



DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	Taller de Comunicación Social				
CENTRO ACADÉMICO:	Centro de Ciencias Sociales y Humanidades				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	Comunicación				
PROGRAMA EDUCATIVO:	Licenciatura en Comunicación e Información				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2012	SEMESTRE:	6o.	CLAVE DE LA MATERIA:	20287
ÁREA ACADÉMICA:	Comunicación e Información Pública		PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	Enero-Junio	
HORAS SEMANA T/P:	8 Horas prácticas		CRÉDITOS:	8 Créditos	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	Presencial		NATURALEZA DE LA MATERIA:	Práctica	
ELABORADO POR:	Rebeca Padilla y Leticia Fuentes				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	Comunicación e Información Pública		FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Enero de 2020	

DESCRIPCIÓN GENERAL

Materia práctica, en el cual los alumnos analizarán y aplicarán los conocimientos, teorías, metodologías, estrategias y técnicas necesarias para la producción de mensajes y productos mediáticos con contenidos sociales, educativos, alternativos y culturales que den respuesta a las problemáticas sociales del contexto actual de acuerdo a las necesidades que se identifiquen en los usuarios.

Esta materia integrará lo aprendido en los tres ejes de formación, de los seis semestres anteriores, con la finalidad de que se puedan resolver, con apoyo de los profesores, situaciones o problemáticas reales situadas en el contexto social, y se generen productos comunicativos originales. En este curso se promoverá el sentido humanista de los estudiantes, atendiendo lo dispuesto en el modelo educativo institucional y se promoverá el trabajo en equipo y la responsabilidad para la entrega de productos con calidad. Por ser una materia práctica se requiere de apoyo en cuanto a espacio, equipamiento y mantenimiento de los insumos que permitan la correcta realización del taller.

La dinámica del taller será la siguiente:

1. Dos profesores, cada uno con un área de especialidad distinta, organizarán el trabajo de los alumnos, el cual será por equipos. Por ello, se requiere el acompañamiento y asesoría de más de un profesor.
2. Los profesores, desde su área de especialización, ofrecerán sesiones de exposición de teoría, métodos y técnicas, asesorías grupales e individuales, guiarán el trabajo de investigación documental y de campo de los alumnos, evaluarán y aprobarán su propuesta con base en sus evidencias y argumentos y supervisarán su desarrollo.
3. El taller implica evaluaciones colectivas, de ambos profesores, en las etapas clave del desarrollo del proyecto, en donde habrá sesiones de trabajo de todo el grupo o en grupos menores para presentar y discutir los avances.
4. Cada proyecto contará con sesiones de asesoría o trabajo con cada uno de los profesores, para que lo orienten desde su área de especialización.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)



El alumno tendrá los conocimientos y habilidades necesarias para desarrollar una propuesta formal de comunicación social basada en el análisis, diagnóstico situacional y de acuerdo a los objetivos de la institución, empresa, dependencia y OSC con que esté trabajando, considerando metas a corto, mediano o largo plazo. Esta propuesta implica la realización de productos comunicativos que den respuesta a problemáticas sociales.

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: La comunicación, el desarrollo y el cambio social. (24 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>1. El alumno comprenderá en qué consiste la perspectiva de la comunicación para el desarrollo y el cambio social y el papel que adquiere el comunicador en ella.</p> <p>2. El estudiante será capaz de analizar cómo se emplean recursos y producen mensajes comunicativos de diversa naturaleza para proyectos sociales.</p>	<p>a) Perspectivas históricas y tendencias actuales de la comunicación para el desarrollo y el cambio social.</p> <p>b) La comunicación y las tecnologías de la información y comunicación en la gestión de procesos, estrategias y la participación para el desarrollo humano y comunitario.</p> <p>c) El perfil del comunicador social en la comunicación para el desarrollo y el cambio social.</p> <p>d) Análisis de la diversidad y naturaleza de mensajes y productos comunicativos para el desarrollo y cambio social: Fotografía participativa Reportaje y documental crítico <i>Digital story telling</i> e-Fanzine Radio comunitaria y social Periodismo comunitario y social Radio y telenovela para el cambio social Cine social.</p>	<p>Gumucio, A. (2012).</p> <p>Tufte, T. (2012).</p> <p>Galindo, J. (2017).</p> <p>Zermeño, A., Navarrete, M. y Ameneiro, A. (2017).</p> <p>Padilla, R., Cervantes, M. y Guzmán, I. (2017).</p>

UNIDAD TEMÁTICA II: Análisis, diagnóstico y prácticas para la comunicación en proyectos sociales. (24 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>1. El estudiante será capaz de aplicar la metodología de la comunicación participativa para identificar necesidades de comunicación social en organizaciones de distinta naturaleza.</p>	<p>a) Las diversas organizaciones sociales en México y Aguascalientes y el diagnóstico de sus necesidades de comunicación social.</p> <p>b) La metodología de la comunicación participativa</p> <p>c) Trabajo de campo: acceso, análisis y diagnóstico de la organización.</p>	<p>Reygadas, R., (2005).</p> <p>Canal, M. P. (2014).</p> <p>Enz, A., Franco, V., Spagnuolo V. (2012).</p> <p>Cortéz, C. (2014).</p> <p>Tufte, T. y Mefalopulos, P. (2009).</p>

UNIDAD TEMÁTICA III: La propuesta creativa y el plan de comunicación. (24 horas aprox.)



OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
1. El alumno será capaz de generar un plan de comunicación integral que implique una propuesta de realización creativa y pertinente para el proyecto social de la organización en la cual se aplique.	a) Presentación de la propuesta b) Seguimiento con el usuario c) Desarrollo de la propuesta d) Implementación e) Evaluación	Enz, A., Franco, V., Spagnuolo V. (2012). Cortéz, C. (2014). Tufte, T. y Mefalopulos, P. (2009).

METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

Este taller se orientará a través de la metodología del aprendizaje basado en proyectos ya que "los estudiantes colaborativamente requieren aplicar conceptos, procesos, principios, metodologías, habilidades y actitudes significativas a un problema o situación real, que los mantiene con alta motivación. Los estudiantes planifican, implementan y evalúan resultados bajo un enfoque que puede articular varias disciplinas" y una metodología del aprendizaje-servicio debido a que "tiene el propósito de vincular los conocimientos académicos de una materia a la solución de un problema social o comunitario. Se potencian habilidades prosociales como la ciudadanía, participación social, empatía, democracia y, sobre todo, la oportunidad de retribuir socialmente a los menos favorecidos" (Pirela, 2014, p. 10 y 12).

RECURSOS DIDÁCTICOS

El taller se apoyará en sitios, bancos de datos y materiales en línea tanto de artículos como productos audiovisuales. El programa, los materiales de lectura, los criterios para realizar los trabajos, así como para su evaluación se colocarán en un sitio en la red.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Primera evaluación parcial. Realización de cinco prácticas. Se entregará un cuadernillo explicando el objetivo y criterios para su realización. 30%

Segunda evaluación parcial. Diagnóstico, plan de comunicación y propuesta de realización de productos comunicación participativa. 30%

Trabajo final. Realización del plan de comunicación, productos de comunicación participativa y evaluación. 40%

En cada uno de estos casos los profesores proporcionarán los criterios para su presentación, entrega y evaluación.

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS:

Canal, M. P. (2014). (Coordinadora) Contexto, *Cielos de ciudadanía. Sistematización de experiencias de 9 OSC en Aguascalientes*, (pp. 23 – 54). México: INDESOL/Fundación Ahora, A. C.

Cortéz, C. (2014). Formas de trabajo para la investigación acción. En Cortez, C., *Investigación y acción social. Formas de trabajo, experiencias y reflexiones*, (pp. 13-44). México: UAM.



Enz, A., Franco, V., Spagnuolo V. (Coords.) (2012). *Manual de comunicación para organizaciones sociales. Hacia una gestión estratégica y participativa*. Buenos Aires: Rivolín Srl. Recuperado el 25 de julio de 2014 de: http://www.comunia.org.ar/descargas/manual_de_comunicacion_para_organizaciones_sociales.pdf

Fernández, F. y Martínez, J. (2004) *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Barcelona: Paidós Papeles de Comunicación 22.

Galindo, J. (2017). Ingeniería en comunicación social. Breve presentación de un proyecto en construcción En Zermeño, A. I. (coordinadora) *Inclusión digital para la inclusión social*. Contextos teóricos, modelos de intervención y experiencias de inclusión, (pp.103 – 126). México: UCOL/Colofón.

Gumucio, A. (2012). Comunicación y cambio social raíces ideológicas y horizontes teóricos. En Martínez y Sierra (Coords.), *Comunicación y Desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local* (pp. 25-55). Barcelona: Gedisa.

Padilla, M. R., Cervantes, M. y Guzmán, I. C. (2017). Contextos teóricos, modelos de intervención y experiencias de inclusión La figura del tutor-facilitador en el modelo Enrédete. En Zermeño, A. I. (coordinadora) *Inclusión digital para la inclusión social*. Contextos teóricos, modelos de intervención y experiencias de inclusión, (pp. 223 – 240). México: UCOL/Colofón.

Reygadas, R. (2005). Aportes de la sociedad civil al desarrollo local de México, *Revista Futuros*, no. 11, Vol. III, <http://www.revistafuturos.info>

Tufte, T. (2012). Hacia un renacimiento de la comunicación para el cambio social. Redefiniendo la disciplina y la práctica en la era post - "Primavera Árabe". En Martínez, M. y Sierra, F. (Coords.), *Comunicación y Desarrollo. Prácticas comunicativas y empoderamiento local* (pp. 85-109) Barcelona: Gedisa.

Tufte, T. y Mefalopulos, P. (2009). *Participatory Communication. A Practical Guide*. (pp. 1 – 36) Washington: The World Bank.

Zermeño, A. I., Navarrete, M. y Ameneiro, A. (2017). Enrédete. Modelo de inclusión digital para la inclusión social En Zermeño, A. I. (coordinadora) *Inclusión digital para la inclusión social*. Contextos teóricos, modelos de intervención y experiencias de inclusión, (pp. 127 – 154). México: UCOL/Colofón.

Fuentes de consulta básicas para el análisis de la diversidad y naturaleza de mensajes y productos comunicativos para el desarrollo y cambio social

Digital Storytelling. Community uses of co-creative media. <http://digitalstorytelling.ci.qut.edu.au/linkage>

Restrepo, P. (2014). Del cine etnográfico al Documental Intercultural: Entre la representación y el cambio social. Recuperado el 14 de enero de 2015 de: https://www.academia.edu/8417331/DEL_CINE_ETNOGRÁFICO_AL_DOCUMENTAL_INTERCULTURAL_entre_la_representación_y_el_cambio_social

Valdivia, C. (2013). La imagen es tu voz: la fotografía participativa como herramienta de cambio social. En *Vamos haciendo camino...La investigación para el desarrollo en la PUCP/ Comunicación y cambio social*, 6 (5), 6-16, Lima:PUCP

Velarde, A. (2013). El documental como herramienta de empoderamiento para grupos sociales excluidos: La caravana documental. En *Vamos haciendo camino...La investigación para el desarrollo en la PUCP/ Comunicación y cambio social*, 6 (5), 28-30, Lima:PUCP



Villaseñor, E. (2014). La Fotografía Mexicana en el Marco de la Bienal de Fotoperiodismo. Fotografía, Fotoperiosimo, Fotodocumentalismo. Recuperado el 14 de enero de 2015 de: <http://www.fotoperiodismo.org/fotografiadocumental.pdf>

COMPLEMENTARIAS:

Cataño, M. M., Herrera, M. M. y Herrera, M. C. (2010). *Estrategias comunicativas entre jóvenes, con jóvenes y para jóvenes*. Ponencia presentada en el X Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación ALAIC 2010, Colombia, Bogotá. Recuperado el 13 de enero de 2014 de: <https://sites.google.com/site/alaicgtccs/proximo-congreso-1/ponencias-2010/ponencia-5>

Hemer, O. y Tufte, T. (2005). *Media and glocal change. Rethinking communication for development*, Buenos Aires: Nordicom/CLACSO. Recuperado el 13 de enero de 2014 de: <http://orecomm.net/2008/media-glocal-change-now-online/>

Krohling, C., Tufte, T., Vega, J. (editores) (2011). *Trazos de una otra comunicación para América Latina. Prácticas comunitarias, teorías y demandas sociales*, Baranquilla, Colombia: Universidad del Norte/ALAIC. Recuperado el 13 de enero de 2014 de: <http://orecomm.net/wp-content/uploads/2011/07/TrazosFullBook2011-opt.pdf>

Lovera, Sara (coord.) (2004). *Estrategias de comunicación y visibilidad para las organizaciones de la sociedad civil*. México, DF: Comunicación e información de la mujer AC. Recuperado el 13 de enero de 2014 de: http://www.cimac.org.mx/cedoc/publicaciones_cimac/1752_estrategias_com_y_visibilidad_para_las_osc.PDF

Maza, M. (2010). *Guión para Medios Audiovisuales. Cine, Radio y Televisión*. Alhambra Mexicana. México.

Morales Siller, N. G. (2010). *Propuesta para estudiar procesos comunicativos en una organización de la sociedad civil*. Ponencia presentada en el X Congreso Latinoamericano de Investigadores de la Comunicación ALAIC 2010, Colombia, Bogotá. Recuperado el 13 de enero de 2014 de: <https://sites.google.com/site/alaicgtccs/proximo-congreso-1/ponencias-2010/morales>

Pirela, G. (agosto-diciembre, 2014). "Metodologías didácticas centradas en el aprendizaje" en *Docere*, Revista del Departamento de Formación y Actualización Académica, año 5, número 11, UAA.

Salinas, B., Huerta, M. G., Porras, I. H., Amador, S. E. y Ramos, J. M. (2006). Uso significativo de la tecnología en la educación de adultos en el medio rural: Resultados de la aplicación piloto de un modelo. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 11 (28), 31-60. Recuperado el 13 de enero de 2014 de: <http://www.redalyc.org/pdf/140/14002804.pdf>

SITIOS:

Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica. <http://www.aler.org/index.php?lang=es>

Asociación Mundial de Radios Comunitarias. AMARC. <http://www.amarc.org/?q=es>

Asociación Mundial de Radios Comunitarias. América Latina y el Caribe. <http://alc.amarc.org/node/78>

Communication for Social Change Consortium. <http://www.communicationforsocialchange.org/mission>

Instituto de Estudios sobre Desarrollo y Cooperación Internacional. <http://www.hegoa.ehu.es/>

La iniciativa de Comunicación. Comunicación y medios para el desarrollo de América Latina y el Caribe. <http://www.comminit.com/la/category/sites/latin-america>

Red Voltaire. <http://www.voltairenet.org/article150342.html>