



COLEGIO DE
BACHILLERES

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

TALLER DE ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN II

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

MARZO DE 1994

CLAVE: 675
CRÉDITOS: 6
HORAS: 3

PRESENTACIÓN

El programa de estudios de la asignatura **TALLER DE LECTURA Y REDACCIÓN II** 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.

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. 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 II** que se imparte en el sexto semestre y, junto con Taller de Análisis de la Comunicación I, constituyen 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 la 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 introductorio, para la adquisición de técnicas básicas y la construcción de habilidades cognitivas especiales

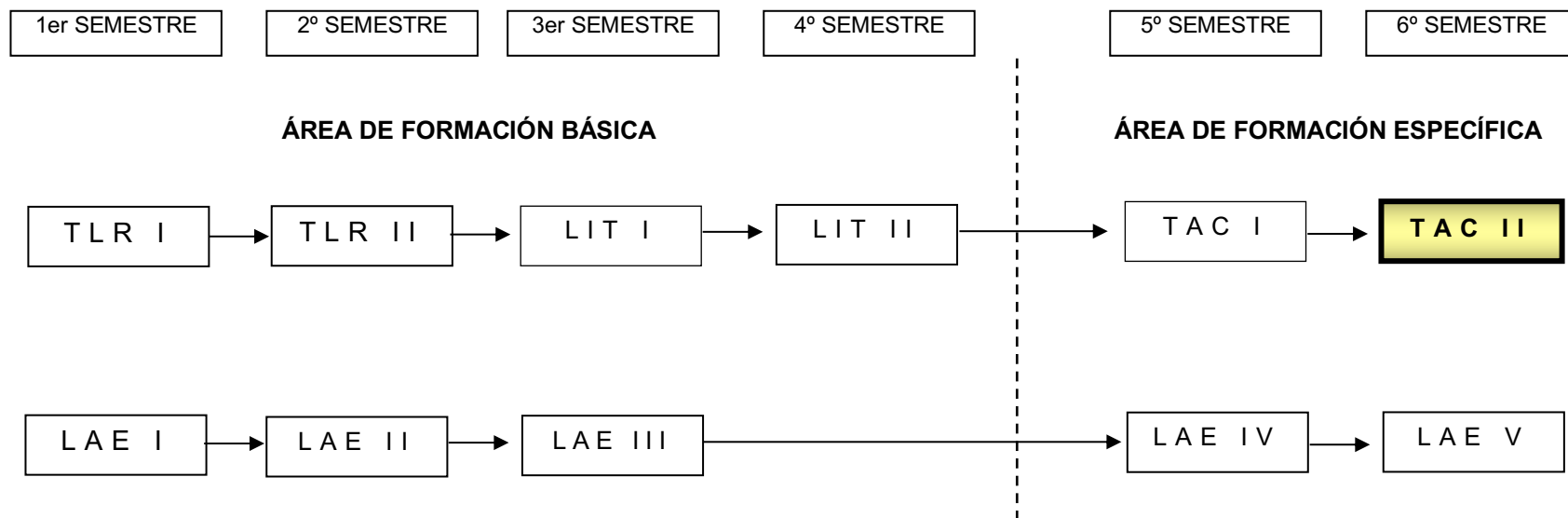
La materia de Taller de Análisis de la Comunicación forma parte del Campo de Conocimientos de Lenguaje-Comunicación, cuya finalidad es desarrollar en los alumnos la habilidad para el manejo de diferentes códigos lingüísticos, comenzando por el de la lengua materna –español– en sus funciones informativa y poética (ó 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 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 de 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 crítica ante 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 complejos.

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 (LAE) y Taller de Análisis de la Comunicación (TAC), cuyas relaciones entre si 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, enmarcadas en algunas actividades referentes al proceso de investigación documental. Estas habilidades permitirán al estudiante enfrentarse a los problemas de comunicación que el medio social les presente.

Literatura promueve en los estudiantes el interés y gusto por la lectura, 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 conocimiento 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 en 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, del Área de Formación Específica, aporta al estudiante el conocimiento, el análisis, la interpretación y la valoración del contenidos de los mensajes generados por los medios de comunicación masiva: medios impresos (“comics”, carteles, etc.) 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 ante los mensajes de dichos 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 aparatos textuales de información general, narrativos y de argumentación científica que preparen al estudiante en la obtención de información de otros campos de estudio.

Como parte del Campo de Conocimientos de Lenguaje-Comunicación, Taller de Análisis de la Comunicación II se relaciona con las materias Taller de Lectura y Redacción y Literatura, pues éstas 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 I, pues además de ser la asignatura antecedente, da al estudiante los elementos teóricos para realizar el análisis e interpretación de los medios masivos de comunicación.

En Taller de Análisis de Comunicación II, se retoman los elementos de análisis vistos en la asignatura antecedente, como la base para que el estudiante pueda decodificar el sentido de los mensajes de medios de comunicación, cuya estructura y lenguaje son más complejos, como es el caso de los medios audiovisuales. La secuencia que se establece en los talleres es también una secuencia histórica en cuenta la aparición y desarrollo de los medios de comunicación, considerando también la complejidad de los mensajes que se presentan en cada uno de ellos.

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

La asignatura de Economía II apoya a Taller de Análisis de la Comunicación II, al aportar un conocimiento 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 estos; la asignatura de Introducción a la Antropología II brinda el conocimiento de la expresión cultural y significación de producciones culturales. Por último, Sociología II aporta al Taller de Análisis de la Comunicación II elementos para comprender la manera cómo se organizan y se establecen los vínculos de la comunicación e iniciar una posible explicación de la función de intención y la de los medios de comunicación en la sociedad.

INTENCIÓN

La materia de Taller de Análisis de la Comunicación tiene como intención que el estudiante analice el contenido de los mensajes transmitidos por los medios masivos de comunicación, a partir del reconocimiento de sus estructuras (tecnológica o material, programática e ideológica), funciones y elementos, enfatizando su impacto en la comunicación interpersonal, grupal, social y en la cultura del país, con la finalidad de que adquiera habilidades lógico-metodológicas que le permitan asumir una postura crítica frente al papel que cumplen en la sociedad los medios de comunicación.

Por lo tanto, la asignatura de Taller de Análisis de la Comunicación II pretende que el estudiante analice los mensajes que se transmiten por la radio, la televisión, el cine y las nuevas tecnologías, apoyado en métodos, técnicas y estrategias que permitan el reconocimiento de sus estructuras, funciones y elementos, tomando como marco de referencia las representaciones ideológicas y el impacto social y cultural de los mismos, con el propósito de que ubique la intención del emisor y clarifique su papel de receptor ante los medios.

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 incorporarse a la vida cotidiana, sin ningún tipo de cuestionamiento, se vuelven parte de nuestra cultura. Es necesario precisar 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, imposibilitando todo sentido crítico que los cuestione, así como a sus mensajes.

Por lo tanto, se busca 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 concibe al receptor como parte activa del proceso de la comunicación.
- b) Desde la perspectiva señalada, se concibe al sujeto como activo, crítico y con capacidad de respuesta ante los mensajes que percibe, en este sentido se utiliza el concepto de “perceptor”
- c) Esta postura crítica requiere metodologías de análisis que puedan ser tomadas de una o varias corrientes teóricas.

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*.

El análisis mencionado debe considerar:

- 1) Contextualizar a los medios de comunicación como empresas que inciden en la sociedad a través de los mensajes que transmiten
- 2) El análisis de los mensajes, considerando: a) el contexto ideológico, político, social y cultural en que se producen; b) el uso de los lenguajes en el proceso comunicativo; c) las representaciones ideológicas; d) la intención del emisor; e) el papel del perceptor.

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 haceres, 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, interrogue y, finalmente, busque respuestas y explicaciones, ejercitando su razonamiento y confrontándolo con sus referentes previos; esto asigna al profeso el papel de diseñador de situaciones y promotor del aprendizaje.

En el Taller de Análisis de la Comunicación II, el estudiante analizará mensajes, a fin de general en él la necesidad de que busque explicaciones ante estos fenómenos.

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 II, estos métodos con sus categorías y conceptos deben guiar al alumno hacia el análisis de los mensajes que recibe en su cotidianidad, a partir de una serie de conocimientos referidos a la decodificación de mensajes y su contextualización en el medio social y cultural en el cual se emiten. Es importante destacar que 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.

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 y mecánica, 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 II 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 II, posibilita que el estudiante genere una postura crítica respecto a los mensajes que percibe, ya que el receptor modifica sus pautas de conducta por la influencia que recibe a partir de los contenidos que se transmiten en los medios de comunicación, es decir, ubicar el fenómeno comunicativo como una situación evidentemente personal, grupal y social que emplea marcos de referencia económicos, políticos y culturales diferenciados.

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 II fomenta en el estudiante una postura crítica que involucre su capacidad de análisis.

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, reportes de interpretación de mensajes, productos comunicativos, 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 ANÁLISIS DE LOS DISCURSOS PROPAGANDÍSTICOS Y PLUCLICITARIOS.

Carga horaria: 15 HORAS

OBJETIVO: El estudiante conocerá la estructura de los discursos propagandísticos y publicitarios, por medio del análisis de su contexto, lenguaje, representaciones ideológicas e intenciones del emisor, a fin de reconocer la importancia de la recepción crítica ante estos mensajes.

OBJETIVOS DE OPERACIÓN	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS SUGERIDAS
<p>1.1. El estudiante identificar el contexto y conocerá el lenguaje de los discursos propagandísticos y publicitarios, ubicando estos elementos de análisis en la estructura de los mismos, para reconocer su función en este tipo de comunicación.</p> <p>1.2. El estudiante identificará la intención de los discursos propagandísticos y publicitarios, contrastando su realidad con el contenido de los mismos, para descubrir sus representaciones ideológicas.</p>	<ul style="list-style-type: none">- El profesor solicitará que el estudiante elija un anuncio propagandístico o publicitario de cualquier medio- Una vez seleccionado el anuncio, el estudiante lo describirá a partir de: la idea central, el desarrollo, los personajes y el contexto. Esta información se comentará en forma grupal- Mediante una guía de análisis, proporcionada por el profesor, el estudiante reconocerá el contexto y el lenguaje de los discursos propagandísticos y publicitarios- Confrontación de los elementos analizados anteriormente- Reconocer la función que cumplen estos discursos en el contexto social <ul style="list-style-type: none">- El estudiante elaborará un cuadro en el que distinga: al emisor del discurso propagandístico o publicitario, al público receptor del mismo y a los elementos del mensaje que se destacan, todo ello a partir del análisis de anuncios propagandísticos y publicitarios y del uso de la valorización y adjetivación, para inferir las representaciones ideológicas de este tipo de discursos.

OBJETIVOS DE OPERACIÓN	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS SUGERIDAS
<p>1.3. El estudiante ubicará el papel del receptor, a partir de los análisis de los discursos, para reconocer la importancia del mismo ante estos tipos de comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Con los elementos destacados en el cuadro elaborado anteriormente, el estudiante confrontará su participación como receptor pasivo o crítico - Con el objeto de ubicar su postura como receptor crítico, el estudiante elaborará una contrapropuesta el discurso propagandístico o publicitario - Los trabajos elaborados se presentarán y se discutirán en forma grupal

OBJETIVO	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
<p style="text-align: center;">D I A G N Ó S T I C A</p>	<p>QUÉ EVALUAR</p> <p>Detectar si el estudiante maneja los contenidos antecedentes que le permitan acceder a los aprendizajes propuestos en la asignatura. Es decir, determinar si:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) define y distingue cuáles son los medios de comunicación b) maneja elementos del análisis de medios masivos de comunicación c) puede aplicar los elementos de análisis para interpretar el contenido de mensajes <p>CÓMO EVALUAR</p> <p>A partir de un mensaje que se presente, en respuesta breve, identificar:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) el medio en el cual se dio el mensaje b) el lenguaje o lenguajes que se emplean c) el contenido del mensaje d) la interpretación del mismo e) los comentarios argumentados sobre el contenido del mensaje f) características de la recepción <p>Asimismo, el estudiante deberá establecer su posición ante el medio</p> <p>PARA QUÉ</p> <p>Para definir el grado de dominio que el estudiante tiene sobre los contenidos antecedentes y establecer los procedimientos, tareas, ejercicios, etc., que se requieran para que el alumno logre el nivel deseado.</p>

OBJETIVO	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
<p>F O R M A T I V A</p>	<p>QUÉ EVALUAR</p> <p>Si el estudiante conoce la estructura de los discursos propagandísticos y publicitarios, así como su dominio de un modelo de análisis de estos medios.</p> <p>CÓMO EVALUAR</p> <p>Mediante ejercicios de análisis de mensajes publicitarios y propagandísticos. Con la exposición y discusión de los ejercicios de manera grupal.</p> <p>PARA QUÉ EVALUAR</p> <p>Para que el estudiante:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) identifique los elementos de análisis en la estructura de los mensajes propagandísticos y publicitarios b) reconozca la función de estos tipos de comunicación c) explique el papel del perceptor en estos tipos de discursos

OBJETIVO	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
<p>S U M A T I V A</p>	<p>QUÉ EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Si el estudiante es capaz de analizar mensajes propagandísticos y publicitarios, a partir de los siguientes elementos: contexto, lenguaje, representaciones ideológicas e intenciones del emisor - Si el estudiante es capaz de contrastar el contenido de este tipo de mensajes con su propia realidad, a partir de los análisis realizados - Si el estudiante, con base en los puntos anteriores, es capaz de reconocer la importancia del papel del perceptor ante este tipo de mensajes <p>CÓMO EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - A través de la elaboración de trabajos de investigación (reportes) y de análisis (ensayos) que abarquen los puntos mencionados - A través de la elaboración de “anticomerciales” (impresos, auditivos y/o audiovisuales) que sean el producto de la investigación y análisis de este tipo de mensajes <p>PARA QUÉ EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para constatar que el estudiante cuenta con los elementos suficientes para analizar mensajes publicitarios y propagandísticos, reconocer el papel del perceptor y acceder a otros análisis más complejos.

BIBLIOGRAFÍA

OBJETIVO

TEXTO

UNIDAD 1

SILVA, Ludovico. Teoría y praxis de la ideología. Nuestro tiempo, México, 1976.

Este libro ofrece una visión global de los procesos ideológicos y sus implicaciones en las instituciones sociales, así como su influencia en los mensajes promovidos a través de los medios de comunicación.

GALINDO Cáceres, Jesús. Ideología y comunicación. Premia, México, 1992 (Col. La red de Jonás)

Estudio sobre las formas ideológicas que se transmiten a través de los medios de comunicación, donde se resalta su influencia en el receptor.

LORENZANO, Luis. La publicidad en México. Quinto sol, México, 1986.

Texto básico para comprender y reflexionar sobre las empresas publicitarias en nuestro país y los elementos que se manejan en la publicidad, destacando niveles de análisis de la misma.

DURANDIN, Guy. La mentira en la propaganda política y en la publicidad. Paidós, Barcelona, 1989.

Importante libro donde se analizan los mensajes, de índole propagandística como publicitaria. Amén, de dar pautas de análisis de dichos mensajes. Básico para esta unidad.

CASSIGOLI, Armando. Conocimiento, sociedad e ideología. ANUIES–Edicol, México, 1976.

Texto que evidencia la influencia ideológica de los medios de comunicación a niveles cotidianos.

BRIAN Key, Wilson. Seducción subliminal. Diana, México, 1972.

Texto de análisis a nivel psicológico e ideológico de la comunicación que evidencia los trucos y manejo de símbolos con diversos que van más allá del consumo.

UNIDAD 2 ANÁLISIS DEL DISCURSO RADIOFÓNICO.

Carga horaria: 15 HORAS

OBJETIVO: El estudiante identificará las funciones y estructuras del discurso radiofónico, a partir del análisis de su contexto, lenguaje, representaciones ideológicas e intenciones del emisor, para determinar su importancia en el sistema de comunicación pública y la influencia que tiene en el receptor.

OBJETIVOS DE OPERACIÓN	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS SUGERIDAS
<p>2.1. El estudiante adquirirá elementos contextuales, ubicando antecedentes históricos de la radio en México (origen económico y formas de dependencia con el extranjero), para comprender su estructura actual.</p>	<ul style="list-style-type: none">– Los estudiantes, en equipos, seleccionarán una estación del cuadrante radiofónico e investigarán los siguientes aspectos: antecedentes históricos generales de la radio en México (origen económico y formas de dependencia con el extranjero), consorcio radiofónico al que pertenece la estación seleccionada, antigüedad e historia particular, horario de transmisión y tipo de programación – Con las investigaciones realizadas, en grupo se elaborará un cuadro en el que se destaquen los consorcios existentes, las programaciones de las estaciones seleccionadas y los rasgos más característicos de cada una de ellas – Basándose en el cuadro, se evidenciará el carácter de cada una de las estaciones investigadas

OBJETIVOS DE OPERACIÓN	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS SUGERIDAS
<p>2.2. El estudiante conocerá las características de la radio; a partir de sus aspectos auditivo, psicológico, sociológico y de producción, con el fin de valorar su importancia en el sistema de comunicación pública.</p> <p>2.3. El estudiante distinguirá la estructura del lenguaje radiofónico, a partir de sus formatos y elementos, para adquirir nociones que le permitan realizar un análisis discursivo.</p> <p>2.3.1. El estudiante reconocerá las funciones de la creación y producción de mensajes radiofónicos, identificando las estructuras (externa e interna) de las emisoras, para valorar sus programaciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El profesor expondrá las principales características de la radio en sus diferentes aspectos - El estudiante, de manera individual, las reconocerá en diversas programaciones y estaciones; y reflexionará sobre el uso que se hace de ellas, con base en un guión de análisis proporcionado por el profesor - En clase se elaborará un cuadro, con base en la actividad anterior, en el que se mencione la forma como se utilizan las características de la radio. En una discusión dirigida, se obtendrán conclusiones en las cuales se destaque la importancia de la radio en el sistema de comunicación pública - El profesor proporcionará una lectura para que el estudiante conozca los formatos y elementos del lenguaje radiofónico y reconozca las funciones de creación y producción de diferentes mensajes radiofónicos. Estudiantes y profesor elaborarán un cuadro sinóptico de las conclusiones que obtengan - En equipos, los estudiantes, retomaran los trabajos realizados anteriormente e identificarán las estructuras externas e internas de la estación seleccionada, para caracterizar sus programaciones - Cada equipo expondrá sus conclusiones en clase, para que en conjunto se realice una valoración de las programaciones analizadas

OBJETIVOS DE OPERACIÓN	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS SUGERIDAS
<p>2.3.2. El estudiante analizará la estructura del discurso radiofónico, identificando recursos expresivos; para valorar, por una parte, la intención del emisor y las representaciones ideológicas y, por otra, el papel del perceptor en el consumo de mensajes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – El profesor expondrá el uso de recursos expresivos en la radio, para que los estudiantes los identifiquen en uno o varios programas de la estación que están analizando – Cada equipo entregará un trabajo escrito en el que describa las conclusiones a las que lleguen sus integrantes – Con base en una lista de cotejo, elaborada conjuntamente por el profesor y los estudiantes, se realizará un ensayo en el que éstos valoren la intención del emisor y las representaciones ideológicas encontradas en la programación analizada, así como el papel del perceptor ante este tipo de mensajes. – Los trabajos realizados pueden ser utilizados, bajo la guía del profesor, para elaborar producciones radiofónicas (además o en lugar del ensayo) con los elementos técnicos que los estudiantes tengan a la mano, en las cuales se manifiesten los análisis realizados

OBJETIVO	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
<p>F O R M A T I V A</p>	<p>QUÉ EVALUAR</p> <p>Si el estudiante comprende: la estructura actual de la radio en México; sus aspectos auditivos, psicológicos, sociológicos y de producción; sus características, lenguaje, formatos y elementos y recursos expresivos.</p> <p>CÓMO EVALUAR</p> <p>A partir del análisis de diferentes programas y programaciones radiofónicas, el estudiante elaborará cuadros sinópticos o esquemas en los que mencione, como producto de la investigación y la reflexión, la información mencionada anteriormente.</p> <p>PARA QUÉ EVALUAR</p> <p>Para constatar que el estudiante cuenta con los elementos suficientes para realizar análisis de discursos radiofónicos, que le permitan determinar la influencia de estos mensajes en el receptor.</p>

OBJETIVO	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
<p>S U M A T I V A</p>	<p>QUÉ EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> • Si el estudiante es capaz de analizar discursos radiofónicos, a partir del contexto, el lenguaje, las representaciones y la(s) intencion(es) del emisor. • Si el estudiante es capaz de determinar la importancia de la radio en el sistema de comunicación pública. • Si el estudiante, con base en los puntos anteriores, es capaz de determinar la influencia de los discursos radiofónicos en el receptor. <p>CÓMO EVALUAR</p> <ul style="list-style-type: none"> • A través de la elaboración de trabajos de investigación (reportes) y de análisis (ensayos), en los cuales se abarquen los puntos anteriores. • A través de producciones radiofónicas, elaboradas con los recursos disponibles para los estudiantes, que expresen el resultado de investigaciones y análisis de este tipo de mensajes. <p>PARA QUÉ EVALUAR</p> <p>Para constatar que los estudiantes cuentan con los elementos suficientes para: analizar discursos radiofónicos, determinar su influencia en el receptor y acceder a otros análisis más complejos.</p>

BIBLIOGRAFÍA

OBJETIVO	TEXTO
UNIDAD 2	<p>ROMO GIL, Ma. Cristina. <u>Introducción al conocimiento y práctica de la radio</u>. Diana, México, 1989.</p> <p>El texto maneja un lenguaje accesible para el estudiante y contiene información útil para todo el contenido de esta unidad, particularmente en los capítulos: 1 Definición de radio, la radio como medio de comunicación, funciones de la radio; 2 Esbozo histórico de la radio; 3 El código radiofónico: voz, música, efectos; 4 El guión radiofónico.</p> <p><u>El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica</u>. UAM Xochimilco-Plaza & Janes-IMER, México, 1988.</p> <p>En el capítulo 2 se proporciona información sobre los elementos, géneros y funciones del discurso radiofónico; en el capítulo 4 se encuentra información sobre hábitos de consumo e investigaciones de mercado que son útiles para contextualizar a la radio; en el capítulo 5 se aborda la producción radiofónica, desde el surgimiento de la idea hasta el guión y desde la preproducción hasta la postproducción. Además de la información sobre el contenido de esta unidad, por su carácter práctico, el texto proporciona elementos para la producción radiofónica (incluye ejemplos de guiones).</p> <p>ORTIZ Garza, José Luis. <u>Las guerra de las ondas</u>. Planeta, México, 1992.</p> <p>El texto aborda el tema de la radio mexicana durante la Segunda Guerra Mundial. Proporciona algunos datos históricos y se analiza la radio mexicana. Se recomienda como apoyo para la realización de ejercicios de análisis o de actividades en las cuales se promueva la discusión entre los estudiantes sobre el tema.</p>

CHARLES, Mercedes y Guillermo Orozco G. Educación para la reopción. Trillas, México, 1990.

Antología de estudios y ensayos sobre la “percepción crítica”, “recepción” o “educación para la recepción”, entre otros nombres que recibe esta postura de análisis comunicativo. Se recomienda este material para que de él se pueda extraer alguna lectura para los estudiantes en torno al tema de la “percepción”; se sugiere el capítulo 14 que aborda directamente la enseñanza de la recepción crítica ante la radio.

GONZÁLEZ Alonso, Carlos. El guión. Trillas, México, 1988.

Texto sencillo en el cual se explica el procedimiento y la técnica para la elaboración de guiones en general. El libro puede ser utilizado como fuente de consulta para la realización de programas radiofónicos como actividad de la asignatura.

ROMO Gil, Ma. Cristina. La otra radio. Voces débiles y voces de esperanza. IMER, México, 1990.

Texto de gran utilidad para los alumnos que realizan el análisis de la radio no comercial, es decir, de la radio con carácter social y colectivo, con base en diferentes experiencias presentadas por la autora, para poder contrastarlas con el uso de la radio con el que mayor contacto se tiene.

UNIDAD 3 ANÁLISIS DEL DISCURSO DEL CINE Y LA TELEVISIÓN

Carga horaria: 15 HORAS

OBJETIVO: El estudiante analizará las funciones de los discursos televisivos y cinematográficos, determinando la importancia de estos medios en el sistema de comunicación pública, para asumir una postura crítica como perceptor.

OBJETIVOS DE OPERACIÓN	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS SUGERIDAS
<p>3.1. El estudiante adquirirá elementos contextuales, ubicando antecedentes históricos de la televisión y del cine en México (origen económico y relación con el extranjero) para comprender su estructura actual y el uso de las nuevas tecnologías de comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none">- Por equipos, los estudiantes realizarán una investigación sobre los antecedentes históricos de la televisión y del cine en México.- El profesor propondrá la lectura de uno o varios textos sobre el origen económico del cine, la televisión y las nuevas tecnologías y su relación con el extranjero.- Con los resultados de la investigación y la lectura propuesta, el profesor organizará una mesa redonda con los representantes de los equipos para exponerlos a sus demás compañeros.- A partir de las conclusiones de la mesa redonda, los estudiantes, dirigidos por el profesor, elaborarán un cuadro sinóptico en donde se vierta toda la información anterior.

OBJETIVOS DE OPERACIÓN	ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS SUGERIDAS
<p>3.2. El estudiante conocerá elementos del lenguaje y las funciones de los discursos televisivos y cinematográficos, reconociendo sus estructuras discursivas y caracterizándolas como género, para ubicar las intenciones de los emisores y sus representaciones ideológicas.</p> <p>3.3. El estudiante analizará diversas producciones televisivas y cinematográficas, a partir de la integración de los aspectos vistos anteriormente, con la finalidad de asumir una postura crítica ante los discursos de estos medios.</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Mediante una guía de análisis, los estudiantes reconocerán los elementos del lenguaje televisivo y cinematográfico en diversas producciones de estos medios – Por equipos, los estudiantes analizarán producciones televisivas y cinematográficas, para reconocer sus estructuras discursivas y, en una discusión grupal, caracterizarlas como género y ubicar las intenciones de los emisores y sus representaciones ideológicas – El profesor propondrá el análisis de diversas producciones televisivas y cinematográficas y, mediante la utilización de una metodología específica, comprobará que los estudiantes asumen una postura crítica ante los discursos de estos medios

OBJETIVO	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
<p style="text-align: center;">F O R M A T I V A</p>	<p>QUÉ EVALUAR</p> <p>– Si el estudiante conoce las funciones de los discursos televisivos y cinematográficos, así como su importancia en el sistema de comunicación pública.</p> <p>CÓMO EVALUAR</p> <p>Mediante reportes de lectura con los que el estudiante:</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Contextualice el origen de cine y la televisión, especialmente en México b) Comprenda la estructura actual de estos medios y el uso de nuevas tecnologías c) Reconozca los elementos del lenguaje televisivo y cinematográfico d) Determine las funciones de estos discursos <p>PARA QUÉ EVALUAR</p> <p>Para propiciar en el estudiante la formación de una postura crítica como perceptor.</p>

OBJETIVO	SUGERENCIAS DE EVALUACIÓN
<p>S U M A T I V A</p>	<p>QUÉ EVALUAR</p> <p>Si el estudiante analiza discursos televisivos y cinematográficos, tomando en consideración:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Elementos de estos lenguajes b) Estructuras discursivas de producciones televisivas y cinematográficas c) Las representaciones ideológicas y las intenciones del emisor <p>CÓMO EVALUAR</p> <p>Utilizando un cuestionario guía o lista de cotejo, proporcionada por el profesor, el estudiante analizará diversas producciones televisivas y cinematográficas e investigará sobre los antecedentes históricos de la televisión y el cine mexicano.</p> <p>Asimismo, a partir de la actividad anterior el alumno realizará un ensayo en el que incluya:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Antecedentes históricos y contextuales de los medios analizados. b) Desarrollo de la guía de análisis. c) Interpretación y valoración de los mensajes analizados. <p>PARA QUÉ EVALUAR</p> <p>Para constatar que las valoraciones e interpretaciones realizadas por los estudiantes estén sustentadas en el uso de los elementos de análisis abordados en esta unidad.</p>

BIBLIOGRAFÍA

OBJETIVO	TEXTO
UNIDAD 3	<p>MEJÍA Barquera, Fernando <i>et al.</i> <u>Televisa el quinto poder</u>. Claves Latinoamericanas, México, 1991.</p> <p>Incluye un conjunto de estudios sobre la televisión privada mexicana, fundamentalmente de asuntos internos. Aporta un panorama amplio para acceder a una reflexión crítica de su historia, su programación, la relación entre cultura, educación y televisión, así como de la estructura y realidad de Televisa.</p> <p>MIER, Raymundo y Mabel Piccini. <u>El desierto de espejos. Juventud y televisión en México</u>. Plaza & Janes–UAM–Xochimilco, México, 1987.</p> <p>Constituye una serie de reflexiones que van de la televisión a la historia de los medios y surgimiento de un acontecimiento histórico de gran relevancia, a su sometimiento. Integra una relación de textos en los que el objeto de análisis es la juventud y sus nexos con las industrias culturales, en especial con la televisión.</p> <p>TREJO Delarbre, Raúl <i>et al.</i> <u>Las redes de Televisa</u>. Claves Latinoamericanas, México, 1988.</p> <p>Integra una serie de ensayos de diversos autores en los que se analiza la presencia de Televisa en la radio, en el cine y el video, en las telenovelas y otros aspectos relacionados con el consorcio televisivo dentro y fuera del país.</p>

BIBLIOGRAFÍA

OBJETIVO

TEXTO

CHARLES, Mercedes y Guillermo Orozco. Educación para la recepción. Trillas, México, 1990.

Texto básico que permite tener, al final de su lectura, un panorama general de la comunicación vista desde el ángulo del perceptor. Se recomiendan, para esta unidad, los capítulos 1, 2, 11, 12 y 16.

GOMEZJARA, Francisco A. y Delia Selene de Dios. Sociología del cine. SEP Setentas–Diana, México, 1981.

Brinda una visión sistemática de las funciones sociales del cine a partir del estudio de las diferentes expresiones de éste dentro de la sociedad contemporánea: como industria, como arte, como educación, como evasión psicológica, como comunicación masiva, como utilización del ocio; ordenando todas sus posibles funciones.

MORIN, Edgar. El cine o el hombre imaginario. Seix Barral, Barcelona, 1975 (Biblioteca breve de bolsillo)

Plantea un análisis del lenguaje cinematográfico y su naturaleza artística. Descubre el carácter psicológico de la imagen, su función en el tiempo, los procesos psíquicos de la participación afectiva y las relaciones entre objetividad y subjetividad en el cine.

BIBLIOGRAFÍA

OBJETIVO

TEXTO

POLONIATO, Alicia. Cine y comunicación. Trillas, México, 1980 (Temas básicos)

Comprende información técnica e histórica de la cinematografía y su relación con el hombre actual. Proporciona los elementos básicos de análisis para saber qué hace de una película una “buena película”.

GARCÍA Tsao, Leonardo. Cómo acercarse al cine. CNCA-Limusa, México, 1989.

Texto sencillo para acercarse a este medio, especialmente a su aspecto artístico. A lo largo del texto se elabora una breve revisión histórica, al mismo tiempo que se abordan elementos de análisis.

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

PROFRA. LETICIA ACERO RUEDA
LIC. ARTURO ALVARADO RIVAS
LIC. OSCAR RAÚL LARA REYES
LIC. ARTURO PÉREZ GUERRERO
LIC. ALFONSO PÉREZ MORALES

ASESORA EXTERNA

MTRA. PATRICIA FERNÁNDEZ HERNÁNDEZ

CAPTURA Y EDICIÓN:

ELISA NORA RAMÍREZ VERA
GUADALUPE ARIAS VILLA GÓMEZ

DADC – 2007