



DATOS DE IDENTIFICACIÓN

MATERIA:	Taller de Comunicación para el Desarrollo y la Sustentabilidad Social				
CENTRO ACADÉMICO:	Ciencias Sociales y Humanidades				
DEPARTAMENTO ACADÉMICO:	Comunicación				
PROGRAMA EDUCATIVO:	Licenciado en Trabajo Social				
AÑO DEL PLAN DE ESTUDIOS:	2016	SEMESTRE:	Segundo	CLAVE DE LA MATERIA:	24387
ÁREA ACADÉMICA:	Lenguajes y Realización de Productos Comunicativos	PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	Enero – junio		
HORAS SEMANA T/P:	2T/2P		CRÉDITOS:	6	
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	Ambientes combinados	NATURALEZA DE LA MATERIA:	Teórico-Práctica		
ELABORADO POR:	Dra. Ana María Navarro Casillas / Mtra. Norma Medina Mayagoitia				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	Lenguajes y Realización de Productos Comunicativos	FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Enero 2021		

DESCRIPCIÓN GENERAL

Curso teórico práctico donde se reflexionará sobre los horizontes teóricos de la comunicación para el desarrollo y el cambio social, la comunicación participativa y el paradigma de la sustentabilidad social, al tiempo que desarrollan las habilidades para realizar un proyecto de intervención social apoyados en la producción de contenidos en diversos medios, especialmente los de carácter social. Esta materia tiene como precedente a Expresión Escrita en Trabajo Social y es antecedente de Trabajo Social de Grupos, Taller de Metodología de la Investigación Cuantitativa en Trabajo Social II, Taller de Metodología de la Investigación Cualitativa en Trabajo Social I, Taller de Metodología de la Investigación Cualitativa en Trabajo Social II, Taller y Práctica Comunitaria I, Taller y Práctica Comunitaria II, Taller y Práctica Comunitaria III, Taller y Práctica en Instituciones I, Taller y Práctica en Instituciones II y Taller y Práctica en Instituciones III. Además, se relaciona con Taller de Metodología de la Investigación Cuantitativa en Trabajo Social I, la cual se imparte en el mismo semestre. A través de los contenidos de esta materia, se atenderá parcialmente el cumplimiento del requisito de Formación Humanista.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al finalizar el curso, las y los alumnos habrán desarrollado una estrategia comunicativa para apoyar las intervenciones de participación, desarrollo y cambio que se promueven desde el trabajo social en los ámbitos familiar, organizacional o comunitario, a través del abordaje de las perspectivas teóricas comunicativas más recientes sobre tales conceptos y sobre los medios y procesos comunicativos, lo anterior en un marco de creatividad y calidad.

Código: FO-030200-13
Revisión: 02
Emisión: 13/12/11

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE

UNIDAD TEMÁTICA I: Comunicación, desarrollo y sustentabilidad: Conceptos y teorías (16 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Identificar las características del proceso de comunicación en general y para el desarrollo en particular, desde una perspectiva de sustentabilidad, a partir de bases teóricas consultadas y discutidas.	<ol style="list-style-type: none"> 1. La comunicación: definiciones, naturaleza y elementos constitutivos (emisores, receptores, mensajes y medios) 2. Conceptos y orientaciones de desarrollo 3. El proceso de la comunicación para el desarrollo 4. La sustentabilidad social 5. Comunicación para el cambio social y de comportamientos 6. Comunicación participativa 	1 – 5, 7-12 , 16 y 23
UNIDAD TEMÁTICA II: Medios y estrategia de comunicación para el desarrollo y la sustentabilidad social (22 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Diseñar una estrategia de comunicación con base en un diagnóstico particular y un análisis de los medios de comunicación que apoyen procesos de intervención del Trabajo Social.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los ámbitos de acción de la comunicación para el desarrollo y la sustentabilidad social 2. Diagnóstico de necesidades individuales, familiares, grupales y comunitarias para la estrategia de comunicación 3. Tipos de medios de comunicación para el desarrollo 4. Funciones de los medios de comunicación en la sociedad 5. Selección de medios de comunicación 6. Planteamiento de la estrategia de comunicación para el desarrollo y la sustentabilidad social 7. Participación de la comunidad en la estrategia de comunicación 	6, 14, 15, 17 y 22
UNIDAD TEMÁTICA III: Elaboración de productos comunicativos para el desarrollo y la sustentabilidad social (24 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
Realizar productos comunicativos acordes a las necesidades identificadas para promover el desarrollo y la sustentabilidad social, valorando su impacto a nivel comunitario.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Planeación para realizar distintos productos: fotografías, videos, periódicos, programas radiofónicos y televisivos, periódicos impresos y digitales, revistas, comics, películas, redes sociales y TIC 2. Procesos de producción y sus implicaciones de acuerdo al medio de comunicación 3. Evaluación de productos comunicativos para el desarrollo y la sustentabilidad social 	13, 18-21 y 24



METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA - APRENDIZAJE

El curso se desarrollará alternando clases expositivas sobre contenidos centrales de la materia con actividades individuales y en equipos para el análisis y la participación grupal. Asimismo, se llevarán a cabo sesiones tipo seminario para discutir lecturas previamente preparadas por las y los alumnos, a partir de la elaboración de reportes. Los contenidos de la materia se desarrollarán en el Aula virtual, combinando clases en línea en la plataforma *Teams* y en la medida de lo posible, se programarán sesiones presenciales para la realización de distintos productos comunicativos, a partir del diagnóstico de necesidades y de la estrategia diseñada por los equipos integrados para el trabajo final.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Durante el curso se dispondrá de materiales de lectura en internet, bases de datos y de la Biblioteca Virtual de la UAA para su consulta, los cuales se enlazarán a la plataforma del Aula virtual. Se utilizarán presentaciones de los contenidos y se exhibirán producciones audiovisuales y multimedia para su análisis. En apoyo a la elaboración de los productos comunicativos se aprovecharán distintos *softwares* y recursos tecnológicos.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Entrega de reportes de lectura:	30%
Examen parcial teórico:	20%
Proyecto de productos comunicativos	20%
Entrega y presentación final de productos comunicativos	30%
Total	100%

FUENTES DE CONSULTA

BÁSICAS:

1. Angel, A & Barranquero, A (2015) Mapa de objetos y perspectivas en comunicación, desarrollo y cambio social. *Universitas humanística* (81),91-118.
2. Burgé, P., Díaz, A. & Pato, P. (2009) *Comunicación Sostenible*. Universidad Pontificia.
3. Fernández Collado, C. (2001). *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*. Ed. McGraw Hill.
4. 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.
5. Gumucio, A & Tufte, T. (Comps.) (2008) *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*. Ed. Consorcio de Comunicación para el Cambio Social. South Orange.
6. Lovera, S. (Coord.) (2004). *Estrategias de comunicación y visibilidad para las organizaciones de la sociedad civil*. México, DF: Comunicación e información de la mujer AC. http://www.cimac.org.mx/cedoc/publicaciones_cimac/1752_estrategias_com_y_visibilidad_para_las_osc.PDF
7. 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>

Código: FO-030200-13
Revisión: 02
Emisión: 13/12/11



8. Sen, A. (1998). Las teorías del desarrollo a principios del siglo XXI. En L. Emmerij y J. Núñez (Comps.). *Cuadernos de Economía*, XVII (29),73-100.
9. Sen, A. (2000). *Desarrollo y libertad*. Planeta.
10. Sierra, F. (2002). *Comunicación, Educación y Desarrollo. Apuntes para una historia de la comunicación educativa*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
11. Tufte, T. (2015) *Comunicación para el cambio social. La participación y el empoderamiento como base para el desarrollo mundial*. Ed. Icaria Antrazy.
12. Tufte, T. & Mefalopulos, P. (2009). *Participatory Communication. A Practical Guide*. (pp. 1 – 36). The World Bank.
13. 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.
14. Valencia, J.C & Magallanes, C. (2015) Prácticas comunicativas y cambio social: potencia, acción y reacción. *Universitas humanística* (81),15-31.
15. 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.
16. Zermeño, A. (Coord.) (2017). *Inclusión digital para la inclusión social. Contextos teóricos, modelos de intervención y experiencias de inclusión*. México: UCOL/Colofón

COMPLEMENTARIAS:

17. Burin, D., Karl, I. & Levin, L. (2014). *Hacia una Gestión Participativa y Eficaz. Manual con Técnicas de Trabajo grupal para Organizaciones Sociales*. Ediciones CICCUS.
18. De-Andrés, S, et al. (2016) La imagen transformadora. El poder de cambio social de una fotografía: la muerte de Aylan. *Comunicar*, vol. 24, no. 47, 2016, p. 29+. *Academic OneFile*, go.galegroup.com/ps/i.do?p=AONE&sw=w&u=fondoconacyt&v=2.1&id=GALE%7CA459074276&it=r&asid=881518bfedacd2997a41e81c0bb277f8
19. Fernández, F. y Martínez, J. (2004). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Paidós, Papeles de Comunicación 22.
20. Guerra, Á. & Carrillo, M. G. (2006). Guía de elaboración de diapositivas, carteles y resúmenes para la presentación de trabajos científicos. *Revista Médica del IMSS*, 44 (Supl 2), 71-75. [http://residentesumf.mex.tl/imagesnew/4/7/5/8/5/1%20\(1\).pdf](http://residentesumf.mex.tl/imagesnew/4/7/5/8/5/1%20(1).pdf)
21. Ortega-Gaucín, D & Peña-García, A (2016) Análisis crítico de las campañas de comunicación para fomentar la “cultura del agua” en México. *Comunicación y Sociedad*, Nueva época, (26), 223-246.
22. Padilla, M. R. (2019). *Itinerarios para organizaciones a favor de los jóvenes. Tecnologías de la Información y la Comunicación y Desarrollo*. UAA / Conacyt.
23. Pérez-González, A. (2016) El espacio público en el paradigma de la sustentabilidad social. *Economía, Sociedad y Territorio*, XVI (50), 171-195.
24. Zalpa, G. (2019). *Teorías de la acción social y estrategias de intervención del trabajo social*. UAA.

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS:

Cambio social, biodiversidad y sustentabilidad del desarrollo (Cambios): un enfoque de investigación-acción participativa, desde actores sociales.
<http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales/article/view/3511>



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

Comunicación y medios para el desarrollo de América Latina y el Caribe.

<http://www.comminit.com/la/category/sites/latin-america>

Garcidueñas, P (2015) ¿Por qué un centro comunitario puede ser un buen programa de RSE?

<http://www.expoknews.com/por-que-un-centro-comunitario-puede-ser-un-buen-programa-de-rse/>

Prevención de la Violencia. Guía para el desarrollo de campañas de comunicación comunitaria para la prevención de la violencia y la delincuencia. <http://www.prevenciondelaviolencia.org/recursos/guias/guia-para-el-desarrollo-de-campanas-de-comunicacion-comunitaria-para-la-prevencion-de>

ONU. Objetivos de Desarrollo Sostenible. <http://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

ONU Mujeres. Divulgar y movilizar comunitarias y medios de comunicación.

<http://www.endvawnow.org/es/articles/219-divulgar-y-movilizar-comunitarias-y-medios-de-comunicacion.html>