



COLEGIO DE
BACHILLERES

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

TALLER DE ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN I

SECRETARÍA ACADÉMICA
DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN ACADÉMICA
COORDINACIÓN DEL SISTEMA DE ENSEÑANZA ABIERTA

SEPTIEMBRE DE 1993

CLAVE: **674**
CRÉDITOS: **6**
HORAS: **3**

P R E S E N T A C I Ó N

El programa de estudios de la asignatura **TALLER DE LECTURA Y REDACCIÓN I** tiene la finalidad de informar a los profesores sobre los aprendizajes que se esperan lograr en el estudiante, así como sobre la perspectiva teórico-metodológica y pedagógica desde la que deberán ser enseñados. El programa se constituye así en el instrumento de trabajo que le brinda al profesor elementos para planear, operar y evaluar el curso.

El programa contiene los siguientes sectores:

MARCO DE REFERENCIA

Está integrado por: Ubicación, Intención y Enfoque.

La **ubicación** proporciona información sobre el lugar que ocupa la asignatura al interior del plan de estudios y sobre sus relaciones horizontales y verticales con otras asignaturas.

Las **intenciones de materia y asignatura** informan sobre el papel que desempeña cada una de ellas para el logro de los propósitos educativos del Colegio de Bachilleres.

El **enfoque** informa sobre la organización y el manejo de los contenidos para su enseñanza.

La **base del programa** concreta las perspectivas educativas señaladas en el marco de referencia a través de los objetivos de unidad y los objetivos de operación para temas y subtemas.

Los *objetivos de unidad* expresan, de manera general, los conocimientos, habilidades, valores y actitudes que constituyen los aprendizajes propuestos; los *objetivos de operación para temas y subtemas* precisan los límites de amplitud y profundidad con que los contenidos serán abordados y orientan el proceso de interacción entre contenidos, profesor y estudiante, es decir, señalan los aprendizajes a obtener (el “qué”), los conocimientos o habilidades que se requerirán para lograrlo (el “cómo”) y la función de dichos aprendizajes dentro de cada unidad o tema (el “para qué”).

ELEMENTOS DE INSTRUMENTACIÓN

Incluyen las estrategias didácticas, la carga horaria, las sugerencias de evaluación, la bibliografía y la retícula.

Las **estrategias didácticas**, derivadas del enfoque, son sugerencias de actividades que el profesor y los estudiantes pueden desarrollar durante el curso para lograr los aprendizajes establecidos con los objetivos de operación.

La **carga horaria** está determinada por la amplitud y la profundidad de los contenidos y por lo mismo, permite planear la aplicación de las estrategias didácticas y ponderar los pesos para la evaluación sumativa.

Las **sugerencias de evaluación** son propuestas respecto a la forma en que se puede planear y realizar la evaluación en sus modalidades diagnóstica, formativa y sumativa.

La **bibliografía** se presenta por unidad y está constituida por los libros y publicaciones que se requieren para apoyar y/o complementar el aprendizaje de los distintos temas por parte del estudiante. Está organizada en básica y complementaria, también puede orientar al profesor en la planeación de sus actividades.

La **retícula** es un modelo gráfico que muestra las relaciones entre los objetivos y la trayectoria propuesta para su enseñanza.

Para la adecuada comprensión del programa se requiere una lectura integral que permita relacionar los sectores que lo constituyen. Se recomienda iniciar por la lectura analítica del apartado correspondiente al marco de referencia, debido a que en éste se encuentran los elementos teóricos y metodológicos desde los cuales se abordarán los contenidos propuestos en los objetivos de operación.

UBICACIÓN

Este programa corresponde a la asignatura de **Taller de Análisis de la Comunicación I** que se imparte en el 5° semestre y, junto con la asignatura de Taller Análisis de la Comunicación II, constituye la materia de Taller de Análisis de la Comunicación.

La materia se ubica en el Área de Formación Específica que es un espacio de flexibilidad para la Institución, ya que permite incluir contenidos de interés en virtud de necesidades de carácter regional o local, y para el estudiante ya que favorece su capacidad de elección. Las finalidades de esta área son:

- Ampliar, profundizar o aplicar los conocimientos generados en el Área de Formación Básica, al abordarlos desde una perspectiva integradora y multidisciplinaria o al relacionarlos con conocimientos nuevos.
- Canalizar los intereses y complementar la formación del estudiante como bachiller.
- Brindar al estudiante una preparación de carácter introductoria, para la adquisición de técnicas básicas y la construcción de habilidades cognitivas especiales.

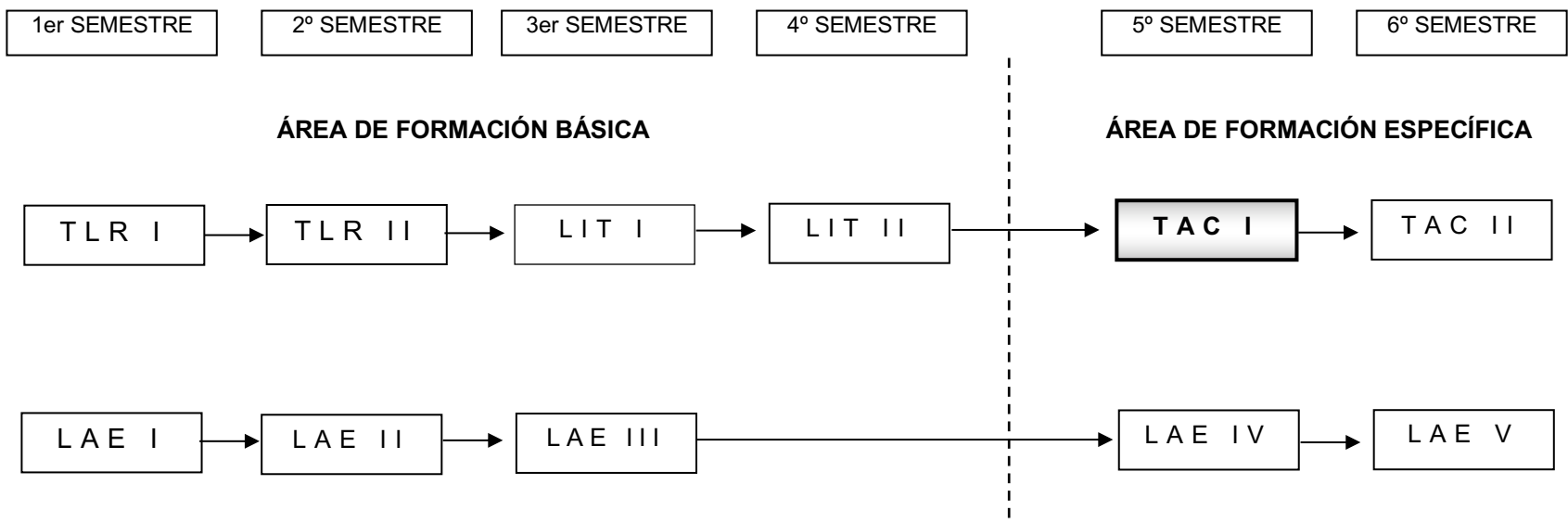
La materia de Taller de Análisis de la Comunicación forma parte del Campo de Conocimientos de Lenguaje–Comunicación, cuya finalidad es desarrollar en los alumnos la habilidad para el manejo de diferentes códigos lingüísticos, comenzando por el de la lengua materna –español– en sus funciones informativa y poética (o artística o literaria), para posteriormente continuar con la comprensión de lectura en una lengua adicional –inglés o francés– y, finalmente, utilizar los conocimientos adquiridos en los análisis de los diversos sistemas y medios de comunicación. En el caso de los códigos lingüísticos se considera a la lectura como el eje alrededor del cual se desarrollarán las demás habilidades de la lengua bajo la perspectiva del enfoque comunicativo. Para el manejo del código literario, la interpretación de éste se realizará tomando como base el análisis estructural, intratextual y contextual.

Por lo que respecta al análisis de los mensajes que transmiten los medios de comunicación masiva, tomamos como eje la irrupción de los mensajes transmitidos por los medios dentro de nuestra cultura, así como su importancia en la transformación de los procesos culturales.

La comprensión en los códigos comunicativos y los procesos de comunicación que se dan a nivel social son parte del conocimiento que sirve de base a los estudiantes para poder realizar los análisis de mensajes y ubicarlos en una posición frente a los medios.

A través del análisis de los diferentes códigos, el estudiante comprenderá que la realidad se presenta codificada, lo cual le permitirá acercarse a conocimientos básicos de otros campos de conocimiento, de la cultura en general y acceder a aprendizajes más completos.

El Campo de Conocimientos de Lenguaje-Comunicación está constituido por las siguientes materias: Taller de Lectura y Redacción (TLR), Literatura (LIT), Lengua Adicional al Español (Inglés-Francés) (LAE) y Taller de Análisis de la Comunicación (TAC), cuyas relaciones entre sí se ilustran en el siguiente diagrama:



Taller de Lectura y Redacción contribuye al logro de la finalidad del Campo de Conocimientos al desarrollar en los estudiantes las habilidades de lectura de textos con carácter científico, periodístico y literario; así como las habilidades de redacción y expresión oral enmarcados en algunas actividades referentes al proceso de investigación documental. Estas habilidades permiten al estudiante enfrentarse a los problemas de comunicación que el medio social les presente.

Literatura promueve en los estudiantes el interés y el gusto por la lectura al sensibilizarlos en la apreciación del texto literario en sus diferentes géneros: narrativo, dramático y poético, a través de la lectura, comentario y valoración del contenido de las diversas obras.

Lengua Adicional al Español, del Área de Formación Básica, contribuye al logro de la finalidad del campo de conocimientos a partir del manejo de un código diferente al de la lengua materna, desarrollando en los estudiantes la habilidad para comprender material impreso.

Este desarrollo se inicia con una etapa de familiarización de elementos para resolver problemas léxicos y sintácticos y, posteriormente, utilizando estrategias y habilidades de lectura, aspectos de cohesión y coherencia y funciones retóricas.

Taller de Análisis de la Comunicación aporta al estudiante conocimientos para el análisis, interpretación y valoración del contenido de los mensajes generados por los medios de comunicación masiva; medios impresos (cómic, cartel) y audiovisuales (radio, televisión y cine). Asimismo, proporciona elementos de reflexión sobre el impacto de los medios masivos en la cultura, buscando fomentar en el estudiante una visión crítica frente a los medios.

Lengua Adicional al Español, del Área de Formación Específica, prosigue el desarrollo de habilidades de lectura en lengua extranjera, a partir de la lectura de apartados textuales de información general, narrativos y de argumentación científica que preparen al estudiante en la obtención de información de otros campos de estudio.

Dentro del Campo de Conocimientos de Lenguaje–Comunicación, Taller de Análisis de la Comunicación I se relaciona tanto con Taller de Lectura y Redacción I y II como con Literatura I y II, pues estas asignaturas preparan al estudiante en la lectura y decodificación de textos, habilidades necesarias para el Taller. De igual manera se relaciona directamente con Taller de Análisis de la Comunicación II, pues además de ser asignaturas de la misma materia, la primera presenta al estudiante los elementos para analizar los distintos medios de comunicación, en este caso, los medios impresos.

En Taller de Análisis de la Comunicación II este análisis será la base para que el estudiante se enfrente a la decodificación del sentido de los mensajes en medios de comunicación cuya estructura y lenguaje son más complejos, como lo son los medios audiovisuales. La secuencia que se establece entre ambos talleres es también una secuencia histórica en cuanto a la aparición y desarrollo de los medios masivos de comunicación, considerando la complejidad de los mensajes que se presentan en cada medio.

Por otro lado, la asignatura de Taller de Análisis de la Comunicación I también se relaciona con las demás asignaturas que corresponden al mismo semestre, relaciones que se establecen de la siguiente forma:

La asignatura de Economía I apoya de manera indirecta al Taller de Análisis de la Comunicación I al aportar un conocimiento acerca de ordenamiento económico del ámbito social en donde se desenvuelven y expresan los medios de comunicación colectiva, lo que da una visión más amplia y completa de éstos. Asimismo, la asignatura de Introducción a la Antropología I brinda el conocimiento de la expresión cultural y significación de producciones colectivas realizadas para la comunicación, lo que ayuda a entender y centrar a los medios como empresas colectivas de producciones culturales. Por último, Sociología I aporta al Taller de Análisis de la Comunicación I aspectos de la comunicación social para iniciar una posible explicación de su función y el porqué de la necesidad y presencia de los medios de comunicación.

INTENCIÓN

La materia de Taller de Análisis de la Comunicación tiene como intención: que el estudiante analice el contenido de los mensajes que se transmiten en los medios de comunicación, a partir de reconocer su estructura, la función de los elementos que conforman al mensaje y haciendo hincapié en el impacto que éstos tienen en la comunicación interpersonal, grupal, social y en la cultura del país, con la finalidad de adquirir una posición crítica del estudiante frente al papel que cumplen en la sociedad los medios de comunicación.

La asignatura de Taller de Análisis de la Comunicación I se plantea como intención: *dotar al estudiante de los elementos de una metodología de análisis que le permitan obtener parámetros para decodificar el sentido de los mensajes en algunos medios impresos de comunicación (cómic, carteles), ubicando los siguientes niveles de análisis: elementos que conforman el mensaje, impacto social y cultural en la realidad de su comunidad y manejo de contenidos e intención de las emisiones, con la finalidad de que observe los efectos que se generan en el receptor.*

ENFOQUE

El enfoque se define como la perspectiva desde la cual se estructuran los contenidos y se establece la metodología a seguir para la enseñanza y aprendizaje. En este orden, el enfoque se divide en dos aspectos: el disciplinario y el didáctico.

En el aspecto disciplinario

Los mensajes que se promueven en los medios de comunicación han generado no sólo discursos con lenguajes muy característicos –según el medio que los genere–, sino también han irrumpido en el medio cultural del país. Grandes empresas de comunicación masiva desarrollan y proporcionan una serie de elementos que al vivirse cotidianamente, sin ningún tipo de cuestionamiento, se vuelven parte de nuestra cultura. De hecho, partimos de que los medios promueven “una visión de la cultura” que se “fabrica” y se consume como si fuera una propuesta de vida sin alternativas de cambio e imposibilitando todo sentido crítico que cuestione los medios, sus mensajes y la “cultura” que generan.

Por lo tanto, se propone que la materia de Taller de Análisis de la Comunicación sea abordada a partir de un enfoque que se inserta dentro de la Educación para la percepción o Percepción crítica, postura que enfatiza su interés en el *análisis de la intención del emisor a partir de los mensajes que éste propone para el receptor e involucrando a éste como parte activa en el proceso de comunicación*. Esta educación para la percepción engloba las siguientes consideraciones:

- a) Más que una propuesta teórica, es una postura crítica frente a los mensajes de los medios; que parte de la teoría culturológica, en la investigación de la comunicación, en donde el receptor no es depositario del mensaje sino parte activa del proceso.

- b) Esta postura crítica requiere metodologías de análisis que pueden ser tomadas de una o varias corrientes teóricas; es importante utilizar diferentes categorías de análisis que permitan al estudiante adoptar una posición crítica frente a los medios.
- c) En este sentido, el eje de las actividades del taller es el *análisis constante de mensajes*, que le sirva al estudiante *para reflexionar críticamente sobre su ámbito comunicativo*.
- d) El concepto de “receptor” supone un individuo pasivo, acrítico y no participante en el ámbito comunicativo. Desde la perspectiva propuesta se concibe al *sujeto* como *activo, crítico y con capacidad de respuesta* frente a los mensajes que percibe, en este sentido se retoma el concepto de “perceptor”.

Así, los paradigmas del análisis tendrán dos elementos a considerar:

- 1) Contextualizar a los medios de comunicación como empresas que inciden en la sociedad, a través de los mensajes que transmiten, haciendo hincapié en sus “propuestas culturales para los perceptor”.
- 2) El análisis de los mensajes, ubicando en los mismos: a) La intención del emisor; b) Su mensaje social y cultural; c) El uso del lenguaje que se utiliza en la retórica del proceso comunicativo; d) El contexto ideológico, político y social del mensaje en relación con el espacio, tiempo y receptor.

Por esta razón, es necesario educar para una recepción que posibilite que el alumno analice e interprete los mensajes que transmiten los medios.

Este enfoque permite organizar los contenidos de la asignatura que conforman la materia desde diversas perspectivas de construcción del conocimiento; en este programa se ha optado por: 1) Determinar la comunicación y su proceso como necesidad social; 2) Diferenciar los contextos de la comunicación personal con la de los medios, ubicando a éstos como empresas dentro de un marco social, político y cultural en nuestro país; 3) Desarrollar la teoría de la comunicación bajo parámetros culturales y sociales, haciendo hincapié en los cómics, carteles, radio, televisión y cine, analizando los mensajes a partir de la intención del emisor y el núcleo social al que se dirige el mensaje.

En el aspecto didáctico

El desarrollo del proceso enseñanza-aprendizaje supone que el sujeto no sólo aprende de los contenidos sino también de la forma en que éstos se enseñan. Si se pretende que el estudiante adquiera habilidades lógico-metodológicas, desarrolle actitudes positivas frente a la disciplina y sea crítico, es necesario utilizar modelos pedagógicos que posibiliten estos fines.

En este sentido, el modelo educativo del Colegio de Bachilleres plantea una concepción pedagógica que, fundamentada en la filosofía, los valores, principios y fines de la Institución, sigue el camino para la construcción del conocimiento.

La construcción del conocimiento exige trascender los saberes y estructuras de pensamiento previos e integrarlos en otros más complejos; una forma de lograrlos es través del proceso de desestructuración-reestructuración del conocimiento, que puede iniciarse con una problematización que desencadene el proceso. Concretamente, en el proceso de aprendizaje, se desestructura al estudiante cuando éste no puede resolver un problema (planteado por él mismo o por el profesor) a partir de sus conocimientos, es decir, cuando se provoca –de manera dirigida– un desequilibrio entre sus saberes (conocimientos y habilidades), valores y actitudes y los propuestos por el programa de estudio.

Las situaciones alrededor de las cuales se plantearán los problemas deben ser o hacerse significativas para el estudiante y abarcan dos dimensiones: la realidad misma del estudiante, lo que implica tomar su esquema referencial, es decir, considerar sus saberes y hacer, su situación personal, familiar y social, sus expectativas, inquietudes, intereses y necesidades; así como también, la problemática de que se ocupan las ciencias, lo que significa ponerlo en contacto con el estado que presenta el conocimiento científico en la actualidad y sus perspectivas.

Por ello se recomienda iniciar el proceso educativo con el planteamiento de un problema o la presentación de un fenómeno, para que el estudiante cuestione, interroge y, finalmente, busque respuestas y explicaciones, ejercitando su razonamiento y confrontándolo con sus referentes previos; esto asigna al profesor el papel de diseñador de situaciones y promotor del aprendizaje.

En el Taller de Análisis de la Comunicación I, el estudiante se enfrentará a un mensaje del cual deberá especificar qué dice, cómo lo dice y qué podría existir más allá de lo que dice, a fin de generar en él la necesidad de que busque explicaciones ante estos fenómenos, como punto de partida para su aprendizaje.

Para resolver el problema o explicar el fenómeno presentado, es decir, para lograr la reestructuración, se requiere de un conjunto de condiciones y acciones que faciliten la interacción del estudiante con el objeto de conocimiento, misma que debe darse a través del conocimiento y manejo de los métodos como medio para la apropiación constructiva del conocimiento.

El conocimiento y manejo de los métodos permite que el estudiante reconozca las formas específicas de acercamiento, manipulación, asimilación, reacomodo y construcción de un objeto de conocimiento, además de que generará en él una disciplina de investigación y de estudio en la que pondrá en juego el gusto por aprender. Por ello es conveniente considerar a los métodos como medio y no como un fin, es decir, no como algo que debe ser conocido en sí y por sí, como un saber desvinculado de otros, sino como una herramienta útil en el proceso de construcción y apropiación de conocimientos.

En el Taller de Análisis de la Comunicación I, el método de análisis no es único, no parte de una concepción teórica en particular, sino que el profesor deberá conjugar las diferentes posturas teóricas según los niveles que conforman la estructura, la función y la ideología del mensaje, de tal manera que los conceptos aprendidos deben guiar al alumno hacia el análisis de los mensajes que recibe en su cotidianidad a partir de una serie de conocimientos y habilidades referidos a la decodificación de mensajes y su contextualización en el medio social y cultural en el cual se emiten.

En este proceso es necesario que el estudiante incorpore información pertinente a los contenidos del programa de estudio, la cual debe ser asumida por el estudiante como un producto propio, para ello deberá contrastar sus soluciones a la problemática dada con la información que le permita encontrar los conceptos que la engloban y explican, de manera que los incorpore en un proceso de construcción del conocimiento, es decir, que no los “adquiera” a través de una memorización acrítica, ni que los vea como algo aislado o ajeno a su realidad, sino que los adopte y retenga como respuesta a situaciones que para él mismo son significativas.

En este sentido, Taller de Análisis de la Comunicación busca que el estudiante confronte la realidad cultural, política y social con el discurso de propuestas comunicativas que se genera a través de los medios, a fin de hacerlo conciente de su papel como perceptor y no únicamente como receptor de mensajes.

Una vez que el estudiante se ha apropiado de conocimientos nuevos para él, debe verificar si son correctos y suficientes, mediante su aplicación a la problemática planteada y, posteriormente, reforzarlos probando su validez o utilidad en otras situaciones. La aplicación es la expresión de la forma en que se han modificado los conocimientos del estudiante y se manifiesta en los momentos en que éste puede poner en práctica dichos conocimientos en un nivel de mayor complejidad.

Una forma en la cual el estudiante puede observar la utilidad de los conocimientos y habilidades adquiridas en la asignatura es, precisamente, relacionar estos aprendizajes con otras asignaturas o con la realidad que lo circunda, así como sus posibles aplicaciones en la vida cotidiana. Taller de Análisis de la Comunicación I, posibilita que el estudiante genere una postura crítica respecto al “bombardeo” y estímulos de los mensajes, ya que el perceptor modifica sus pautas de conducta por la influencia que sufre a partir de los contenidos que se transmiten en los medios de comunicación.

Finalmente, el estudiante deberá realizar diferentes actividades intra o extra clase, tendientes a consolidar lo aprendido e integrar el conocimiento; éstas pueden ser investigaciones, experimentos, ensayos, exposiciones, etc., a través de los cuales pueda percatarse de la importancia y utilidad de la disciplina en su mundo cotidiano, de las relaciones de ésta con otros campos de conocimiento y de sus posibles aplicaciones para la solución de nuevos problemas de su realidad inmediata.

Con ello se logrará la consolidación, la cual implica el logro de una estabilidad temporal en las estructuras de pensamiento alcanzadas por el estudiante, en un nivel de mayor complejidad. Dichas estructuras deberán ser sometidas a un nuevo proceso de desestructuración-reestructuración para llegar a conceptos más complejos.

En este camino es fundamental la retroalimentación por parte del profesor, ya que ésta permitirá al estudiante observar y corregir sus errores, así como valorar sus aciertos en función de sus propios resultados, desarrollando una actitud crítica y participativa frente a su propio aprendizaje.

Por esta razón, una vez que el estudiante se ha apropiado del conocimiento pertinente y familiarizado con los elementos teórico-metodológicos para analizar los mensajes que se emiten en los medios, es necesario orientarlo hacia diversas formas de aplicación de los conocimientos y habilidades adquiridas, el Taller de Análisis de la Comunicación I orienta al estudiante hacia un cambio de postura

frente a los medios; de la pasividad a la crítica y de la recepción a la percepción que involucre su capacidad de análisis a fin que el estudiante se observe como sujeto y no como objeto frente a mensajes.

Por lo tanto, la asignatura debe ser trabajada con taller, donde el profesor asuma el papel de guía que orienta y dirige al estudiante en la adquisición de los conocimientos y métodos que le permitan analizar los diversos medios de comunicación, de tal manera que se realice un intercambio continuo de experiencias entre maestro y estudiante, siendo ambos copartícipes de la práctica realizada.

El taller se trabajará con las siguientes características:

- La actividad del estudiante debe ser el eje del proceso enseñanza-aprendizaje, de tal modo que el estudiante aprenda observando, diseñando, investigando, analizando y construyendo.
- El taller requiere de la elaboración de trabajos concretos como resultado de las actividades que en él se realizan (monografías, ensayos, reseñas críticas, reportes de lectura, interpretación de mensajes, etc.).
- El desempeño, por parte del profesor, como conductor, asesor o consultor que sugiere y orienta las actividades.
- Sesiones de trabajo intensas para promover el aprendizaje.
- La evaluación del aprendizaje mediante la supervisión de trabajo individual y grupal.
- En el taller se aplicarán elementos teórico-metodológicos para el análisis de los diversos medios.

- El estudiante debe ser partícipe de su evaluación.

- Se requiere de la organización del trabajo grupal, donde:
 - se utilicen dinámicas grupales e interactivas,
 - el profesor determine puntualmente las características y el procedimiento para la presentación de los trabajos,
 - el estudiante contribuya con su aportación individual al trabajo grupal.

UNIDAD 1. EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN**CARGA HORARIA: 10 HRS.**

OBJETIVO: El estudiante conocerá los elementos del proceso de la comunicación así como sus diferentes tipos, formas y funciones, mediante la identificación de los diferentes elementos que conforman el proceso comunicativo enfatizando en su papel de perceptor, a fin de que comprenda estas nociones en análisis posteriores.

OBJETIVOS DE OPERACIÓN	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS SUGERIDAS
<p>1.1 El estudiante caracterizará los conceptos de información y comunicación, mediante la comparación de ambos, para determinar diferencias y semejanzas entre estos conceptos.</p> <p>1.2 El estudiante ubicará su participación en la producción y recepción de mensajes mediante el análisis de las relaciones entre los elementos: emisor, receptor, medio, código y mensaje, a fin de comprender el proceso de comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none">- A partir de ejemplos concretos de su realidad cotidiana y en una discusión grupal, el estudiante descubrirá las semejanzas y diferencias entre información y comunicación y enseguida elaborará un esquema descriptivo con la caracterización de ambos conceptos. - Utilizando ejemplos concretos el profesor inducirá al estudiante a descubrir los elementos del proceso de comunicación y éste elaborará un diagrama de los componentes. - El estudiante investigará bibliográficamente otros modelos de representación del proceso de comunicación.

OBJETIVOS DE OPERACIÓN	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS SUGERIDAS
<p>1.2.1 El estudiante caracterizará los elementos: emisor, receptor, medio, código y mensaje, a partir de la determinación de sus funciones, para establecer sus relaciones en el proceso de comunicación.</p> <p>1.2.2 El estudiante analizará la función del sujeto en el proceso de comunicación, mediante la reflexión sobre experiencias comunes al grupo en relación con los medios, para determinar el papel individual en el proceso de comunicación.</p> <p>1.3 El estudiante identificará algunas formas y tipos de comunicación presentes en el contexto socio-cultural, mediante el contraste entre distintas expresiones de comunicación, a fin de conformar criterios sobre su relación con los medios en su vida cotidiana.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El profesor dará las conclusiones del tema utilizando la investigación bibliográfica del estudiante, destacando el papel que juegan el emisor, el mensaje, el medio, el canal, el código y el receptor. - El profesor expondrá el marco teórico respecto a las formas de comunicación, diferenciándolas de los tipos de la misma. - Se analizarán varios ejemplos en diferente grupos sociales (familia, escuela, trabajo, etc.) para ubicar las formas y tipos de comunicación.

OBJETIVOS DE OPERACIÓN	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS SUGERIDAS
<p>1.3.1 El estudiante caracterizará los tipos de comunicación pública y privada, a través del análisis de los diferentes roles que juegan en el proceso, a fin de preformar juicios sobre el papel de los medios en el desarrollo del contexto socio-cultural.</p> <p>1.3.2 El estudiante identificará las características de las formas de comunicación intrapersonal, interpersonal, grupal y masiva, mediante la detección de los elementos de la comunicación en cada una de ellas. Para detectar posibles interacciones entre éstas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Mediante un guión de análisis, el estudiante determinará características, diferencias, semejanzas y ejemplos de la comunicación pública y privada. - El profesor propiciará una discusión grupal para establecer las conclusiones entre lo que es la comunicación pública y la privada. - Los estudiantes emitirán sus propias conclusiones del tema. - El estudiante investigará bibliográfica y prácticamente las características de la comunicación interpersonal, intrapersonal, grupal y masiva; elaborará carteles y rotafolios con ejemplos de diferentes formas y tipos de comunicación y los expondrá, por equipo, en la clase. - El profesor dará las conclusiones del tema en relación con las formas de comunicación vistas en clase.

OBJETIVOS DE OPERACIÓN	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS SUGERIDAS
<p>1.4 El estudiante comprenderá la importancia del concepto lenguaje como forma de codificación en un proceso comunicativo, a través del análisis de distintos tipos de lenguajes, para identificarlos en un mensaje.</p> <p>1.4.1 El estudiante comprenderá los conceptos de signo, símbolo, señal e índice, identificándolos en diversos tipos de lenguajes, para aplicarlos en el análisis de mensajes.</p> <p>1.4.2 El estudiante comprenderá la importancia de la significación en un acto comunicativo, a través del análisis de distintos tipos de mensajes, para interpretar la información que recibe en las distintas formas y tipos de comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En una discusión grupal, el profesor propiciará que el estudiante infiera el concepto de lenguaje y sus diferentes tipos y hará un cuadro sinóptico de los mismos. - El estudiante, en actividad extraclase, analizará ejemplos de lenguajes diferentes a los ya revisados en clase. Posteriormente realizará un resumen para presentarlo en el aula. - Mediante una guía proporcionada por el profesor, el estudiante indagará en su vida cotidiana ejemplos de signos, símbolos, señales e índices y los comentará para elaborar un cuadro sinóptico en el que caracterice los diversos tipos de conceptos. - A partir de un modelo de análisis de signos, símbolos, señales e índices, proporcionando por el profesor, junto con los alumnos llegarán a las conclusiones del tema.

OBJETIVOS DE OPERACIÓN	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS SUGERIDAS
<p>1.5 El estudiante reconocerá las funciones que se pueden dar en las diferentes formas de un acto comunicativo, confrontando diversos mensajes, para dotar al alumno de elementos de análisis para los diferentes medios de comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El profesor expondrá las diversas funciones o usos del acto comunicativo (informativo, comunicativo y contracomunicativo), dependiendo del contexto social, y propiciará la inferencia en el estudiante a través de la confrontación de mensajes, en su propio entorno.

MODALIDAD	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
DIAGNÓSTICA	<p>QUÉ SE EVALUA</p> <ul style="list-style-type: none"> - Si el estudiante conoce los elementos del proceso de comunicación: emisor, receptor, canal, mensaje; caracterizándolos por su función. - Si describe, a partir de su experiencia personal, algunas funciones sociales de los medios de comunicación como la informativa, educativa, recreativa, etc. - Si identifica a los diferentes medios (radio, cine, televisión, cómics) por algunas de sus características particulares. <p>CÓMO SE EVALUA</p> <p>A través de la técnica de interrogatorio, desarrollando cuestionarios de opción múltiple, respuesta breve y complementación en los que indague acerca de su manejo de los contenidos antecedentes.</p> <p>PARA QUÉ</p> <p>Para establecer el dominio de los contenidos antecedentes por parte del estudiante y determinar las estrategias didácticas pertinentes para homogeneizar al grupo; reforzar los contenidos y reorientar el proceso de aprendizaje. Conformar la relación entre expectativas acerca del curso y los objetivos de éste y fijar las metas adecuadas al nivel del curso.</p>

MODALIDAD	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
<p data-bbox="302 342 480 423">FORMATIVA 1.1</p>	<p data-bbox="684 391 898 423">QUÉ EVALUAR</p> <ul data-bbox="716 496 1797 529" style="list-style-type: none"> - Si el estudiante ha comprendido la diferencia entre información y comunicación. <p data-bbox="684 594 926 626">CÓMO EVALUAR</p> <ul data-bbox="716 691 1902 927" style="list-style-type: none"> - A partir de la lectura de varios textos el estudiante realizará las siguientes actividades: <ul style="list-style-type: none"> a) presentar controles de lectura sobre el tema, b) elaborar un esquema descriptivo en el cual consignará las características y semejanzas de los conceptos: información y comunicación. <p data-bbox="684 1000 989 1032">PARA QUÉ EVALUAR</p> <ul data-bbox="716 1097 1902 1179" style="list-style-type: none"> - Para demostrar si el estudiante puede conceptualizar y diferenciar qué es información y qué es comunicación.

MODALIDAD	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
<p data-bbox="365 305 415 331">1.2</p> <p data-bbox="357 357 424 383">1.2.1</p> <p data-bbox="357 409 424 435">1.2.2</p>	<p data-bbox="684 305 898 331">QUÉ EVALUAR</p> <ul data-bbox="718 409 1701 435" style="list-style-type: none"> - Si el estudiante identifica los elementos del proceso de la comunicación. <p data-bbox="684 558 928 584">CÓMO EVALUAR</p> <ul data-bbox="718 662 1902 938" style="list-style-type: none"> - Tomando como base las reauptas para el objetivo anterior y trabajando en clase, el estudiante elaborará un diagrama de los elementos del proceso de comunicación. - Asimismo, investigará y elaborará un reporte por escrito de otros modelos del proceso de la comunicación. - Con base en todo lo anterior, el estudiante elaborará una redacción en la que sintetice y englobe los conceptos trabajados. <p data-bbox="684 1013 991 1039">PARA QUÉ EVALUAR</p> <ul data-bbox="718 1117 1902 1192" style="list-style-type: none"> - Para determinar si el estudiante identifica cuáles son los elementos del proceso de la comunicación.

MODALIDAD	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
<p>1.3 1.3.1 1.3.2</p>	<p>QUÉ EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Si el estudiante maneja algunos elementos teóricos, para analizar y comprender el proceso de la comunicación. <p>CÓMO EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - A partir de que el estudiante elabore un esquema que le permita distinguir las características y diferencias entre comunicación pública y privada. - El estudiante elaborará carteles y/o rotafolios con ejemplos de las distintas formas y tipos de comunicación. <p>PARA QUÉ EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para verificar si el estudiante maneja los elementos teóricos que le permitan comprender el proceso de la comunicación.
<p>1.4 1.4.1 1.4.2</p>	<p>QUÉ EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Si el estudiante reconoce algunos elementos del marco teórico que le permitan analizar mensajes.

MODALIDAD	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
1.5	<p>CÓMO EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - A partir del análisis de un mensaje, el estudiante elaborará una redacción en la cual explique este análisis, considerando: <ul style="list-style-type: none"> a) elementos detectados, b) la integración de estos elementos. c) las características de la redacción. - El estudiante elaborará un cuadro sinóptico en el que explice las características de los signos lingüísticos. <p>QUÉ EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - A partir de dos mensajes diferentes y de confrontar los mismos en un resumen, identificar si el mensaje tiene función informativa, comunicativa o contracomunicativa. <p>CÓMO EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - A partir de dos mensajes diferentes y de confrontar los mismas en un resumen: <ul style="list-style-type: none"> a) Identificar la función que aparece en el mensaje,

MODALIDAD	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
SUMATIVA	<p>b) explicar la misma, c) realizar la comparación de mensajes, d) características del resumen.</p> <p>QUÉ EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Si el estudiante ubica las diferencias y semejanzas entre información y comunicación. - Si maneja los elementos teóricos que le permitan analizar el acto comunicativo. - Si analiza mensajes e interpreta informaciones. - Si reconoce las funciones de los medios masivos de acuerdo con el contexto en que se manifiestan. <p>CÓMO EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - A través de un examen escrito:

MODALIDAD	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
	<p>Opción múltiple</p> <ul style="list-style-type: none"> a) elementos del proceso de la comunicación, b) tipos de comunicación, c) formas de comunicación, d) tipo de lenguaje. <p>Respuesta breve</p> <ul style="list-style-type: none"> a) funciones del acto comunicativo, b) información y comunicación, c) análisis de mensajes. <p>PARA QUÉ EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para determinar el manejo que el estudiante tiene de los elementos teóricos que permiten analizar un acto comunicativo.

OBJETIVO	BIBLIOGRAFÍA	
	BÁSICA	COMPLEMENTARIA
<p>1.1</p> <p>A</p> <p>1.5</p>	<p>DE FLEUR, Melvin. <u>Teorías de la comunicación humana</u>. Paidós, Buenos Aires, 1980.</p> <p>De Fleur nos muestra un panorama muy amplio sobre todas las formas y usos que han planteado los teóricos de la comunicación, sobre el proceso y sus elementos.</p>	<p>BLAKE H., Reed y Harodsen O. Edwin. <u>Una taxonomía de conceptos de la comunicación</u>. Nuevo Mar, México, 1984.</p> <p>Obra dividida en siete partes en las que se abordan los conceptos básicos de la comunicación, formas, procesos, funciones y efectos así como algunas teorías. Se recomienda a los profesores como texto de consulta.</p> <p>BOCKELMAM, F. <u>Formación y funciones sociales de la opinión pública</u>. G. Gilli, México, 1983.</p> <p>Importante obra que permite conocer el marco social de la comunicación. Se recomienda a los profesores para el tema de medios masivos y comunicación de masas.</p>

OBJETIVO	BIBLIOGRAFÍA	
	BÁSICA	COMPLEMENTARIA
	<p>FELDMANN, Erich. <u>Teoría de los medios masivos de comunicación</u>. Kapelkuz, Buenos Aires, 1977. Col. Estudio e investigación, Cap. II, pág. 116 a 166.</p> <p>En el segundo capítulo, el autor propone algunas consideraciones respecto de la apreciación sociocultural de los medios masivos, haciendo un recorrido histórico de cada uno de ellos y su influencia. “El fenómeno cultural consiste en la creciente mediatización de toda la vida cultural y del ambiente natural del hombre. Ya no vive solo... vive más en un mudo artificial de experiencias secundarias y terciarias transmitidas por los medios”.</p> <p>En un tercer apartado de este capítulo, menciona la relación entre comunicación y cultura de masas.</p>	

OBJETIVO	BIBLIOGRAFÍA					
	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="558 388 1220 423">BÁSICA</th> <th data-bbox="1220 388 1885 423">COMPLEMENTARIA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="558 423 1220 1279"> <p>PAOLI, Antonio. <u>La Comunicación</u>. Trillas, México.</p> <p>Esta obra plantea las distintas corrientes teóricas desde las cuales ha sido abordado el estudio de la comunicación y la información, permitiendo establecer diferencias y semejanzas en los aspectos a considerar.</p> <p>SCHRAMM, Wilbur. <u>La ciencia de la comunicación humana</u>. Grijalbo, México.</p> <p>Libro de interés general para el estudiante y elemental para el estudio del proceso y las teorías de la comunicación desde un enfoque funcionalista.</p> </td> <td data-bbox="1220 423 1885 1279"></td> </tr> </tbody> </table>	BÁSICA	COMPLEMENTARIA	<p>PAOLI, Antonio. <u>La Comunicación</u>. Trillas, México.</p> <p>Esta obra plantea las distintas corrientes teóricas desde las cuales ha sido abordado el estudio de la comunicación y la información, permitiendo establecer diferencias y semejanzas en los aspectos a considerar.</p> <p>SCHRAMM, Wilbur. <u>La ciencia de la comunicación humana</u>. Grijalbo, México.</p> <p>Libro de interés general para el estudiante y elemental para el estudio del proceso y las teorías de la comunicación desde un enfoque funcionalista.</p>		
BÁSICA	COMPLEMENTARIA					
<p>PAOLI, Antonio. <u>La Comunicación</u>. Trillas, México.</p> <p>Esta obra plantea las distintas corrientes teóricas desde las cuales ha sido abordado el estudio de la comunicación y la información, permitiendo establecer diferencias y semejanzas en los aspectos a considerar.</p> <p>SCHRAMM, Wilbur. <u>La ciencia de la comunicación humana</u>. Grijalbo, México.</p> <p>Libro de interés general para el estudiante y elemental para el estudio del proceso y las teorías de la comunicación desde un enfoque funcionalista.</p>						

OBJETIVO	BIBLIOGRAFÍA	
	BÁSICA	COMPLEMENTARIA
	<p>KATZ, Chaim <i>et al.</i> <u>Diccionario básico de comunicación</u>. Nueva Imagen, México, 1989.</p> <p>Importante y fundamental para los estudiantes. Define de manera clara la mayoría de los conceptos que tienen que ver con la comunicación y las ciencias auxiliares de la misma. Incluye una breve biografía de los principales estudiosos de la comunicación.</p> <p>RODAS S., Fernando J. y Beltrán de Tena, Rosario. <u>Información y Comunicación. Los medios y su aplicación Didáctica</u>. Gustavo Gilli, Barcelona, 1988.</p> <p>En este texto se abordan los siguientes temas que son de gran utilidad para la asignatura TAC I: diferencia entre información y comunicación; diferentes modelos del proceso de la comunicación; elementos del mismo proceso; análisis de mensajes y producción de carteles.</p>	

UNIDAD 2. LA COMUNICACIÓN PÚBLICA Y LOS MEDIOS MASIVOS**CARGA HORARIA: 10 HRS.**

OBJETIVO: El alumno comprenderá la importancia de la comunicación pública y de los medios masivos, ubicando a ésta en un sistema social y a los medios como empresas culturales que influyen en este sistema, a fin de contextualizar su importancia en el desarrollo del país.

OBJETIVOS DE OPERACIÓN	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS SUGERIDAS
<p>2.1 El estudiante comprenderá el desarrollo que han tenido los medios masivos de comunicación, a partir de caracterizarlos como empresas culturales, para ubicarlos como integrantes de su realidad social.</p> <p>2.1.1 El estudiante identificará el sistema de comunicación pública como un producto social y económico, mediante el análisis de su desempeño en el contexto social actual, con el fin de valorar su impacto en el sistema social.</p>	<ul style="list-style-type: none">- El profesor, conjuntamente con el grupo, establecerá los parámetros de análisis en el cuál se enfatizarán los aspectos sociales y económicos con base en los elementos vistos en la unidad anterior.- Posteriormente, se dividirá al grupo de alumnos en dos: un equipo revisará los aspectos sociales y otro los económicos y, con ello, procederán a contrastar o diferenciar el sistema de comunicación pública. El final el profesor dará las conclusiones.- Se revisa la investigación del alumno y se establecen las características de desarrollo de los medios de comunicación que los transforman como empresas culturales.

OBJETIVOS DE OPERACIÓN	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS SUGERIDAS
<p>2.1.2 El estudiante identificará la situación social de los medios masivos de comunicación en la actualidad, a través de estudiar el origen y desarrollo de los mismos, para determinar su influencia en la sociedad contemporánea como empresas culturales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - En actividad extraclase, el estudiante buscará la información pertinente sobre el desarrollo de alguna de estas empresas culturales desde sus orígenes hasta la actualidad. - Se hará una discusión grupal sobre los resultados de la investigación para llegar a conclusiones. - En una puesta en común, se valorará el impacto de los medios investigados en lo que respecta al sistema social, siguiendo las actividades marcadas para el objetivo anterior. - El estudiante establecerá en un breve trabajo la influencia que ha detectado de los medios de comunicación en la sociedad contemporánea.

OBJETIVOS DE OPERACIÓN	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS SUGERIDAS
<p>2.2 El estudiante identificará el uso de la comunicación pública como uno de los elementos generadores de la cultura de masas, a través del análisis de los mensajes que se transmiten en los medios y su relación con el entorno social para determinar su importancia en la cultura del país.</p>	<ul style="list-style-type: none">- A partir de un modelo de análisis propuesto por el profesor, el estudiante analizará diferentes mensajes e inferirá cómo éstos han generado una cultura de masas y cómo influye ésta en la cultura del país.- Se hará un debate con las conclusiones a las que han llegado los estudiantes.- El profesor hará la recapitulación del tema.

MODALIDAD	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
<p>FORMATIVA</p> <p>2.1</p> <p>2.1.1 y 2.1.2</p>	<p>QUÉ EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Si el estudiante ha identificado cuáles son los medios masivos de comunicación, su estructura y características; así como si ha realizado una valoración de éstos para ubicarlos como empresas culturales inmersas en su entorno social. - Si ha identificado la influencia de los medios masivos de comunicación en su comunidad. <p>CÓMO EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mediante la presentación de varios ejemplos de medios masivos de comunicación y realizando el análisis de éstos (en el cual se tome como base los elementos vistos en la primera unidad). El estudiante presentará un ensayo donde se retomen los siguientes puntos: <ul style="list-style-type: none"> a) el análisis del medio, b) la relación que existe entre los elementos de análisis que se detectaron, c) el desarrollo del medio de comunicación, d) que se explique que es una “empresa cultural” e) los argumentos que avalen la idea anterior,

MODALIDAD	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
2.2	<p>f) la influencia del medio de comunicación en su entorno social, g) las características del ensayo, h) las características de la redacción.</p> <p>PARA QUÉ EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para detectar si el estudiante ha identificado la situación de los medios de comunicación y su importancia para la vida contemporánea. <p>QUÉ EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Si el estudiante ha comprendido qué es la comunicación pública. - Si ha identificado el uso que se hace de ésta para crear una cultura de masas. - Si se puede definir a esta cultura y su impacto en la cultura del país. <p>CÓMO EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Después de realizar el análisis de un mensaje, el alumno determinará, en un examen a libro abierto y con reactivos de respuesta breve:

MODALIDAD	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
<p data-bbox="296 1011 449 1089">SUMATIVA 2.1 y 2.2</p>	<p data-bbox="690 358 1892 639"> a) los elementos de análisis que se ubicaron, b) qué es la comunicación pública, c) a qué se denomina “cultura de masas”, d) cómo influye la comunicación pública en la cultura de masas, e) identificar en el ejemplo y en su análisis elementos que avalen las respuestas anteriores, f) opinión personal. </p> <p data-bbox="661 708 968 737">PARA QUÉ EVALUAR</p> <p data-bbox="661 812 1814 889">Para detectar si el estudiante ha comprendido cuáles son las variables que influyen en la formación de una cultura de masas.</p> <p data-bbox="661 1011 877 1040">QUÉ EVALUAR</p> <ul data-bbox="695 1114 1915 1192" style="list-style-type: none"> - Si el estudiante ha comprendido cómo se han desarrollado los medios masivos de comunicación y la influencia de éstos en la cultura del país.

MODALIDAD	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
	<p>CÓMO EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mediante la participación del estudiante en un debate con alguno de los siguientes temas: <ul style="list-style-type: none"> a) Situación actual de los medios masivos de comunicación. b) Quién influye a quién: los medios a la cultura o la cultura de los medios. <p>Como producto del debate se evaluará:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) El análisis de un medio. b) El conocimiento del tema. c) La argumentación de opiniones. d) El uso de ejemplos que sean localizados en el análisis. e) Las características del debate. f) Las características de la expresión oral. <p>PARA QUÉ EVALUAR</p> <p>Para identificar si el estudiante reconoce cómo los medios masivos de comunicación son determinantes para la cultura de masas que se dan en el país.</p>

OBJETIVO		BIBLIOGRAFÍA	
		BÁSICA	COMPLEMENTARIA
2.1		<p>CORRAL Corral, Manuel. <u>La ciencia de la Comunicación en México</u>. Trillas, México, 1991.</p>	<p>BARBERO Martín, Jesús. <u>Comunicación masiva: discurso y poder</u>. CIESPAL, Quito, 1978.</p>
A		<p>Texto que por su estructura da una visión bastante amplia de la ciencia de comunicación en el país.</p>	<p>Estudio sobre el uso de la comunicación masiva, sus diferentes discursos como resultado de sus aspectos sociopolíticos y el papel de los grupos hegemónicos dentro del sistema de comunicación.</p>
2.2		<p>GONZÁLEZ Alonso, Carlos. <u>Principios básicos de comunicación</u>. Trillas, México, 1992.</p>	<p>CHARLES, Mercedes y Guillermo Orozco G., <u>Educación para la recepción</u>. Trillas, México, 1990.</p>
		<p>Libro que con una visión general, intenta clarificar algunos conceptos básicos de la ciencia de la comunicación.</p>	<p>Antología de estudios y ensayos sobre la “percepción crítica”, “recepción activa” o “Educación para la recepción”, entre otros nombres que recibe esta corriente. Para este objetivo de operación (2.2) se recomiendan los capítulos 4, 6, 13, 15 y 16.</p>

OBJETIVO	BIBLIOGRAFÍA	
<p>2.1</p> <p>A</p> <p>2.2</p>	BÁSICA	COMPLEMENTARIA
	<p>LLANO, Serafina y Morales Oscar. <u>La radio en México</u>. CTI, México, 1984.</p> <p>Estudia la situación de la radio en México desde sus orígenes, aportando elementos que pueden ser considerados para un análisis del medio.</p> <p>PRIETO, Francisco. <u>Cultura y comunicación</u>. Premia, México, 1985. p. 33-72. Col. Red de Jonás.</p> <p>El autor presenta los conceptos de comunicación social, desarrollo cultural y la cultura formal en el proceso del desarrollo social. Prieto presenta las diferentes posturas de autores como Ortega y Gasset, para recuperar lo humano del hombre y contrarrestar la racionalización industrial y el conformismo.</p>	<p>EISTENOU Madrid, Javier. <u>Economía política y medios de comunicación</u>. Trillas, México, 1990.</p> <p>Cinco ensayos que abordan la comprensión de la comunicación a partir del comportamiento social, la relación entre los factores económicos y estructurales, así como las formas, medios, recursos y funciones de la comunicación.</p> <p>FERNÁNDEZ C., Fátima. <u>Los medios de difusión en México</u>. Juan Pablos, México, 1982.</p> <p>Elementos de análisis crítico sobre diferentes medios de difusión; los cuales pueden ser utilizados para caracterizar a la comunicación masiva y, sobre todo, cuestionarla.</p>

OBJETIVO	BIBLIOGRAFÍA	
	BÁSICA	COMPLEMENTARIA
		<p> NAVARRO Benítez, Raúl. <u>El canal de las estrellas... y las barras</u>. UAM Xochimilco–Programa Cultural de las Fronteras, México, 1991. </p> <p> Aborda la relación entre los medios de comunicación y los elementos económico-políticos de las sociedades latinoamericanas (en especial, México), presentándonos la “otra historia de la comunicación nacional”. Texto que critica y analiza (en especial, en la televisión) los elementos neoliberales que afectan al sistema de comunicación, además de plantear propuestas. </p> <p> TOUSSAINT, Florence. <u>Crítica de la información de masas</u>. Trillas, México, 1998. </p> <p> Aborda diferentes corrientes y autores que han analizado el tema de la información de masas: funcionalismo, estructuralismo, análisis de contenido, análisis estructuralista, análisis semiológico, marxismo. </p>

UNIDAD 3. ANÁLISIS DE LOS MEDIOS IMPRESOS**CARGA HORARIA: 25 HRS.**

OBJETIVO: El estudiante conocerá la estructura discursiva de los medios impresos a partir de su análisis y contextualización, para ubicarlos como propuestas culturales en su medio social.

OBJETIVOS DE OPERACIÓN	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS SUGERIDAS
<p>3.1 El estudiante distinguirá los lenguajes: icónicos, textual y tipográfico en diversos “cómic” e historietas, analizando la relación discursiva, para descubrir sus significados y sentidos.</p> <p>3.1.1 El estudiante conocerá la función de los “cómic” o historietas, como medios de comunicación, analizando sus lenguajes y estructuras tipográficas, para encontrar elementos que permitan identificar sus intenciones.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Mediante una guía de análisis del lenguaje, de las palabras e imágenes y de la comparación de diversos “cómic” e historietas, los estudiantes en equipos identificarán los elementos presentes en las guías.- Cada equipo dará a conocer en clase los resultados de sus trabajos con la finalidad de contrastarlos con el de los demás.- A partir de las conclusiones de la unidad anterior el profesor y los estudiantes complementarán la guía de análisis para dichos medios.- Por equipos, los estudiantes analizarán los ejemplos ya vistos (u otros), tomando como base la guía de análisis resultante.- A partir de una discusión grupal, los alumnos determinarán la función de los “cómic” e historietas en el entorno social.

OBJETIVOS DE OPERACIÓN	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS SUGERIDAS
<p>3.1.2 El estudiante determinará los efectos y consecuencias que los medios masivos impresos (“cómic” e historietas) tienen en el público, a partir de aplicar los elementos de análisis que obtuvo anteriormente para que le permitan emitir juicios sobre la influencia de dichos medios.</p> <p>3.2. El estudiante conocerá la estructura verbo–icónica en los carteles, analizando y ubicando su función social, para fomentar una postura crítica ante los medios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El profesor explicará los lineamientos de análisis en cuanto a efectos y consecuencias de los “cómic”. - De manera individual los estudiantes realizarán el análisis de “cómic” e historietas siguiendo los parámetros ya establecidos. - Tomando como base los análisis individuales se determinará, de manera grupal, la influencia de los medios de comunicación y se presentarán las conclusiones en forma individual y por escrito. - A partir de las características del lenguaje verbo-icónico, vistas anteriormente, el profesor explicará la estructura del cartel, dando una guía de análisis. - El estudiante analizará diversos carteles y por equipos dará sus conclusiones respecto a las formas y tipos de comunicación, así como la utilización diferenciada del lenguaje verbo-icónico. - Los estudiantes establecerán, a través de la contrastación de las conclusiones anteriores, cómo impacta el cartel en la cultura. - El profesor resumirá las conclusiones grupales.

MODALIDAD	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
<p>FORMATIVA</p> <p>3.1</p> <p>3.1.1</p> <p>3.1.2</p>	<p>QUÉ EVALUAR</p> <p>Si el estudiante:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identifica los lenguajes que se utilizan en los diversos “cómic” e historietas. - Establece el sentido y significado de dichos lenguajes. - Comprende la función que tienen los “cómic” e historietas. - Establece el impacto de los “cómic” e historietas en la cultura. <p>CÓMO EVALUAR</p> <p>Tomando un ejemplo de “cómic” o historieta realizar el análisis del mismo y en un breve ensayo, determinar:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) los elementos de análisis, b) la relación de los elementos de análisis que se detectaron, c) el significado que tienen estos elementos para el mensaje, d) la intención del emisor de los mensajes, e) la función social de los “cómic” e historietas,

MODALIDAD	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
<p data-bbox="302 656 480 683">FORMATIVA</p> <p data-bbox="367 894 415 922">3.2</p>	<p data-bbox="716 305 1902 488"> f) la opinión del estudiante sobre el impacto que los medios tienen sobre la cultura, g) la estructura que debe tener el ensayo, h) los requisitos de redacción (coherencia de ideas, esquema de redacción, puntuación y ortografía). </p> <p data-bbox="684 558 989 586">PARA QUÉ EVALUAR</p> <ul data-bbox="716 659 1902 789" style="list-style-type: none"> - Para detectar si el estudiante ha comprendido cuál es la estructura que presentan “cómic” o historietas; cuál es la función de éstos dentro de la cultura y cuál el impacto que sobre ella tienen. <p data-bbox="684 859 898 886">QUÉ EVALUAR</p> <p data-bbox="684 959 894 987">Si el estudiante:</p> <ul data-bbox="716 1011 1738 1344" style="list-style-type: none"> - Identifica la estructura discursiva de los carteles. - Ubica la función de los carteles como medios de comunicación masiva. - Identifica los elementos que conforman el discurso verbo-icónico. - Establece el impacto de los medios masivos de comunicación en la cultura.

MODALIDAD	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
	<p data-bbox="682 354 926 386">CÓMO EVALUAR</p> <p data-bbox="682 456 1436 488">A partir del análisis de un cartel, establecer en un ensayo:</p> <ul data-bbox="724 558 1856 889" style="list-style-type: none"><li data-bbox="724 558 1108 591">a) los elementos de análisis,<li data-bbox="724 607 1209 639">b) la relación entre estos elementos,<li data-bbox="724 656 1856 688">c) el (los) tipo(s) de lenguaje (s) que se emplean, así como las características de éste,<li data-bbox="724 704 1612 737">d) la función social del cartel como medio de comunicación masiva,<li data-bbox="724 753 1276 786">e) el impacto en la cultura de los mismos,<li data-bbox="724 802 1163 834">f) las características del ensayo,<li data-bbox="724 850 1129 883">g) los requisitos de redacción. <p data-bbox="682 959 989 992">PARA QUÉ EVALUAR</p> <p data-bbox="682 1062 1906 1143">Para detectar si el estudiante ha comprendido la estructura y características del cartel, así como su función e impacto social.</p>

MODALIDAD	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
<p style="text-align: center;">SUMATIVA</p> <p style="text-align: center;">3.1</p> <p style="text-align: center;">a 3.2</p>	<p>QUÉ EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Si el estudiante, a través del manejo de los elementos y las características que se presentan en diferentes medios de comunicación masiva impresos, puede determinar la influencia de éstos en la cultura; así como sus características como empresas de la misma. <p>CÓMO EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mediante el análisis de alguno de los medios de comunicación vistos en clase y realizando un trabajo sobre uno de los siguientes temas: <ul style="list-style-type: none"> • Los “cómic” y su impacto en la cultura. • La función social del cartel. <p>El trabajo deberá cubrir las siguientes características:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) análisis del medio elegido, b) que se relacionen los elementos de análisis ubicados, c) que se opine sobre el análisis realizado, d) que se argumente sobre el impacto que tienen los medios en la cultura,

MODALIDAD	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
	<p>e) que el estudiante tome en cuenta las características de la redacción, f) la presentación del trabajo.</p> <p>PARA QUÉ EVALUAR</p> <p>Para determinar si el estudiante ha ubicado a los medios masivos de comunicación como empresas que determinan una forma de cultura con características peculiares.</p>

OBJETIVO	BIBLIOGRAFÍA	
<p data-bbox="296 565 338 597">3.1</p> <p data-bbox="310 769 323 802">a</p> <p data-bbox="296 1036 338 1068">3.2</p>	BÁSICA	COMPLEMENTARIA
	<p data-bbox="533 331 1192 412">APARICIO, Roberto y García-Mantilla, Agustín. <u>Lectura de imágenes</u>. De la Torre, Madrid, 1987.</p> <p data-bbox="533 467 1192 850">Los autores desarrollan una línea crítica de educación, con miras a la autoformación activa en la alfabetización audiovisual. ¿Cómo vemos las imágenes? ¿Qué percibimos? ¿Qué observamos? La ilusión de lo real así como aquellos elementos que componen un mensaje audiovisual, las posibilidades de lectura, son algunos aspectos que trata este libro.</p> <p data-bbox="533 922 1192 1003">BARNICOAT, J. <u>Los carteles. Su historia y lenguaje</u>. Gustavo Gilli, Barcelona, 1972.</p> <p data-bbox="533 1026 1192 1351">Barnicoat analiza en este libro las conexiones que existen entre arte, demandas comerciales, política testimonio popular y demás factores sociológicos que intervienen en la aparición y desarrollo de los carteles. También las diversas influencias que recibieron los carteles, de los principales movimientos artísticos.</p>	<p data-bbox="1226 331 1885 461">DOELKER, Cristian. <u>La realidad manipulada, radio, televisión, cine, prensa</u>. Gustavo Gili, Barcelona, 1982. Col. Punto y Línea.</p> <p data-bbox="1226 532 1885 1013">Este libro ofrece criterios de diferenciación que sirven tanto para un aprovechamiento adecuado de los medios, como para una producción responsable de los mismos. Distingue la realidad “real” en la prensa, televisión y el cine. Se analizan conceptos y categorías como la fidelidad, la realidad, la ficción, etc., que sirven tanto a los que trabajan como medios, como para los que consumen, en un intento por establecer una pedagogía de los medios.</p>

OBJETIVO	BIBLIOGRAFÍA	
	BÁSICA	COMPLEMENTARIA
	<p>GRANADOS Chapa, Miguel Ángel. <u>Examen de la Comunicación en México</u>. El Caballito, México, 1891. Pág. 106-119.</p> <p>En este capítulo el autor nos menciona al “Cómics, el medio olvidado”, haciendo ver la naturaleza, evolución, tipos de contenido y efectos, tanto positivos como negativos de este medio de expresión en México.</p>	<p>HERNER, Irene. <u>Mitos y monitos. Historietas y fotonovelas en México</u>. Nueva Imagen–UNAM, México, 1979.</p> <p>El texto analiza semántica, económica e ideológicamente, el impacto que en nuestra cultura tiene la historieta cómica, así como el público al que va dirigido.</p>

La elaboración de este programa, que sistematiza e integra las aportaciones de numerosos maestros, estuvo a cargo de la comisión integrada por las siguientes personas:

LIC. ARTURO ALVARADO RIVAS

LIC. ALFONSO PÉREZ MORALES

LIC. OSCAR RAÚL LARA REYES

LIC. ARTURO PÉREZ GUERRERO

LIC. RAMÓN ENRIQUE MONDRAGÓN SÁNCHEZ

PROFRA. LETICIA ACERO RUEDA

ASESOR EXTERNO: MTRA. PATRICIA FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ

LABOR MECANOGRÁFICA: MARÍA LUISA LOZANO CONTRERAS

CAPTURA Y EDICIÓN:

ELISA NORA RAMÍREZ VERA
GUADALUPE ARIAS VILLAGÓMEZ

DADC – 2005