

## DATOS DE IDENTIFICACIÓN

<b>MATERIA:</b>	Taller de Comunicación Social				
<b>CENTRO ACADÉMICO:</b>	Centro de Ciencias Sociales y Humanidades				
<b>DEPARTAMENTO ACADÉMICO:</b>	Comunicación				
<b>PROGRAMA EDUCATIVO:</b>	Licenciatura en Comunicación e Información				
<b>AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:</b>	2012	<b>SEMESTRE:</b>	6o.	<b>CLAVE DE LA MATERIA:</b>	20287
<b>ÁREA ACADÉMICA:</b>	Comunicación e Información Pública		<b>PERIODO EN QUE SE IMPARTE:</b>	Enero-Junio	
<b>HORAS SEMANA T/P:</b>	8 Horas prácticas		<b>CRÉDITOS:</b>	8 Créditos	
<b>MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:</b>	Ambientes combinados		<b>NATURALEZA DE LA MATERIA:</b>	Práctica	
<b>ELABORADO POR:</b>	Rebeca Padilla y Leticia Fuentes / Norma Medina				
<b>REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:</b>	Comunicación e Información Pública		<b>FECHA DE ACTUALIZACIÓN:</b>	Enero de 2021	

## DESCRIPCIÓN GENERAL

Materia práctica en la 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 semestres anteriores, con la finalidad de resolver situaciones o problemáticas reales situadas en el contexto social y generar productos comunicativos originales. En este curso se promoverá el sentido humanista de los estudiantes, atendiendo lo dispuesto en el Modelo Educativo Institucional, así como el trabajo en equipo y la responsabilidad para la entrega de productos con calidad.

## 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 ONG 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. Las y los estudiantes comprenderán 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. Las y los estudiantes serán capaces 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> <p>Padilla, M. R. (2019)</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. Las y los estudiantes serán capaces 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. Las y los estudiantes serán capaces 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". Además, se utilizará 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).

Las clases permitirán la exposición, participación y asesoría para la entrega del trabajo final en equipos.

## RECURSOS DIDÁCTICOS

El taller se apoyará en sitios, bancos de datos y materiales en línea, tanto de artículos como de productos audiovisuales. El programa, los materiales de lectura, los criterios de realización y evaluación de los trabajos estarán disponibles en línea para los estudiantes, a través del Aula virtual y de la plataforma *Teams*.

## EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Primera evaluación parcial. Realización de prácticas de comunicación social:	30%
Segunda evaluación parcial. Diagnóstico, plan de comunicación y propuesta de realización de productos comunicativos:	30%
Trabajo final. Realización del plan de comunicación, productos y evaluación:	40%

## FUENTES DE CONSULTA

### BÁSICAS:

Canal, M. P. (coord.) (2014). *Contexto, cielos de ciudadanía. Sistematización de experiencias de 9 OSC en Aguascalientes*, (pp. 23 – 54). 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). UAM.



Enz, A., Franco, V., Spagnuolo V. (Coords.) (2012). *Manual de comunicación para organizaciones sociales. Hacia una gestión estratégica y participativa*. Buenos Aries: Rivolín Srl.  
[http://www.comunia.org.ar/descargas/manual\\_de\\_comunicacion\\_para\\_organizaciones\\_sociales.pdf](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*. Paidós, Papeles de Comunicación 22.

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

Padilla, M. R. (2019). *Itinerarios para organizaciones a favor de los jóvenes. Tecnologías de la Información y la Comunicación y Desarrollo*. UAA / Conacyt.

Padilla, M. R., Cervantes, M. y Guzmán, I. C. (2017). La figura del tutor-facilitador en el modelo Enrédade. En Zermeño, A. I. (coord.). *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*, III(11).  
<http://www.revistafuturos.info>

Reygadas, R. (2015). *Organizaciones de la Sociedad Civil en México. Retos, perspectivas y desarrollo social*. Instituto Nacional de Desarrollo Social y Centro de Estudios Ecuménicos. [http://indesol.gob.mx/cedoc/pdf/I\\_SOCIEDAD\\_CIVIL/TERCER\\_SECTOR\\_EN\\_MÉXICO/Organizaciones\\_de\\_la\\_sociedad\\_civil\\_en\\_México\\_Retos\\_perspectivas\\_y\\_desarrollo\\_social\\_Curso\\_1.pdf](http://indesol.gob.mx/cedoc/pdf/I_SOCIEDAD_CIVIL/TERCER_SECTOR_EN_MÉXICO/Organizaciones_de_la_sociedad_civil_en_México_Retos_perspectivas_y_desarrollo_social_Curso_1.pdf)

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). Gedisa.

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

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

**Fuentes de consulta básicas** para el análisis de la diversidad, 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. [https://www.academia.edu/8417331/DEL\\_CINE\\_ETNOGRÁFICO\\_AL\\_DOCUMENTAL\\_INTERCULTURAL\\_entre\\_la\\_representación\\_y\\_el\\_cambio\\_social](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.

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.



Villaseñor, E. (2014). La Fotografía Mexicana en el Marco de la Bienal de Fotoperiodismo. Fotografía, Fotoperiodismo, Fotodocumentalismo. <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. <https://sites.google.com/site/alaicgtccs/proximo-congreso-1/ponencias-2010/ponencia-5>

Garay, L. M. y Hernández, D. (coords.) (2019). *Alfabetizaciones digitales críticas. De las herramientas a la gestión de la comunicación*. UAM / Juan Pablos Editor.

Hemer, O. y Tufte, T. (2005). Media and glocal change. Rethinking communication for development. Nordicom/CLACSO. <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. Universidad del Norte/ALAIC. <http://orecomm.net/wp-content/uploads/2011/07/TrazosFullBook2011-opt.pdf>

Lovera, S. (coord.) (2004). *Estrategias de comunicación y visibilidad para las organizaciones de la sociedad civil. Comunicación e información de la mujer AC*. [http://www.cimac.org.mx/cedoc/publicaciones\\_cimac/1752\\_estrategias\\_com\\_y\\_visibilidad\\_para\\_las\\_osc.PDF](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.

Morales, 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, <https://sites.google.com/site/alaicgtccs/proximo-congreso-1/ponencias-2010/morales>

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

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. <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/>

Itinerarios para organizaciones a favor de los jóvenes. Tecnologías de la información y la comunicación para el desarrollo. <http://www.itinerariosparaorganizaciones.com/>

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>