengua extranjera*. Octaedro, España, 2002.

Maza, Enrique, *Medios de comunicación: Realidades y búsquedas*, Ed. de la Universidad de la Ciudad de México, México, 2003.

Moreno, Isidro, *La radio en el aula. Posibilidades para comunicar en forma creativa*, Octaedro, España, 1997.

Poloniato, Alicia, *Cine y comunicación*, Trillas, México, 1992.

## VIDEOGRAFÍA

*Las medios de comunicación*. Prensa, cine, radio, televisión. Televisa.. México. 20 minutos por medio.

**COMISION DE REVISION Y AJUSTE DE LOS PROGRAMAS DE ESTUDIO DE TALLER DE COMUNICACIÓN I Y II**

Cerrillos Sánchez Jesús Salvador, Corral Corral Manuel de Jesús, García Herrera Federico Antonio, Hernández Rodríguez, Rafael de Jesús, Nieto Cruz Rosa María, Regalado Baeza María Eugenia, Santa María Gallegos Leticia E., Vidal Blanco Julio.

