



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:	2023	SEMESTRE:	Primero	CLAVE DE LA MATERIA:	31442
ÁREA ACADÉMICA:	Lenguajes y Realización de Productos Comunicativos	PERIODO EN QUE SE IMPARTE:	Agosto - diciembre		
HORAS SEMANA T/P:	HT: 2 HP: 2	CRÉDITOS:	6		
MODALIDAD EDUCATIVA EN LA QUE SE IMPARTE:	Presencial	NATURALEZA DE LA MATERIA:	Teórico-Práctica		
ELABORADO POR:	Dra. Leticia Fuentes Franco / Dra. Mónica Cervantes Velázquez / Mtra. Mayra Cortez Acosta				
REVISADO Y APROBADO POR LA ACADEMIA DE:	Lenguajes y Realización de Productos Comunicativos	FECHA DE ACTUALIZACIÓN:	Julio 2024		

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 se relaciona con Expresión escrita en Trabajo Social, Elaboración de diagnósticos sociales, es antecedente de Elaboración de Programas Sociales, Taller y práctica comunitaria I, II y III y Taller y práctica en Instituciones I, II y III.

Debido a que las y los licenciados en Trabajo Social *se desempeñan en el sector público, privado, organizaciones de la sociedad civil y en el ejercicio autónomo de la profesión, en áreas de: asistencia social, educación, salud, vivienda, procuración de justicia, penitenciaria, empresarial, medio ambiente, emergentes y de promoción social; en los diferentes niveles de intervención individual, familiar, grupal y comunitario, en el marco de los derechos humanos y la justicia social*, este taller es importante para que adquiera habilidades comunicativas y de producción necesarias para desenvolverse y comunicar a través de diferentes soportes mediáticos diferentes productos que atiendan necesidades sociales.

OBJETIVO (S) GENERAL (ES)

Al finalizar el curso, el estudiantado desarrollará 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 con trabajo colaborativo, empatía ante la diversidad sociocultural contemporánea, liderazgo, responsabilidad social y ambiental, innovación y pluralismo.

CONTENIDOS DE APRENDIZAJE



UNIDAD TEMÁTICA I: Conceptos básicos de comunicación, desarrollo y sustentabilidad (10 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>Al finalizar esta unidad, las y los estudiantes podrán identificar el concepto de comunicación, así como la incidencia de la comunicación y las características del proceso comunicativo.</p> <p>Identificarán también conceptos y particularidades de la comunicación para el desarrollo y el cambio social, desde una perspectiva de sustentabilidad.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. La comunicación: definiciones, naturaleza y elementos constitutivos (emisores, receptores, mensajes y medios) 2. Incidencia de la comunicación en los grupos 3. Conceptos y orientaciones de desarrollo social 4. El proceso de la comunicación para el desarrollo 5. La sustentabilidad social 6. Comunicación para el cambio social y de comportamientos 7. Comunicación participativa 	<p>1 – 5, 7-12 , 16 y 23</p>

UNIDAD TEMÁTICA II: Tecnologías y Medios de comunicación para el desarrollo y la sustentabilidad social (22 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>Al término de la unidad las y los estudiantes conocerán la variedad de medios de comunicación que pueden emplear para elaborar estrategias de comunicación para el desarrollo y la sustentabilidad social.</p> <p>Producirán contenidos para el cambio social a través de los diferentes medios y plataformas.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificación de las audiencias para la producción de medios de comunicación 2. Tipos de medios de comunicación para el desarrollo 3. Funciones de los medios de comunicación en la sociedad 4. Selección de medios de comunicación para el cambio social 5. Herramientas para edición y producción de medios sociales (paquetería, recomendaciones, programas) 6. Producción en medios sociales <ul style="list-style-type: none"> • Edición y producción de medios impresos y artículos editoriales • Edición y producción de productos auditivos • Edición y producción de productos audiovisuales • Edición y producción de contenidos para redes sociales 	<p>13, 18, 15, 21 y 22</p>

UNIDAD TEMÁTICA III: Estrategias de comunicación para el desarrollo y la sustentabilidad social (16 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA



<p>Al término de la unidad el estudiantado diseñará una estrategia de comunicación con base en un diagnóstico particular y un análisis de las y los receptores y los medios de comunicación que apoyen procesos de intervención propios del Trabajo Social.</p>	<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. Planteamiento de la estrategia de comunicación para el desarrollo y la sustentabilidad social <ul style="list-style-type: none"> • Tipos de estrategias 4. Participación de la comunidad en la estrategia de comunicación. 5. Evaluación de productos comunicativos y estrategias de comunicación para el desarrollo y la sustentabilidad social. 	<p>6, 14, 15, 17 y 22</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------

UNIDAD TEMÁTICA IV: Presentación de estrategias y productos comunicativos para el desarrollo y la sustentabilidad social (12 horas aprox.)		
OBJETIVOS PARTICULARES	CONTENIDOS	FUENTES DE CONSULTA
<p>Que las y los estudiantes aprendan diferentes formas para presentar las estrategias y productos comunicativos ante diferentes públicos.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. La presentación de productos y estrategias de comunicación social 2. Herramientas digitales 3. Medios tradicionales 4. El informe de evaluación 	<p>6, 14, 15, 17 y 22</p>

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 y contenidos previamente compartidos por el profesor y preparados por las y los alumnos, a partir de la elaboración de reportes.

Los contenidos de la materia se compartirán en Aula virtual, herramienta que también funcionará como repositorio de los productos comunicativos y estrategias que se vayan realizando a partir del diagnóstico de las necesidades y de la estrategia diseñada por los equipos integrados.

Parte de los contenidos se trabajarán en los laboratorios de producción audiovisual del Departamento de Comunicación para planear y realizar distintos productos comunicativos, a partir del diagnóstico de necesidades y de la estrategia diseñada. Los productos elaborados serán expuestos ante el grupo y ante las autoridades.

RECURSOS DIDÁCTICOS

Durante el curso se dispondrá de materiales de lectura en internet y Aula Virtual. Se utilizarán los recursos del aula (pantalla y audio) para compartir presentaciones y exhibir producciones audiovisuales y multimedia para su análisis.

En apoyo a la elaboración de los productos comunicativos se podrán solicitar las cabinas de radio y el estudio de fotografía y televisión del Departamento de Comunicación.



Se hará uso también de cámara fotográfica, celular, materiales impresos, collage y una serie de herramientas y artículos que ayuden a la comunicación visual de los mensajes.

EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Participación en clase con los reportes de lectura: (el 15% se obtendrá mediante el registro de las intervenciones que realizarán las y los estudiantes en clase, al momento de compartir sus comentarios acerca de las lecturas)	15%
Examen parcial teórico:	20%
<ul style="list-style-type: none"> • El examen se realizará en los tiempos aprobados por Consejo y en él se evaluarán los aspectos teóricos de la primera unidad 	
Elaboración de productos comunicativos	40%
<ul style="list-style-type: none"> • Entrega de impresos/escritos (10%) • Entrega de productos auditivos (10%) • Entrega de productos audiovisuales (10%) • Productos en redes sociales (10 %) 	
Elección y presentación de la estrategia de comunicación para el desarrollo y el cambio social	15%
Presentación final de estrategias y productos comunicativos	10%
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 no.81*, 91-118
2. Burgé, P., Díaz, A. & Pato, P. (2009) *Comunicación Sostenible*. Universidad Pontificia; Madrid.
3. Fernández Collado, C. (2001). *La comunicación humana en el mundo contemporáneo*. Ed. McGraw Hill, Segunda Edición, México
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). Barcelona: 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, New Jersey
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. Recuperado de: 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*. Baranquilla, Colombia: Universidad del Norte/ALAIC. Recuperado de: <http://orecomm.net/wp-content/uploads/2011/07/TrazosFullBook2011-opt.pdf>
8. Sen, A. (1998). Las teorías del desarrollo a principios del siglo XXI. En L. Emmerij y J. Núñez (Comps.). *Cuadernos de Economía, Vol. XVII, no. 29*, 73-100
9. Sen, A. (2000). *Desarrollo y libertad*. Barcelona: Planeta



10. Sierra, F. (2002). *Comunicación, Educación y Desarrollo. Apuntes para una historia de la comunicación educativa*. Sevilla, España: 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*. España: Ed. Icaria Antrazy
12. Tufte, T. y Mefalopulos, P. (2009). *Participatory Communication. A Practical Guide*. (pp. 1 – 36) Washington: 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 no.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*. Argentina: 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=881518bfdacd2997a41e81c0bb277f8
19. Fernández, F. y Martínez, J. (2004). *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Barcelona: Paidós Papeles de Comunicación 22.
20. Guerra, Á. y 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. Recuperado de: [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, núm. 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*. México: UAA / Conacyt
23. Pérez-González, A. (2016) El espacio público en el paradigma de la sustentabilidad social. *Economía, Sociedad y Territorio*, Vol. XVI, núm. 50, 171-195

REFERENCIAS ELECTRÓNICAS:

- Cambio social, biodiversidad y sustentabilidad del desarrollo (Cambios): un enfoque de investigación-acción participativa, desde actores sociales. Recuperado de: <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/perspectivasrurales/article/view/3511?>
- Communication for Social Change Consortium*. Recuperado de: <http://www.communicationforsocialchange.org/mission>
- Comunicación y medios para el desarrollo de América Latina y el Caribe. Recuperado de <http://www.comminit.com/la/category/sites/latin-america>
- Garcidueñas, P (2015) ¿Por qué un centro comunitario puede ser un buen programa de RSE? Recuperado de: <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>