



Universidad Nacional
Autónoma de México

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE PSICOLOGIA

COMUNICACION CULTURAL INTEGRAL

"UN ENFOQUE PSICOSOCIAL"
(VIDEOCASSETTE) COMUNICACION CULTURAL
UNA PROPUESTA ALTERNATIVA".

TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN PSICOLOGIA

P R E S E N T A:

DALIA MARINA CHARGOY GUAJARDO.

1983.



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

S U M A R I O

- Introducción
Justificaciones

PREPRODUCCION

- Desarrollo o contenido académico del videocassette
Comunicación Cultural. Una propuesta alternativa
- Sinopsis
- Pasos para el desarrollo del video de Comunicación
Cultural.
- Diseño y Planeación del contenido del programa.
- Código de Encuadres y transición de Imagenes en T.V.

GUIÓN TECNICO

PRODUCCION

- Story Board (ó guión visual)
- Elaboración de planta de piso
- Planeación de Necesidades de Producción (Diseño)
- Break Down (ruta crítica, locaciones)
- Calificación para edición
- Break Down
Musicalización

S U M A R I O

- Introducción
Justificaciones

- PREPRODUCCION

- Desarrollo o contenido académico del videocassette
Comunicación Cultural. Una propuesta alternativa

- Sinopsis

- Pasos para el desarrollo del video de Comunicación
Cultural.

- Diseño y Planeación del contenido del programa.

- Código de Encuadres y transición de Imagenes en T.V.

- GUIÓN TECNICO
- PRODUCCION

- Story Board (ó guión visual)

- Elaboración de planta de piso

- Planeación de Necesidades de Producción (Diseño)

- Break Down (ruta crítica, locaciones)

- Calificación para edición

- Break Down
Musicalización

POST-PRODUCCION

- Edición y efectos especiales
- Videocassette
Comunicación Cultural, una propuesta alternativa.
- Agradecimientos
- Bibliografía.

"COMUNICACION CULTURAL"
Un Enfoque Psicosocial.

Tesis que para obtener el título de Licenciado en Psicología se desarrolla fundamentando la propuesta de un término cuya función psicosocial atañe al estudio de la comunicación, asimismo exige la acción - específica del Psicólogo, quien como integrante de un grupo interdisciplinario, pretenderá incidir en la realidad social, a través de participar en la conjugación de los contenidos de diversas disciplinas.

La realización de esta propuesta por medio del videocassette intenta crear las inquietudes necesarias, que inviten a la investigación de un código, que haga factible el surgimiento de una T.V. comunitaria.

En el presente documento se propone la expresión "Comunicación Cultural", como una alternativa de acción que conlleve a concebir de modo participativo nuevas redes de comunicación, como redes movilizables, cuyos cambios sean producto de una comunicación educativa que demande el individuo, objetizando su realidad cultural.

Es conocido el hecho de que en el funcionamiento social y cultural - actual, una parte de población está subinformada, se le coloca como incapaz de descifrar la información, de buscarla, y por tanto de utilizarla convirtiéndola en acción.

La comunicación cultural integral se basa en un proceso de interacción recíproca y de ambivalencia de roles (emisor-perceptor, perceptor-emisor) por esto puede constituir una expresión de comunicación alternativa que se da, necesariamente, a través de proceso psicosocial.

El Concepto Comunicación Cultural es acuñado desde una perspectiva

psicosocial, proponiendo en el contexto mismo de las Ciencias de la -
Comunicación, el ejercicio de un derecho social, un sentir humano --
que se desprende de la capacidad de crear, fenómeno Psicológico de -
vital importancia para la formación de una personalidad crítica.

El análisis objetivo de la cultura es un elemento consustancial al pen-
samiento crítico.

La comunicación cultural propone el desarrollo de una sociedad críti-
ca como efecto de la comunicación horizontal y multidireccional y de la
constante motivación a la creatividad que el proceso de la comunicación
alternativa genera.

En una sociedad dada, las vías y modos alternativos de comunicación en
la medida de su creatividad y autonomía relativa en cuanto a esas es- -
tructuras, constituyen avanzadas de nuevas relaciones sociales que apun-
tan hacia el futuro, aunque su gravitación a largo alcance esté limita-
da y condicionada por los procesos de cambio y las relaciones de fuer--
zas en la sociedad global.

La cultura es un continuo que va de lo particular e individual hasta la
básica identidad social y viceversa. Partiendo de este criterio, la Psi-
cología Social como instrumento de comprensión y estudio del fenómeno
de integración social, permite contemplar la comunicación cultural co-
mo una propuesta alternativa, en la medida que implica una actitud an-
tiautoritaria que no se basa en estereotipos, lugares comunes o en - -
afirmaciones incontrastables, pues implica acercarse a través del diá-
logo directo o indirecto a los fenómenos de la realidad, problematizan
do e interrogando a la realidad, de modo tal que esta aproximación --
implique establecer una relación cognocitiva, viva, abierta, que cons-
tituye el polo opuesto de la mera transmisión de aserciones por cuan-
to el conocimiento se construye a través del diálogo y la participa--
ción activa e igualitaria entre los interlocutores.

Se trata de desarrollar las capacidades individuales y los recursos colectivos de la población. Para que la misma población progresivamente asuma la solución de algunos de sus problemas reconvirtiendo unas actitudes de cambio, especialmente a través de la constitución de grupos de acción cultural y social. Y la Psicología puede contribuir con los conocimientos referentes a percepción social, motivación, aprendizaje, desarrollo de la personalidad, procesos creativos, desarrollo de la comunidad entre otros, todos en referencia a la comunicación y sus efectos. La importancia de manejar los elementos de comunicación cultural para el Psicólogo radica, en la posibilidad de contribuir a la creación de relaciones comunicacionales dialógicas, participativas, dentro de procesos dirigidos al cambio social.

El proceso de comunicación es expresión de conductas y roles sociales, así como la estructura social y las relaciones de clases determinan de manera fundamental, el carácter de la comunicación social.

Un sistema social es un conjunto de partes diversas, cada una de las cuales se define por sus funciones o sus objetivos y se une con los demás a través de interacciones.

Por medio de la Psicología se tratará de comprender, explicar y predecir cómo los pensamientos, sentimientos y acciones percibidos en los demás, así como en uno mismo, pueden contribuir a la realización de una comunicación integral con una nueva carga ideológica, no autoritaria, consolidaria de las motivaciones que impulsan el proceso creativo y el cambio social que la comunicación alternativa de algún modo induce y expresa.

JUSTIFICACIONES

La intención de este trabajo responde a las interrogantes:

¿Qué?: Comunicación Cultural.

¿Por qué?: Por ser manifiesta la necesidad social de establecer una forma de comunicación que requiere de una conducta participativa y responsable.

La comunicación cultural es la opción para ejercer el derecho a la cultura usando como medio de comunicación multidireccional, misma que implica una participación democrática.

¿Para qué?: Para establecer un flujo de comunicación horizontal para una mejor convivencia social.

¿Con qué?: A través del mensaje cultural.

El planteamiento inicial estructurado usando el medio del video cassette, se dirige en un primer momento a profesionales y estudiantes (en este caso específicamente de Psicología), para motivarlos a intervenir en el diseño de formas novedosas y participativas que transmitan mensajes culturales. El uso de la imagen, para hacer la propuesta de una comunicación cultural, es un intento contestatario al discurso totalitario de la televisión oficial, desde el momento que el discurso alternativo se plantea la solución real de problemas mediante la expresión creativa -- sin deslindar responsabilidades a través de la demagogia que confunde y aliena.

La posición analítica y crítica de aquellos que poseen información, pretende la búsqueda de hacerla extensiva, en el empleo de la misma diri-

gida a fines de beneficios sociales, que capaciten para la acción a las comunidades más variadas usando las expresiones creativas de cada uno de sus integrantes.

Será pertinente, precisar que los peligros de enajenación y mimetismo no corresponden a la evolución modernizadora de una cultura, sino al canal y a la actitud por la cual se produce.

Las diversas manifestaciones étnicas, regionales así como el fenómeno de identidad nacional, serán apoyados en este programa como respuesta dialéctica al mensaje unilateral de penetración extranjera que sólo funciona como un añadido superpuesto a una comunidad, entorpeciendo la emanación auténtica de su vida.

En el programa en videocassette se encontrarán los elementos de comunicación cultural y se señalarán los recursos con que cuenta la propia Universidad para plantear un uso coherente de estos estableciendo una política cultural de participación, por tratarse de un modo alternativo de comunicación.

Al educando se le propondrá una ruptura con el esquema de dependencia y pasividad haciendo uso de su capacitación para fungir como agente -- de cambio social.

Se invitará al sector extrauniversitario a crear planteamientos de acción conjunta para la elaboración de mensajes de un modo participativo, empleando el Modelo Multidireccional de comunicación.

El Modelo Multidireccional se expresa en la manera siguiente:

Flujo
Horizontal

Discurso antiautoritario, abierto, interrogantes
problematizador Vs. estereotipos.

Producción de los mensajes:
participación activa de los polos del proceso co
municacional.

Mensaje

Emisor - Receptor

Receptor - Emisor

Redes de Distribución
al margen del circuito
comercial
(autor Máximo Simpson).

Medio

Propiedad Colectiva

D E S A R R O L L O

Objetivo General.-

Dado un modelo de comunicación alternativa, el sujeto expresará qué tipo de conductas y condiciones conllevan a la participación para producir y recibir los mensajes culturales que hagan posible la integración psicosocial.

Condiciones.-

- 1) Reconocimiento del otro como sujeto y no como mero objeto del pro
pio discurso.
- 2) Reconocimiento de que el proceso cognoscitivo nunca es meramente individual sino eminentemente social.
- 3) Observación de la premisa de que una de las garantías de la obje
tividad del conocimiento radica en su carácter público e intersub
jetivo (Popper).

- 4) Reconocimiento de que la realización personal sólo puede concretarse a través de la relación con el otro y de la aceptación de su alteridad. Por lo tanto, todo proceso de conocimiento implica una interacción dialógica entre dos sujetos activos, ninguno de los cuales es mero objeto del otro.

El código aquí empleado es el que el Psicólogo o el estudiante de Psicología podrá identificar, dado que, el enfoque psicosocial nos propone el estudio de este fenómeno de la comunicación elemento fundamental de socialización.

El mensaje implica la acción específica de profesionales, estudiantes y miembros de la comunidad extrauniversitaria. Pero esta dirigido a la sensibilización del psicólogo a participar con sus conocimientos específicos y como miembro de una población en el diseño del mensaje cultural.

El perceptor, en este caso, es aquel que viendo el videocassette "Comunicación Cultural, una propuesta alternativa", encuentra en estas páginas un material de apoyo que amplíe la captación del mensaje, para poseer mayores elementos que le permitan participar en su instrumentación fungiendo así también como emisor según el momento que se viva dentro de este proceso comunicacional.

Objetivos específicos.-

- 1.1 (Al ver el video), que el teleespectador enuncie formas de co-participación para la elaboración del mensaje cultural y los recursos que pueden ser empleados.

A través de la propuesta aquí sustentada:

- 2.1 El Psicólogo Social Crítico* identificará el modelo de comunicación-alternativa.
- 2.2 El Psicólogo Social Crítico identificará y distinguirá las conductas sociales que la propia comunicación genera.
- 2.3 El Psicólogo Social Crítico identificará el concepto de comunicación cultural dentro del contexto social.
- 2.4 El Psicólogo Social Crítico reconocerá la utilidad del fenómeno - de integración psicosocial.
- 2.5 El Psicólogo Social Crítico, conjuntamente con otros profesionales interesados, elaborará un diagnóstico social, a través del fenómeno de la comunicación, factor constitutivo de la propia estructura social.
- 3.1 El sujeto identificará las conductas que conlleven a la participación en el proceso de comunicación cultural.
- 3.2 El sujeto identificará los mensajes culturales y sus características.
- 3.3 Los diversos sectores sociales identificarán la autogestión del - mensaje con la participación a través de la simultaneidad de roles (descodificador - codificador).

* El Psicólogo Social Crítico es quien lejos de manifestar una postura reduccionista, y autoritaria considera a los individuos que componen los diversos sectores sociales situados de manera indistinta y recíproca en los roles de Emisor-Perceptor, así igualmente él como profesional los desempeña. Su interés por los procesos cognocitivos que en los conglomerados sociales funcionan, lo aborda a través de una Psicología profunda, dispuesto a comprender de un modo intrínseco los diversos aspectos de las conductas encaminadas a comunicarse.

4.1 Las Universidades a través de una función integradora diseñará objetivos de acción por medio de la comunicación alternativa para - hacer extensiva la comunicación cultural a los sectores extrauni-versitarios de un modo planificado y coherente, sin interferir en los necesarios márgenes de espontaneidad y creatividad del proce-so participativo y además estimulará tales aspectos.

4.2 Los grupos pluridisciplinarios de profesionales que participen - en la creación del mensaje cultural, identificarán los elementos para la capacitación de grupos multidisciplinarios de pasantes, a fin de que estos sean el enlace que implemente a la comunidad - para la recepción del mensaje cultural.

El presentar un proyecto integrador de esfuerzos mancomunados enfoca-dos al proceso creador conllevará a la realización del objetivo de integración cultural.

Se habla de que la comunicación es integral porque permite al individuo mayores intercambios con el conjunto de los elementos del sistema.

Para la solución de problemas específicos por medio de la comunicación cultural las características relevantes que contendrán los mensajes serán:

- a) Que incidan en nuestro sistema social.
- b) Que sus planteamientos sean considerados desde diversas directri-ces establecidas por grupos de la población y los varios estratos sociales específicos, a fin de determinar el tipo de público al - que dirige para obtener fines precisos.
- c) Que la interacción entre educadores y población sea considerada -

en función del contexto social.

- d) Que las características generales comunes de los problemas seleccionados permitan elaborar un conjunto de criterios básicos que puedan ser aplicados a través de diversos proyectos de acción de efectos concretos y continuados regidos por la correspondiente - planificación, programación y evaluación de los objetivos.

Conclusiones.-

Se planteará un estudio sistemático y en forma documentada de la cultura que con apoyo de la Psicología contribuya a la modificación ideológica que se ocupe de grupos sociales localizados aún fuera del radio de acción de la educación institucional.

Se enfatizará los problemas sociales y se plantearán soluciones prácticas apoyadas en la comunicación de la cultura como un proceso de integración.

La política cultural mediante la comunicación alternativa intenta - - crear:

- a) Una opinión pública en los sectores de opinión.
- b) Una conciencia crítica de dicha opinión pública.
- c) Una conciencia crítica que gravite favorablemente en dirección - a los cambios en lo económico, social y cultural.

E P I L O G O

Se ha señalado a lo largo de esta exposición, que el proceso de la comunicación cultural, requiere de apoyos políticos, - económicos y psicosociales que favorezcan su transmisión. Dada la carga ideológica que sustenta este mensaje, sería necesario el reconocimiento de una cultura auténtica, con ello se pretende decir autónoma, crítica, disruptiva a valores - inducidos por otros discursos ajenos a la comunidad y que no busquen la democratización de los medios y recursos que sirven para la circulación del mensaje alternativo, cuyos referentes son las propias necesidades objetivas y sentidas de - una comunidad dada manifestándose a través de la expresión creativa de la comunicación: "La Cultura".

Debemos tener en cuenta en el análisis comunicacional de estas demandas la formación social, pues como señala Daniel - Prieto en su obra "Elementos para el análisis del mensaje": "El hombre no percibe pasivamente, percibe activamente, rechazamos la tendencia a homogenizar a los perceptores como si fueran masas indiferenciadas. Las distinciones por edades, sexos, relaciones sociales, lugar de vivienda, tipo de trabajo, entre otras, resultan elementales para poder comprender la diversidad de situaciones de percepción, dentro de determinados procesos de comunicación".

A través de la práctica psicológica esto se conoce bien, desde el punto de vista de la Gestalt, por ello, es importante en cualquier intento de comunicación alternativa, que el psicólogo no pierda de vista que el tipo de proceso incide directamente en el tipo de mensaje.

La intensionalidad de estos mensajes, alternativos colocan al estudioso de la conducta, como emisor tanto como receptor, desempeñando roles igualitarios a cualquiera de los miembros involucrados en este posible hecho de comunicación social.

E L A B O R O

Dalia Marina Chargoy.

S I N O P S I S

Se propone el término de Comunicación Cultural respondiendo a la necesidad de hacer de uso común los productos de las expresiones creativas, de los participantes en el proceso de comunicación por lo que la Comunicación Cultural usa el modelo de comunicación alternativa que hace posible la reciprocidad de roles emisor - perceptor y viceversa.

Partiendo de la observación de que los medios alternativos surgen en la misma praxis social, se pretende a través de un enfoque psicosocial estudiar las conductas participativas dirigidas a generar otros modos de comunicación.

Para el logro de la participación en el diseño del mensaje, el pasante colaborará a través de su servicio social, los grupos de profesionales contribuirán para instrumentar al pasante o voluntario en la transmisión de esta conducta social, con la participación de los diversos sectores de la población, se detectarán conjuntamente necesidades objetivas y sentidas que a través de formas creativas de comunicación ofrecerán alternativas de solución.

A través de la labor pluridisciplinaria se intentará crear una infraestructura que conlleve a una revaloración del proceso creativo y sus insumos de beneficio social, por medio de la comunicación cultural. El Psicólogo interesado en esta forma de comunicación será un agente importante dentro del proceso de cambio, dada su preparación para comprender los procesos cognoscitivos que intervienen en las experien

cias de creatividad y comunicación, así como, sus efectos - en la conducta humana.

La Comunicación Cultural es una alternativa para crear relaciones comunicacionales, dialógicas participativas dirigidas al cambio social.

Se pretende al realizar este tema de tesis en video cassette, incidir en una comunicación colectiva efectiva, que rebase - el tradicional documento de menor alcance en cuanto al número de perceptores en un mismo momento. Así como aprovechar las ventajas de los mensajes audiovisuales y de la imagen - en movimiento en la T.V.

PRODUCCION

- Elaboración del Story Board
(Visualización del contenido académico)
- Elaboración de la Planta de Piso
(Para grabar en estudio)
- Planeación de las necesidades de producción
(diseño, fotografía, utilería, etc.)
- Alternativas.

GUION TECNICO

- Break Down (desglose del guión técnico)
- Materiales de Diseño
- Tomas de estudio
- Tomas exterior (VT)
- Escenografía
- Utilería
- Actores, presentadores, locutores

Especificaciones Video

Especificaciones Audio

POST-PRODUCCION

- Edición
- Efectos audio- Musicalización - Locución

PRODUCCION PROGRAMA AV

- PRE-PRODUCCION

Contenido académico
Guión Técnico

- PRODUCCION

Diseño
Fotografía

- POST-PRODUCCION

Armado
Sonido
Sincronización

D I S E Ñ O

Y

P L A N E A C I O N

D E L

C O N T E N I D O

D E L

P R O G R A M A

T A R E A	ACCIONES A REALIZAR	PREGUNTAS CLAVES PARA LAS ACCIONES	PERSONAS INVOLUCRADAS	RESULTADO DE LAS ACCIONES
DETECCION DE LA NECESIDAD ACADÉMICA.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Investigar grado de dificultad; - grado abstracción; necesidad de visualización del tema, condiciones en las que se da el tema, etc. 2) Ubicar el tema dentro del programa de la materia y el plan de estudios. 	<p>¿Porque se necesita el programa ?</p> <p>¿Que parte del tema general requiere de imagenes para su aprendizaje?</p> <p>¿En qué condiciones se da el tema?</p> <p>¿Que peso tiene dentro del plan de estudios?</p> <p>¿Qué conocimientos previos requiere el alumno?</p>	<p>- Maestro de la materia (responsable del contenido).</p> <p>Depto. Pedagógico del CUPRA.</p> <p>Usuarios.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Tema específico del programa. 2) Justificación para la realización del programa. 3) Nivel de los alumnos. 4) Conocimientos previos.
DISEÑO DE LOS OBJETIVOS DE APRENDIZAJE.	<ol style="list-style-type: none"> 1) Especificar el Objetivo general del programa. 2) Especificar los objetivos intermedios para tener conocimientos y habilidades concretas. 	<p>¿Que se requiere lograr con el programa?</p> <p>¿Qué van a aprender los alumnos?</p> <p>¿Qué alcances tiene el programa?</p> <p>¿Qué grado de eficiencia se requiere?</p>	<p>Responsable del contenido.</p> <p>Depto. Pedagógico del CUPRA.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Objetivo general del programa. 2) Objetivos intermedios del programa
ELABORACION DE INDICE DE CONCEPTOS Y SINOPSIS	<ol style="list-style-type: none"> 1) Investigar los conceptos. técnicas, ejemplos, etc, que explican el tema. 2) Elaborar una lista de conceptos. 3) En no más de media cuartilla, explicar el tema en palabras sencillas de los que se tratará el programa. 	<p>¿Qué información se requiere para explicar el tema?</p> <p>¿Cuáles son los conceptos que se necesitan explicar?</p> <p>¿Como puede explicarse el tema en forma sencilla?</p>	<p>Responsable del contenido.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) Lista de conceptos. 2) Sinopsis

T A R E A	ACCIONES A REALIZAR	PREGUNTAS CLAVES PARA LAS ACCIONES.	PERSONAS INVOLUCRADAS	RESULTADO DE LAS ACCIONES
ESTRUCTURACION DEL CONTENIDO	<ol style="list-style-type: none"> 1) Revisar el índice de conceptos y la sinopsis. 2) En base a los conceptos, establecer secuencias de contenido. 3) Comparar las secuencias de contenido con los objetivos de aprendizaje. 4) Se ordenan los conceptos secuenciados según los objetivos de aprendizaje. 	<p>¿Qué conceptos son necesarios para el logro de los objetivos?</p> <p>¿Qué conceptos deben ir juntos ?</p> <p>¿Que secuencias cumplen qué objetivos?</p> <p>¿Cuál es método de enseñanza que va a tener el programa?</p> <p>¿Cuál es el orden de las secuencias según el método seleccionado?</p>	Responsable del contenido y Depto. Pedagógico del CUPRA.	índice de conceptos estructurados según el método de enseñanza elegido.
DESARROLLO DEL CONTENIDO	<ol style="list-style-type: none"> 1) Recabar toda la información necesaria. 2) Redactar el contenido de acuerdo a la estructura aceptada. 	<p>¿La información recabada es la que se requiere para alcanzar los objetivos?</p> <p>¿Se requiere de más información?</p> <p>¿Hay información adicional, no relevante para el logro de los objetivos?</p>	Responsable del contenido.	Contenido del programa.
SELECCION DEL MEDIO	<ol style="list-style-type: none"> 1) Identificar para cada secuencia el medio audiovisual óptimo para su presentación. 2) Revisar todas las secuencias y decidir el medio 	<p>¿Se requiere de imágenes para presentar las secuencias educativas?</p> <p>¿Se requiere de movimiento?</p> <p>¿En qué condiciones se da el tema?</p>	Depto. Pedagógico del CUPRA.	Decisión sobre el medio de presentación.

T A R E A	ACCIONES A REALIZAR	PREGUNTAS CLAVES PARA LAS ACCIONES.	PERSONAS INVOLUCRADAS	RESULTADO DE LAS ACCIONES.
REVISION DEL CONTENIDO	1) Se revisa el contenido para detectar posibles errores. 2) Determinar si el contenido cumple los objetivos propuestos.	¿Contiene errores? ¿Se cumplen los objetivos?	Expertos en el tema y responsable del contenido.	Contenido final del programa.

C O D I G O

TRANSICION DE IMAGENES

Tomado del taller de Posproducción de T.V. educativa
para la educación superior. CUPRA. MARZO - MAYO 1982

IN

FADES Marca el principio o final de una
acción.

OUT

CORTE Se utiliza cuando se requiere conti-
nuidad en el cambio de una escena a
otra.

DISOLVENCIA Se utiliza en la transición de una -
escena a otra cuando existe cambio -
de tiempo o espacio.

WIPES O COR-
TINILLAS Transición a través de efectos geo-
metricos, utilizada para cambios --
"bruscos" de espacio o tiempo o bien
para señalar detalles en la imagen
base.

"ENCUADRES EN T.V.

Tomado del taller de Pos-producción de Televisión educativa
para la Educación Superior. CUPRA. MARZO - MAYO 1982

TOMAS DE UNA PERSONA:

BIG LONG SHOT	B.L.S.
LONG SHOT	L.S.
FULL SHOT	F.S.
MEDIUM FULL SHOT	M.F.S.
MEDIUM SHOT	M.S.
MEDIUM CLOSE UP	M.C.U.
CLOSE UP	C.U.
BIG CLOSE UP	B.C.U.

TOMAS DE OBJETOS:

FULL SHOT	F.S.
TIGHT SHOT	T.S.

TOMAS DE PERSONAS:

TWO SHOT	2 S
THREE SHOT	3 S
GRUOP SHOT	G.S.

Programa: Comunicación cultural: una propuesta alternativa

Video			Audio	
Toma	Emplazamiento	...		
			F.1	F.1
1	FS	1	Cartón logotipo U.N.A.M.	Música
2	FS	1	Cartón 2 Logo cupra Y Logo Psicología	
3	FS	1	Generador de caracteres presenta	Música
4	FS	1	Cartón 4 generador de C. Comunicación Cultural una propuesta alternativa	
5		VT.		Continua Música
6	LS	VT.	Antena Conacyt Calle con tráfico	(Sonido incidental) La comunicación relaciona a los individuos entre sí, hace posible que los grupos y las sociedades funcionen.
7	FS		Gente en la calle niños en interacción	La comunicación es un factor constitutivo de la propia estructura social. El enfoque Psicosocial se ocupa de este factor de socialización.
8	MCV		Maestra informando en clase.	Q LOC Comunicar no es solamente informar; informar significa dar forma, es la emisión unilateral de hechos, ideas, sucesos y datos.
9	FS		Hombres corriendo en Vía obra monte análogo.	Comunicar significa poner en común. Intercambiar experiencias.
10	CU		Imágen cantante guerrillero, rodeado de público pueblo.	Q LOC La cultura es una forma de comunicación de experiencias creativas. Debe ser multidireccional, horizontal, participativa y responsable.
11	FS		Gentes danzando obra monte, análogo sobre impresión emisor receptor.	Q LOC La comunicación cultural es posible mediante la comunicación alternativa, la cual exige reciprocidad de roles entre el emisor y el receptor.
sigue cámara				

Programa: Comunicación cultural: una propuesta alternativa

		Video	Audio
Toma	Emplazamiento		
12	MCU	Cantantes fuera de la estación de metro con público.	- La comunicación alternativa permite el amplio acceso de los sectores sociales, en la emisión y recepción de mensajes, favorece una participación social activa e integradora.
13	FS	Medios Radio UNAM, diseñadora gráfica grupo de trabajadores viendo programas de capacitación en T.V.	El medio en la comunicación no es en sí lo alternativo, es sólo el instrumento de una opción, la alternativa, que promovida por un grupo social, produce mensajes propios que representan concepciones diferentes a las que difunden los medios dominantes.
14	CU ZB	Camarógrafo de T.V. en su labor.	Por ello los medios debieran ser propiedad colectiva de los trabajadores, esto podría lograrse a través de cooperativas u otro tipo de organizaciones que ellos mismos generarían.
15	LS	Evento cultural cantantes en la calle con público.	La manifestación creativa de la comunicación es la cultura: un medio necesario en la educación integral.
16	LS CU	Público calle; Estudiantes de jardín de niños dibujando C.	La comunicación cultural requiere de la participación de los individuos con disposición para decodificar la experiencia cultural. En ocasiones precisa de una preparación correspondiente.
17	MCU	Grupo de profes trabajando.	Para investigar en este campo es preciso la actividad pluridisciplinaria.
18	CU	Mujer saliendo de cavidad de piedra - (Obra Monte análogo)	Una Psicología Social Crítica, no reduccionista y antiautoritaria, colaboraría en la implementación de esta forma de comunicación aplicando sus conocimientos, acerca de este proceso inherente a la conducta humana.
19	MCU LS	Profesionistas en junta. Profesionistas en junta con campesinos.	La importancia de que el psicólogo se ocupe de los elementos de la comunicación cultural, radica en la posibilidad de contribuir a la creación de relaciones comunicacionales dialógicas y participativas dentro de procesos dirigidos al cambio social.
20	MCU LS FS	Reunión de profesionistas. Estudiantes de servicio social trabajando con comunidad en sensibilización. Niños de la comunidad danzando.	El Psicólogo intervendrá también en la articulación de esfuerzos con profesionales de diversas disciplinas para organizar grupos multidisciplinarios de pasantes cuya labor con la comunidad estaría dirigida hacia la integración social haciendo uso de las manifestaciones culturales de un modo planificado y coherente.
sigue cámara			

Programa: Comunicación cultural: una propuesta alternativa.

Video			Audio
Toma	Emplazamiento		
21	MFS	Campesinos viendo microscopio, con instructores estudiantes en servicio social.	La integración social es el factor indispensable que permite al individuo mayores intercambios con el conjunto de elementos del sistema.
	LS	Músicos en la calle fuera de la estación del metro.	Mediante el desempeño del servicio social integral el estudiante colaborará en la instrumentación para la recepción del mensaje cultural en comunidades extrauniversitarias.
22	LS	Sobre impresión música, teatro, danza, artes plásticas. (cartones 6 al 9)	Una de las principales tareas de la Universidad es producir y difundir diversas manifestaciones culturales. Para los diversos Sectores de la población.
23	LS MCU	Chofer platicando con muchachos y estudiantes conversando.	El proceso de comunicación es expresión de conductas y roles sociales, así mismo, la estructura social y las relaciones de clase determinan de manera fundamental el carácter de la comunicación social.
24	LS	Espacio escult. llega Act. 1	Actores (escena espacio escultórico). Actor 1.
25	LS	Se sienta junto a Act. 2	Hola que ya no vas a la facultad? Actor 2 Se me hace que eres tu el que no vas Actor 1 Tú sabes hay que darse a desear.
26	LS	Continúa conversación.	A propósito dime tu que todo lo sabes y si no inventas, ya has oído sobre la comunicación cultural y la Psicología. Estás enterada de que tenemos que ver en todo eso. Se me hace que ya tenemos otro campo de trabajo.
27	LS	Conversación.	Actor 2 Claro.
28	FS	insert. orquesta sinfónica de la UNAM.	Actor 2 Mira por medio de la comunicación cultural podemos hacer divulgación científica a través de eventos culturales.
29	MFS	Insert. Médico con Comunidad.	Imagínate que un egresado de medicina que se le ocurra organizar con los colonos una dramatización para entender la medicina preventiva.
sigue cámara			

Programa: Comunicación cultural: una propuesta alternativa.

Video			Audio
Toma	Emplazamiento		
30	LS	Regresar Actores	Act. 1 Oye que suave está eso de la colaboración comunitaria ahora si a trabajar en equipo para tener acceso a la cultura y conocer los medios con que cuenta la Universidad. Actor 2 Y nosotros podemos colaborar con nuestros conocimientos
31	CU	Grupo niños aprendiendo en clase.	Sobre enseñanza-aprendizaje percepción-social, desarrollo de la personalidad, desarrollo de la comunidad, pensamiento, lenguaje y procesos creativos, entre otros claro todo en referencia a la comunicación y sus efectos.
32	CU	Actitudes de 2 niños	
33	FS	Teatro infantil.	
34	FS	Rostros de	
35	CU	Comunidad observando	
36	FS	Actores conversando	Act. 1 Esto es, así está nuestro papel en el diseño del mensaje cultural.
37	LS	Act. 1 Se despide.	Nos estamos viendo voy a dar la nueva a otros cuates.
38	LS	Act. 2 Se despide Regresar a Act. 2 leyendo sus apuntes.	:Act. 2 Andale comienza a contribuir, se te comisiona para divulgar la propuesta. Q Locutor
39	FS	Obrero Trabajando	El derecho a la cultura es equiparable a el derecho al trabajo, a la salud a la educación. El estudiante enseñará a hacer uso de este derecho a la comunidad extra universitaria siendo capacitado a su vez por un grupo multidisciplinario de profesionales en la implementación de este proceso de integración social.
40	FS	Niño vacunándolo	
41	FS	Niños preprimaria	
42	FS	Estudiante Niños campesinos	
43	MCU	Act. 3 y 4 elaborando un poster (dice una alternativa cultural).	El mensaje que emite la comunidad conformado según sus necesidades es indispensable para el diseño del evento cultural.
44	CU	Poster consulta popular.	Y esencial en la solución de problemas dentro de un contexto de consulta popular.
45	MFS	Actores 3, 4 y 5 dialogando.	La participación activa e igualitaria entre los interlocutores implica una relación cognositiva abierta, polo opuesto de la mera transmisión de información.
sigue cámara			

Programa: Comunicación cultural: una propuesta alternativa.

Video			Audio	
Toma	Emplazamiento	Descripción		
46	LS ZB	Cartón 10 Esquema comunicación alternativa.	Música del grupo musicante.	
47	LS	Cartón 11 Discursos (azul)	Música del grupo musicante. Antiautoritario, abierto, interrogante, no estereotipado.	
48	LS ZB	Cartón 12 Produc. de mensajes (verde)	Participación activa de los polos del proceso comunicacional.	
49	LS ZB	Cartón 13 Mensaje	Ambivalencia de roles entre emisor y receptor.	
50 y 51	LS ZB	Blanco, flash en negro Cartón 14 y 15		
52	LS ZB	Cartón 16 Dibujo Azul en círculo	Flujo Horizontal Multidireccional.	
53	LS ZB	Cartón 17 Medio (rojo)		
54	LS ZB	Cartón 18 Propiedad colectiva		
	LS ZB	Cartón 19 Redes de distribución.		
55	LS ZB	Cartón 20 Regresar a	Discurso Producción de mensajes	
	BLS	Esquema con flechas		
56	MCU	Joven tocando caracol.	Una Psicología Social Crítica, considera a la expresión creativa como generadora de una percepción dinámica. Inmersa en el modelo de comunicación participativa que hace manifiesto el proceso de integración.	
	FS	Convivencia rueda - gente.		
57 58	MCU CU CU	Niño indígena Mujer tejiendo Telar	La comunicación cultural abarca la diversidad de identidades étnicas, regionales y locales, incrementa el fenómeno de identidad nacional y valora la obra artística como un bien universal.	
59	FS	Músico terminando ejecución y público aplaudiendo.		
60 61 62	MCU FS ZI	Mujer con hijo en brazos imagen bélica Cartel manta "Televisión sa la Banca ideoló-	La comunicación cultural es una necesidad estratégica para que en el cambio sociopolítico, el individuo se encuentre instrumentado para el ejercicio de su acción liberadora. (música tierra mez tiza.)	
sigue cámara				

Programa: Comunicación cultural: una propuesta alternativa.

Video			Audio
Toma	Emplazamiento		
63	FS	Cartón 21 Incrustación V.T. fuente	Contenido Académico Dirección y Producción: Dalia Marina Chargoy.
64	FS	Cartón 26 Incrustación V.T. fuente.	Esquema de Comunicación Alternativa Autor Máximo Simpson.
65	FS	Cartón 22 Incrustación Video Fuente	Director de Tesis: Maestro Jorge Molina.
66	FS	Cartón 23 Incrustación V.T. fuente	Música Grupo Musicante Obra Monte Análogo
67	FS	Cartón 24 Incrustación V.T. Fuente	Actores: Gabriel Labastida y Elsa Colmenares.
68	FS	Cartón 25 Incrustación VT. fuente	Locutor: Jorge Chargoy G.
69		Realizó CUPRA	Sonido caída agua.
sigue cámara			

Programa: Comunicación Cultural Una propuesta alternativa

Toma

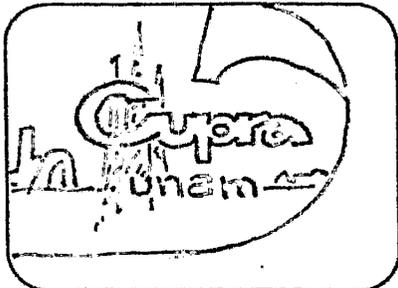


1



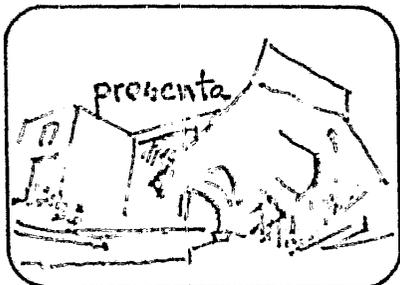
Sobre impresión escudo, espacio escultórico

2



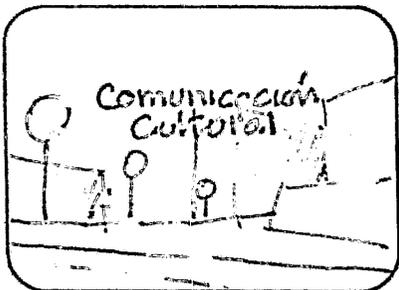
Sobre impresión Espacio escultórico

3



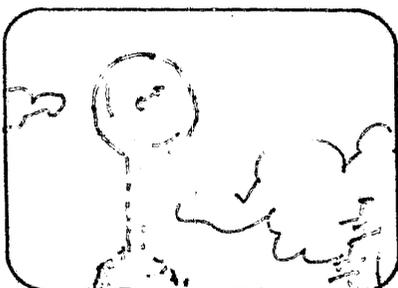
Sobre impresión espacio escultórico

4



Sobre impresión espacio escultórico

5



Acción: Antena Conacyt

Audio: La Comunicación relaciona a los individuos entre si ...

6



Acción: Gente en camión, oyendo música, leyendo periodicos, carretera

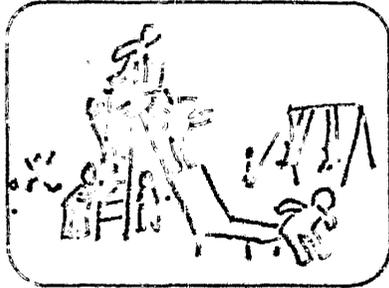
Audio: Hace posible que los grupos ...

Programa: Comunicación Cultural una propuesta alternativa

Toma

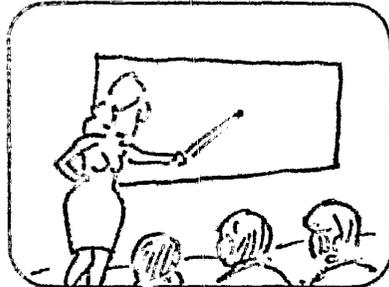


7



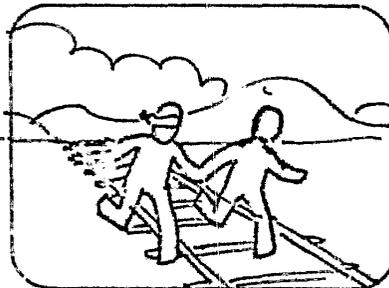
Acción: Niños jugando jardín de niños C.U.
Audio: se ocupa de este factor de socialización.

8



Acción: Maestra dando clase.
Audio: Comunicar no es solamente

9



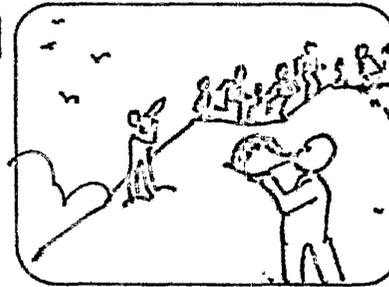
Acción: Hombre en Vía, uno de ellos con ojos vendados.
Audio: Comunicar significa poner en común.

10



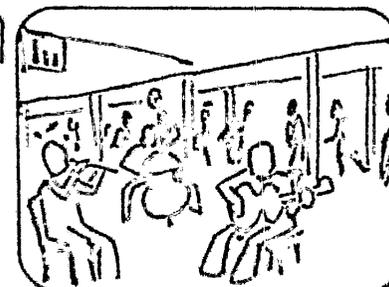
Acción: Imágen cantante guerrillero rodeado de gente pueblo.
Audio: La cultura es una forma de comunicación de experiencias creativas.

11



Acción: Gente conviviendo y danzando sobre impresión generador de caracteres.
Emisor — Receptor
Audio: La comunicación cultural es posible ...

12



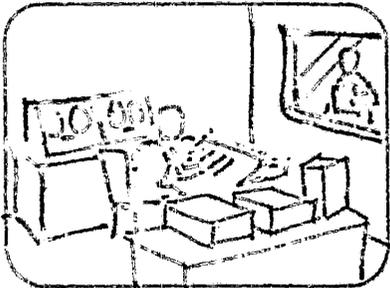
Acción: Músicos de Cámara interpretando una composición fuera de una estación de Metro.

Programa: Comunicación Cultural una propuesta alternativa



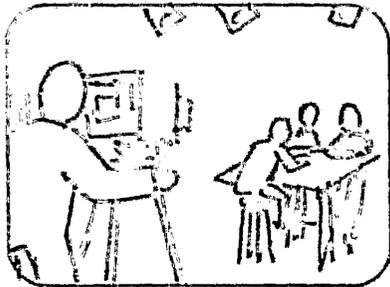
Toma

13



Acción: Medios de difusión
Radio U.N.A.M.
Diseñadora
Audio: El medio no es en sí...

14



Acción: Cámaras en actitud de producción.
Audio: Por ello los medios deberían ser -
propiedad colectiva...

15



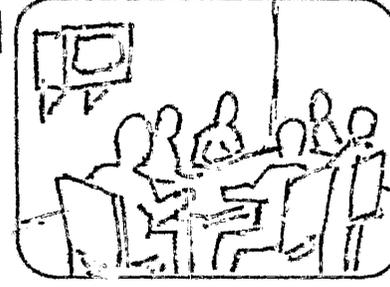
Acción: Músicos interpretando en la calle, -
trausentes público.
Audio: La manifestación creativa de la comu-
nicación es la cultura.

16



Acción: Público calle
Audio: Comunicación cultural requiere de ...

17



Acción: Grupo de profesionistas trabajando
Audio: Para trabajar en este campo...

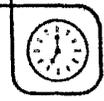
18



Acción: Mujer que sale de cavidad Obra monte
Análogo.
Audio: Una Psicología Social Crítica.

Programa: Comunicación Cultural una propuesta alternativa

Toma

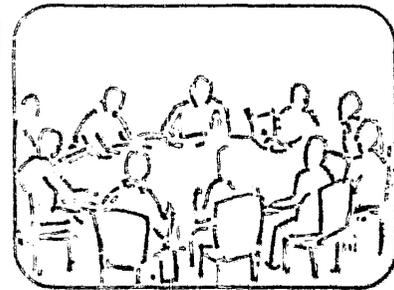


18



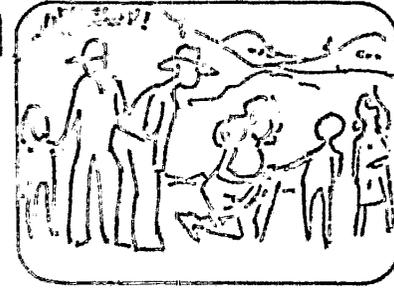
Acción: Parto Bebe primer llanto.
Audio: De este proceso inherente a la conducta...

19



Acción: Mesa redonda de profesionales
Audio: La importancia...

20



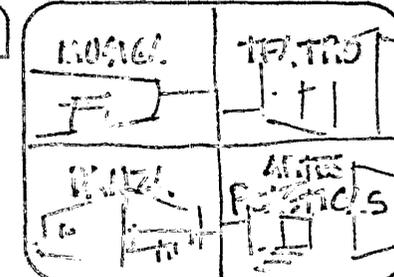
Acción: Maestra organizando Grupo Servicio Social, evento cultural. Niños comunidad.
Audio: El Psicólogo intervendrá también.

21



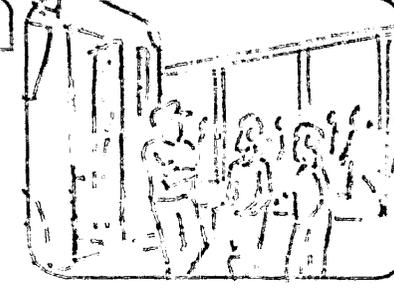
Acción: campesino con microscopio niño viendo microscopio y pasante dando instrucciones.
Audio: La Integración Social...

22



Acción: Incrustaciones, cartones diversas manifestaciones culturales, actores en recorrido instalaciones de la U.N.A.M. para labores culturales.
Cuentos para incrustación: ARMANDO VELAZQUEZ H.

23



Acción: Chofer terminal camiones en dialogo con estudiantes.
Estudiantes en dialogo entre sí
Audio: El proceso de comunicación...

Programa: Comunicación Cultural una propuesta alternativa



Toma

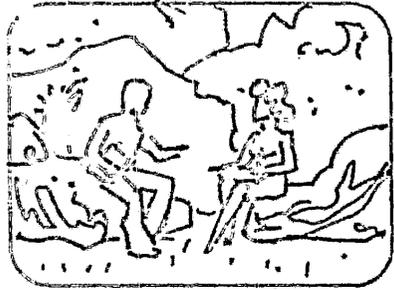
24



Acción: Actores, encuentro en el espacio es-
culturalico.

Audio: Dialogo entre estudiantes de -----
Psicología.

25



Acción: Estudiante se dirige a la joven
(con libros en la mano)

Audio: Hola! Actor 1 a 2

26



Acción: Jovenes sentados juntos

Audio: Actor 2 a 1

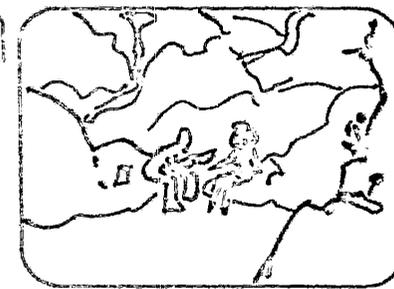
26



Acción: Siguen sentados dialogando

Audio: T.V. Sabes Actor 1 a 2

27



Acción: Sigue dialogo

Claro: Actor 2 a 1

28



Acción: Insert Orquesta sinfonica

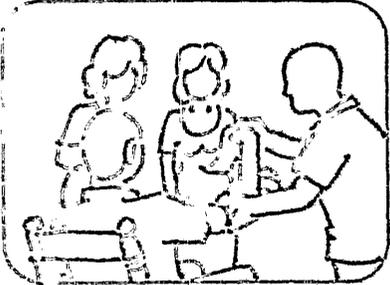
Audio: Interpretación fragmento musical

Programa: Comunicación Cultural una propuesta alternativa



Toma

30



Acción: Médico organizando dramatización

Audio: Imagnate ...

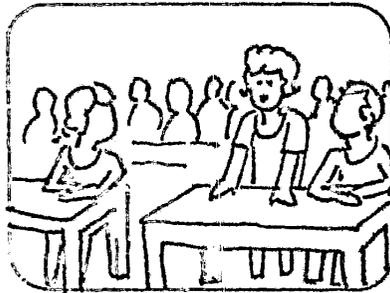
32



Acción: Regresar a estudiantes de Psicología en el espacio escultorico conversando.

Audio: Oye que suave ...

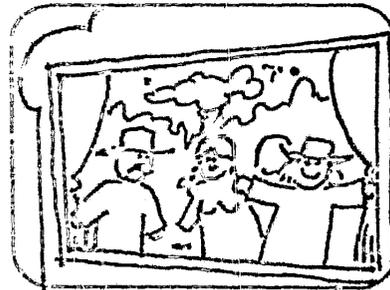
31



Acción: Niños en clase dando la lección niña viendo a su compañerita

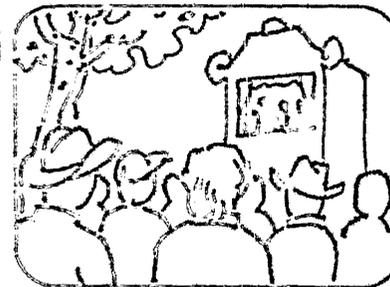
Audio: Se mencionan materias de Psicología

32



Acción: Guiñol

33



Acción: Población Indigena viendo guiñol

Audio: Desarrollo de la comunidad

34



Acción: Rostro de indigenas

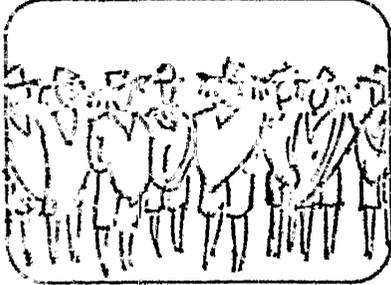
Audio: pensamiento, lenguaje

Programa: Comunicación Cultural una propuesta alternativa

Toma 1



3



Acción: Grupo indígena con indumentaria propia de la región.

Audio: Procesos creativos

35



Acción: Acercamiento rostro indígena sonriendo.

Audio: A la comunicación y sus efectos ...

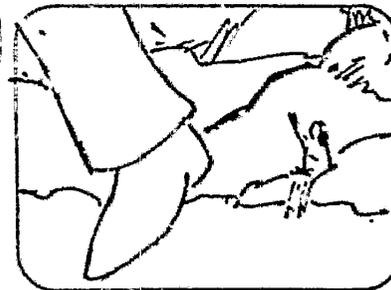
36



Audio: Actor se pone de pie se despide con la mano en alto.

Audio: Esto es!

37



Acción: Estudiantes que conversaron se despiden.

38



Acción: La compañera queda sola, abre revista.

Audio: El derecho a la cultura. ...

39



Acción: Obreros trabajando obra

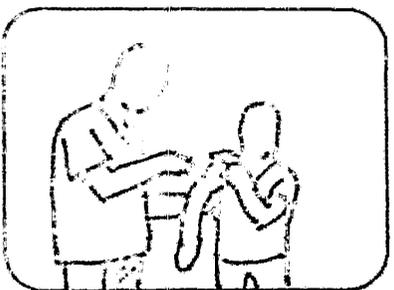
Audio: Al trabajo ...

Programa: Comunicación Cultural una propuesta alternativa



Toma .1

40

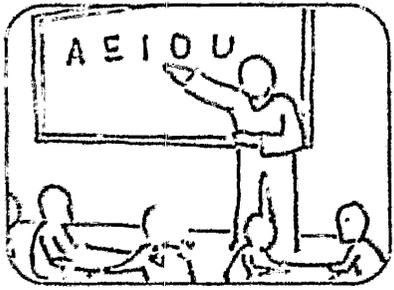


Acción:

Niño vacunandolo

Audio: A la salud . . .

41



Acción: Maestro en pizarrón grupo preprimaria

Audio: a la educación. . .

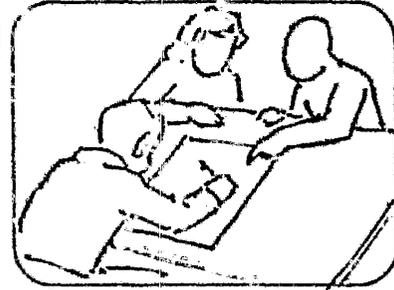
42



Acción: Pasante, profesionista y campesino

Audio: El estudiante enseñando . . .

43



Acción: En restirador

Estudiante y miembros de la comunidad

elaborando poster

Audio: El mensaje. . .

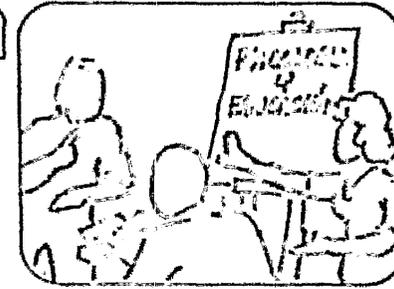
44



Cartón elaborar poster

Audio: dentro de un contexto . . .

45



Actores 3, 4 y 5 discutiendo sobre la elaboración de un mensaje.

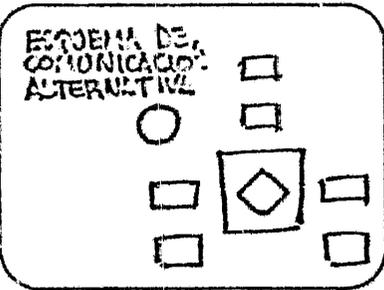
Audio: La participación activa e igualitaria

Programa: Comunicación Cultural una propuesta alternativa

Tema

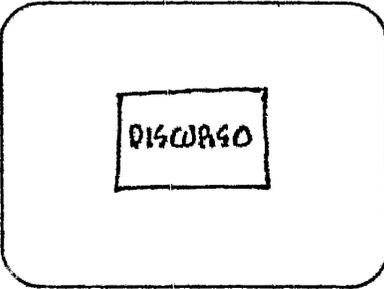


46



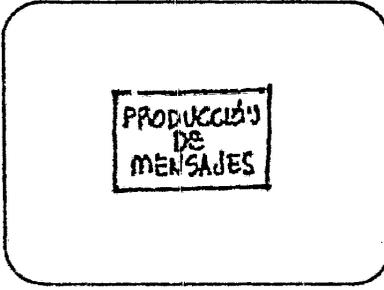
Cartón
Generador. Esquema de comunicación alternativa.

47



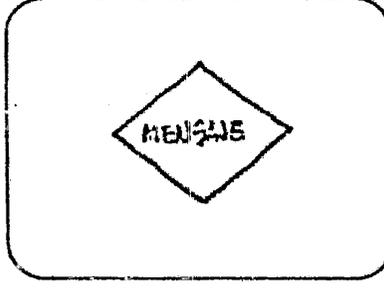
Cartón
Generador. Discurso antiautoritario

48



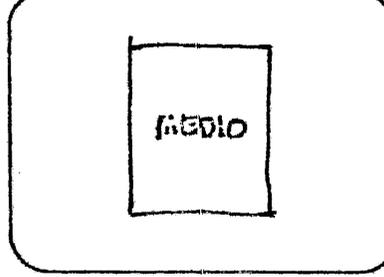
Cartón Producción de mensajes
Audio: "Buscando un tesoro" composición musicante.

49



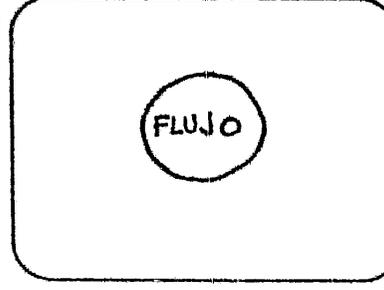
Cartón Mensaje
Ambivalencia de roles...
Audio: composición musicante.

50, 51



Rombo (Flash) contiene la palabra medio.

52



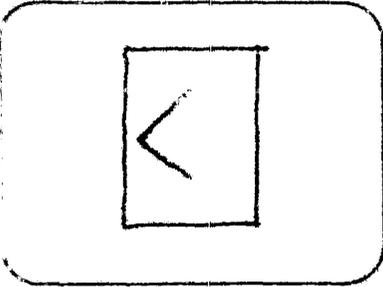
flujo Horizontal y ...
Audio: sigue música

Programa: Comunicación Cultural una propuesta alternativa

Toma

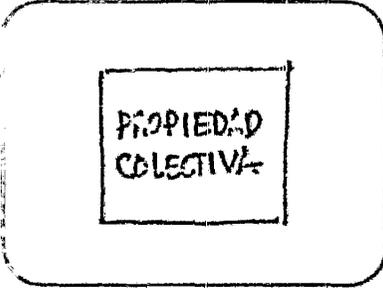


53



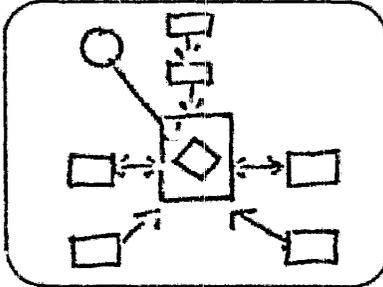
Medio
Audio: continua música

54



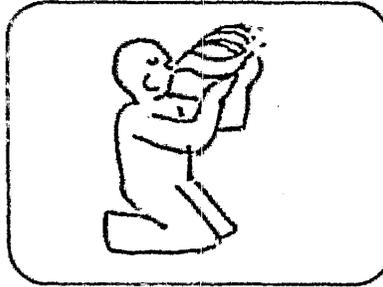
Propiedad colectiva
Redes de distribución
Audio: Música

55



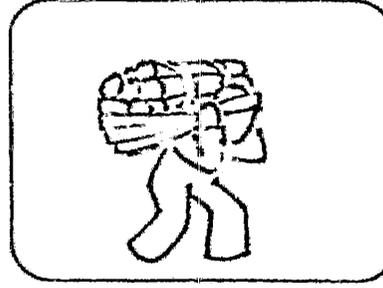
Producción de mensaje
Esquema completo
con flechas en movimiento
F.O. Música

56



WAIP
Acción: Joven tocando caracol
Audio: (F.I. Locutor)
Psicología Social Crítica

57



Acción: Niño cargando
Audio: La comunicación cultural abarca ...

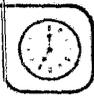
58



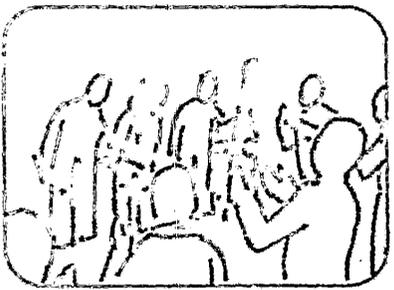
Acción: Mujer tejiendo
Audio: identidades étnicas...

Programa: Comunicación Cultural una propuesta alternativa

Toma



59



Acción: Grupo musicante terminando su ejecución con público aplaudiendo
Audio: y valora la obra artística...

60



Acción: Mujer con hijo en brazos
Audio: La comunicación cultural

61



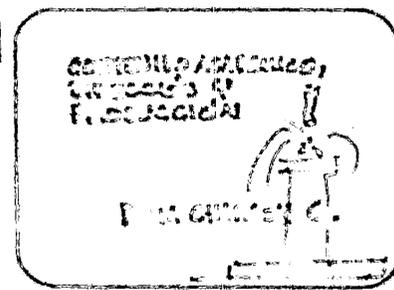
Acción: Guerrillero con anuncio producto imperialista
escenas guerra en nicaragua.
Audio: El individuo

62



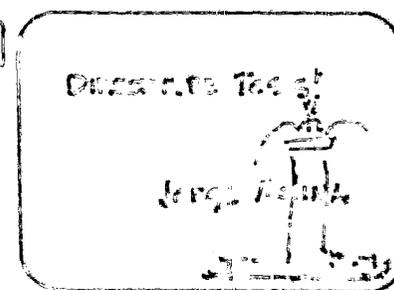
Acción: Manta con leyenda "Ahora Televisa la Banca ideologica".
Audio: Su acción liberadora (sube música)

63



Créditos

64



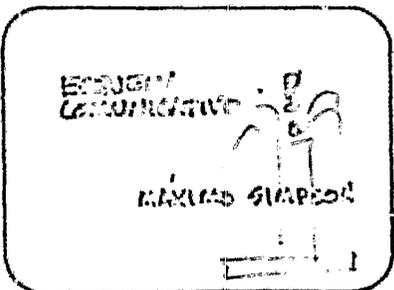
COMUNICACION CULTURAL UNA PROPUESTA ALTERNATIVA

Programa:

Toma

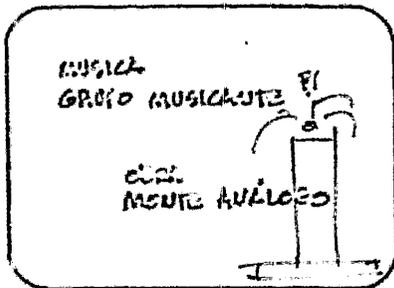


65



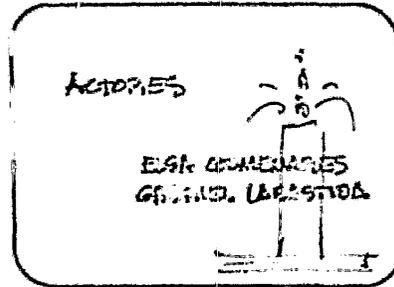
Sobre impresión
en fuente

66



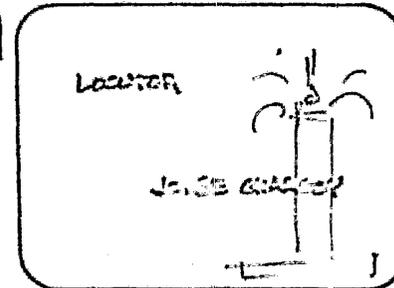
Sobre impresión
en fuente

67



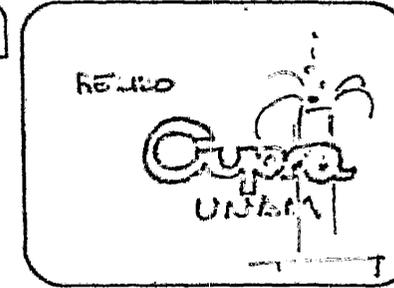
Sobre impresión
en fuente

68



Sobre impresión
en fuente

69



Sobre impresión
en fuente
Audio caída de agua

Gráfica visual
Hojas

Charlas

No. de Solicitud

Fecha _____

Programa Comunicación Cultural una propuesta alternativa

Audio Audio transparencias Televisión

Productor Dalia Chauway Asistente _____

Fecha de ensayo _____ Horario: de _____ a _____

Fecha de grabación Agosto/Octubre 1982 Horario: de 9 a 15 hrs.

NECESIDADES PARA PRODUCCION

Estudio de televisión Servicios en exteriores

AUDIO

Tornamesa Grabadora cassettes Grabadora carrete abierto Grabadora portátil

Micrófonos: Lavalier Boom Pedestal

Telefona: Optico Magnético

Audio transparencias: Impulsos de sincronía

TELEVISION

Cámaras: 1 2 Portátil

Telecine: Super 8 16 mm Slides Generador de caracteres

Videograbadoras: Edición Grabación Reproducción Reproducción con mixer
transfer o copiado

Iluminación: SI NO (Ver reverso)

FOTOGRAFIA

Slides: Color B y N Virado

Impresión: Color B y N Kodalite Especial

Formato: 8 x 10" 11 x 14" 40 x 50 cm

Observaciones: Revista vuelta

DISEÑO

Cartones: (Especificar cantidad) 25 Incrustación Animados

Roller: Créditos Especial

Maquetas

Observaciones: Diseño Maqueta Lenguaie Cromatico

ESCENOGRAFIA Y UTILERIA

Descripción: 1 Bestirador, 1 bastidor, posters

Materia de Diseño

Observaciones: _____

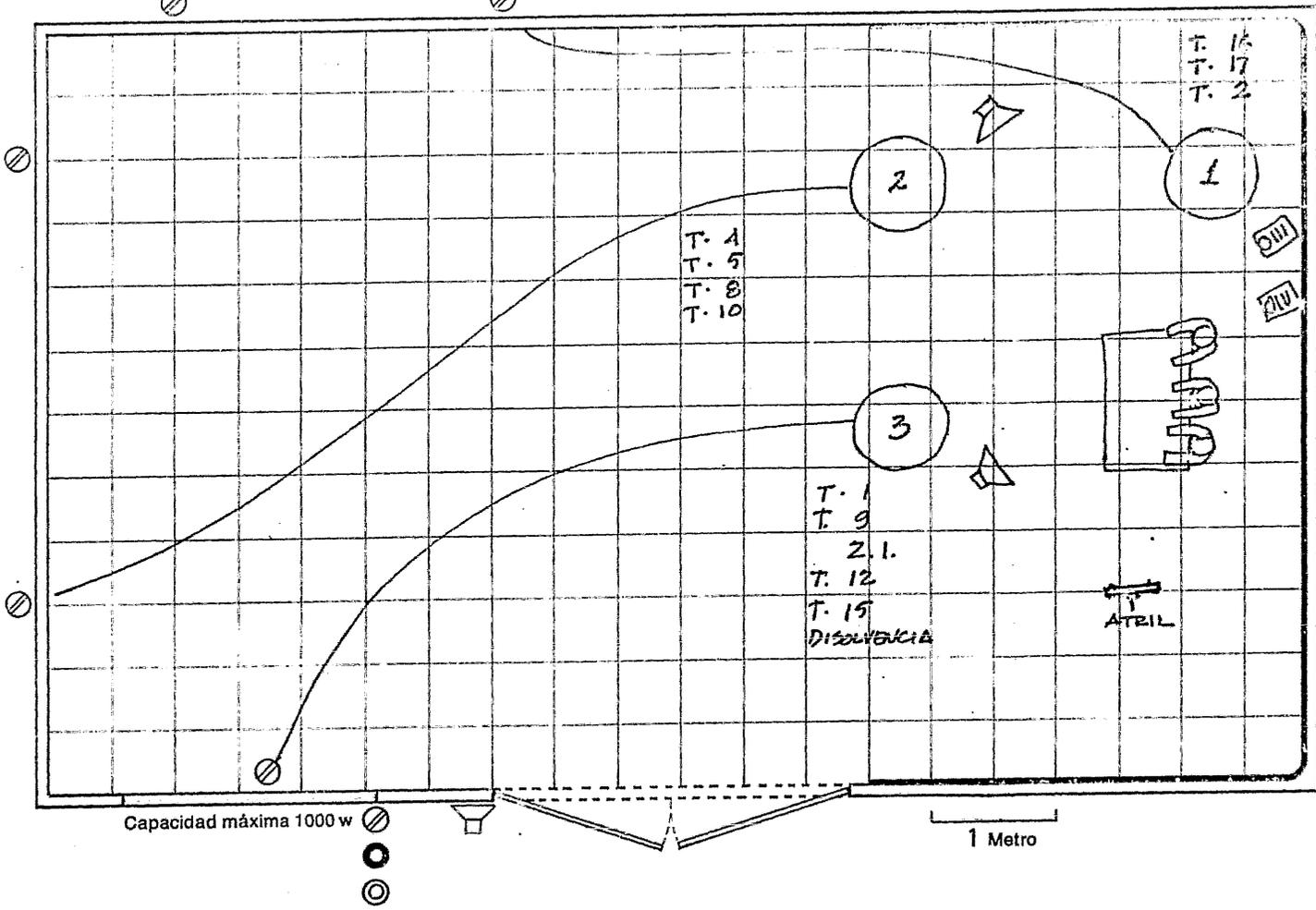
Dalia Chauway
Produccion

20 19 18 17 16 15 14 13 12 11 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1

PLANTA DE PISO

Cupra
unam

A
B
C
D
E
F
G
H
I
J
K



ILUMINACION

- Fresnel 2000 w
- Fresnel 1000 w
- Fresnel 750 w
- Fresnel 500 w
- Parabólico 1000 w
- Mini-cuarzo 1000 w
- Trípies
- Extensiones AC
- Extensiones iluminación
- Filtros lámpara
- Filtros Albanene

- ⊗ TOMA DE CORRIENTE
- CABLES DE CAMARA
- ⊙ CABLES DE AUDIO

Cartón N°

1

Escudo
U.N.A.M.

Para sobre
impresión
en toma espacio
escultórico
cartón negro letras blancas

disolvencia

2,3

CUPRA

Para sobre
impresión
en toma espacio

Logo
Psicología

escultórico
cartón en negro letras blancas
disolvencia

4

Para sobre
impresión

Presenta

cartón en negro
letras blancas
disolvencia

5

Comunicación
cultural
una propuesta
alternativa

Para sobre
impresión

en cartón negro
letras blancas

F. O

F. I



Cartón N°

6 en cartón negro

usar diseño poster

Música

7 en cartón negro

diseño poster

Teatro

8 reproducción

pintura Picasso

colocar frase

viva la danza

Danza

9 reproducción

Liliana Mercenario

Colocar letrero estilizado

Plástica

dice: plástica

Cartón N°

10

En cartón blanco

Esquema

Letras en negro

de

Comunicación

Para sobre impresión en esquema

Alternativa

Esquema resolución

Lenguaje cromático

11

Discurso

Para colocar con generador de

caracteres antiautoritario

abierto

interrogante

no estereotipado

(color azul

forma rectangular)

12

Producción de mensajes

Para colocar debajo participación activa de los polos del proceso comunicacional (con generador de caracteres)

(verde

rectángulo horizontal)

13

Mensaje

Para poner con G. de caracteres ambivalencia de roles

entre emisor y receptor

(violeta rectángulo

horizontal)

Cartón N°

14, 15

(rombo, flash de blanco a negro
para mantener la atención)

Mensaje

16

Para poner con G. de caracteres
horizontal
multidireccional

Flujo

(azul círculo
colocar key)

17

Con G. de caracteres
Propiedad colectiva

Medio

18

rectángulo

Propiedad colectiva

Cartón N2

19
rectángulo

Redes de distribución

discurso
producción de men-
sajes
flujo
mensaje
emisor recepto-E
medio propiedad
redes colectiva
de dis-
tribución

20
Key para dar idea de
movimiento en la palabra
mensaje
Key en flujo
Key de señal que abarca
discurso y producción de
mensajes

Contenido
Académico
Dirección y
Producción
Dalia Marina
Chargoy

21
créditos
para sobre impresión

Director
de tesis
Mtro.
Jorge Molina A

22
créditos
para sobre impresión

Cartón N°

23 Créditos

para sobre impresión

Esquema
de comunicación
alternativa
autor
Máximo
Simpson G.

24 Créditos

para sobre impresión

Música
Gpo. musicante
Obra
Monte Análogo

25 Créditos

para colocar

en sobre impresión

Actores
Gabriel Labastida
Elsa Colmenares

26 Créditos para

colocar en
sobre impresión

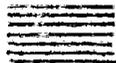
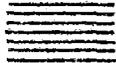
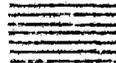
Locutor
Jorge Chargoy G.

Cartón N°

27

Logro CUPRA

Realizó
CUPRA



Programa: Comunicación Cultural Una propuesta alternativa

Tomos	Materia	Localización	Descripción
1	Cartón	Estudio	Logotipo U.N.A.M.
2	Cartón	Estudio	Logotipo CUPRA
3	Generador de C	Espacio Escultórico	Lava espacio sobre impresión Presenta: Comunicación Cultural
4	Generador de C	Espacio Escultórico	Panel Espacio Esc. "una propuesta alternativa".
5	V.T.	Antena Telecomunicaciones, Telfs. Estd. Radio y TV	Pasajeros en camión leyendo y escuchando radio
6	V.T.	Calles, escuelas parada autobús	Gente conversando
7	V.T.	Letreros anuncios calle tender	Maestra dando clase
8	V.T.	Jardín C.U.	Niños de jardín jugando, gente participando teatro
9	V.T.	Obra Monte análogo Tepoztlán	Gente participando teatro alternativo
10	V.T.	Campo (prog. ovino)	Estudiantes servicio social
11	T.V.	Estudio	Medios de comunicación
12	V.T.	CUPRA	Trabajadores de Cupra en grabación
13	V.T.	Metro Taxqueña	Cantantes en la calle
14	V.T.	Grupo musicante	Público en la calle.
15	V.T.	Sala de Juntas	Grupo de profesionistas trabajando
16	V.T.	Teatro, toma parto expulsión	Obra teatro, monte análogo mujer saliendo de una roca, parto
17	V.T.	Mesa redonda	Discusión diálogo conferencia
18	V.T.	Campo	Grupo maestros organizando servicio social
19	V.T.	Campo	Niña viendo microscopio
20	Telecine	Campo	Indígenas en reunión con indumentaria propia de la región
21	V.T.	Comunicación cultural	Cartones música, cine, danza, artes plásticas
22	V.T.	Terminal C.U.	Chofer platicando y estudiantes platicando
23	V.T.	Espacio escultórico	Llega a conversar con el Act. 2 quien está en el espacio escultórico
24	V.T.	Espacio escultórico	Sentados en las rocas
25	V.T.	Espacio Escultórico	Diálogo relación psicología/comunicación cultural
26	V.T.	Espacio escultórico	Conversando actor 1 y actor 2
27	V.T.	Espacio escultórico	Actor 2 en actitud de explicar
28	V.T.	Espacio escultórico	ACT.1 y Act. 2 conversan
29	V.T.	Médico en comunicad	Médico dando instrucciones
30			(Prog. Extensión).

Programa: Comunicación Cultural Una propuesta alternativa

Toma	Material	Localización	Descripción	
5	337 340 350 351	Prog. Inv. Científ.	Estudio radio	
		Teléfono, antenas		
6	258 261 268 270	Prog. Inv. Científ.	Gente Calle, carretera	
7	174 176 190 192	(201 205) Prog. SUA C.P. #4	Maestro informando	
7	197 230	Prog. Extensión	Carretera	
13	382 387	Radio U.N.A.M.		
13	255 256	Prog. extensión	Estudiante diseñando	
13	367 269	Prog. extensión	Medios	
13	387 382	Prog. extensión	T.V.	
17	Progama	Cassette inv. científica	Joven en servicio social	
18	262 263	Grabación parto hospital	Expulsión y nacimiento, llanto del bebé	
19	Prog.	Campo	Campeños c/ microscopio y estudiante	
	Prog.	Vuelta	Estudiantes en servicio social	
21	Prog.	Tomas taller Cupra	Chofer platicando y toma terminal C.U.	
30	Extensión	cassette Cupra	Médico Medicina preventiva	
31	Jardín CU	Preprimaria CU	Maestro alumno	
32	Jardín CU	Salón preprimaria	Desarrollo personalidad Niño dibuja en jardín de C.U.	
33	Película SRH	Telecine	Niños comunidad	
33	Film SRH	Telecine	Proceso creativo	
37	Orientación Inv.	Cassette Media	Obreros	
38	Científ.	Hospital 20 de NOV.	Derecho a la salud, niño vacunándolo	
41	Película	Telecine	Indígenas sonriendo observando evento cultural	
43	Comunic.	Taller, T.V., Cupra, - Prog. que elaboré	Poster consulta popular	
52	S.R.H.	Comunidad indígena	Obra teatro, obras manifestaciones	
57	S.R.H. Película		Mujer con telar	
60	Prog. Guatemala		Guerrilleros mujer	
62	Revista Vuelta	Acercamiento fotográfico Bócalo	Manifestación manta (ahora televisa, etc.)	

CALIFICACION PARA EDICION

Programa Comunicación Cultural

Productor Dalia Chargoy

Grabado en máquina 3 / 4 Fecha Sep/82

Secuencia	Toma	No. de Cinta	Lectura Contador VCR	Tiempo Cronómetro
Espacio Escultorico	1	C # 4	263	
Actores 1, 2	24 a 28	C # 4	089 - 093	12 segundos
" 1, 2	30 a 38	C # 4	110 - 120	30 "
Medicina Preventiva	29	Stock	277 - 279	6 "
Materias Psicologia		C # 4	283 - 289	18 "
Final Secuencia Actores		C # 4	292	
Espacio Paneo	4	C # 4	300 - 302	6 "
Música	22	Incrustación	351 - 353	6 "
Teatro	22	"	359 - 363	12 "
Danza	22	"	381 - 384	9 "
Cine	22	"	413 - 415	6 "
Plastica	22	"	421 - 423	6 "
Antena Conacyt	6	C # 4	429 - 430	3 "
Niños Jugando	7	C # 5	167 - 170	9 "
Niños estudiando	41		110 - 114	12 "
Aprendizaje	31		59 - 60	3 "
Lenguaje	34		133 - 136	9 "
Antena	6		21 - 22	3 "
Conacyt	6		37 - 39	6 "
Niños dibujando	16		133 - 136	9 "
Músicos	11	C # 5	211 - 215	12 "
	14	C # 5	233 - 237 263 - 276	12 " 39 "
	21	C # 5	283 - 286	9 "
	34	C # 5	290 - 304 316 - 323	15 " 21 "
Dialogo Restirador	45		325 - 331	18 "
Camara grafos	14		333 - 338	15 "
Poster	44	Taller Cupra	351 - 355	12 "

CALIFICACION PARA EDICION



Programa Comunicación Cultural

Productor Dalia Chargoy

Grabado en máquina Esquema Fecha OCT/82

Secuencia	Toma	No. de Cinta	Lectura Contador VCR	Tiempo Cronómetro
Cartón Esquema	46	En estudio esquema.		10 segundos
sobre impresión		#6		
Esquema comunicación alternativa.				5 "
Se saca sobre impresión.				
Queda esquema				
Uso del lenguaje cromático		# 6		
Discurso		Uso de Rey		5 "
Antiautoritario		Colocar		
Abierto Interrogante no estereotipado.		Flechas y regresar al esquema.		15 "
Producción de mensajes.	48			
Participación activa de los polos del proceso comunicacional		# 6		
mensaje	49	Flash de palabra		10 "
No se saca incrustación aparece repetidas veces	50	# 6		
	51	# 6		
E-R R-E				
Ambivalencia de roles				6 "
entre emisor y receptor				12 "

CALIFICACION PARA EDICION



PROGRAMA Comunicación Cultural

Productor Dalia Marina Chargoy

Grabado en máquina 3/4 Fecha X/82

Secuencia	Toma	No. de Cinta	Lectura Contador VCR	Tiempo Cronómetro
Cartón logotipo UNAM Incrustación Esp. Esc.	1	Comunic. Cult.	Editando 16 - 20	Z.I. Centro Lava
CUPRA Incrustación	2	No. 4	57 - 60 300 - 302	se abre Paneo
Presentan	3	Comunic.	72 - 79	Espacio Escultorico
Espacio Escultorico Comunicación cultural.	4	Com. Cultural		
Conacyt	5	No. 4	459 - 430	3 segundos
Antena	5	No. 5	021 - 022	3 "
Gente en camión	5	waisper	031 - 035	3 "
Carretera	5	Prog. Inv. -- Cient.	296 - 298	2 " 3 "
Gente caminando	6	" "	286 - 289	4 "
Niños Jugando	6	C. No. 5	167 - 170	6
Maestra Kinder	7	Sua. C.P. No. 4	174 - 176	190 - 192 Odometro
Hombres vía	8	C. No. 1	306 - 312	
Cantante	9	Nicaragua	114 - 123	
Obra Monte Análogo	10	No. 3	169 - 178 hasta-198	Incrustación Emisor - Receptor
Músicos -	11	No. 5	271-274 311-314 295-307	
Radio UNAM.	12	Prog. Inv.	366 - 367	
Tele	12	Prog. Extensión	381 - 382	3 segundos
Gente en diseñando - Cabina Radio				
Camarografo CUPRA	13	No. 5	333 - 338	10 segundos
Músicos	14	"	217 - 220 259	262 6 segundos
Públicos	15	"	289 - 293	5 "
Niña dibujando	15	"	133- 136	7 segundos
Junta prof.	16	No. 1	163 - 166	6 "
Mujer posición	17	# 2	166 - 173	16 "
Parto, llanto del Bebe	17		136 - 140	8 "
Junta CUPRA	18	No. 1	187 - 190	17 "
Profesionista campo	18	FILM. S.R.H.	6'14 a 622	
Profesionistas	19	No. 1	150 - 156	13 "

CALIFICACION PARA EDICION

Programa Comunicación Cultural

Productor Dalia Marina Chargoy

Grabado en máquina 3/4

Fecha 10/82

Secuencia	Toma	No. de Cinta	Lectura Contador VCR	Tiempo Cronómetro
5. Loc.	19	Programa	073 - 078	083 - 084 15 seg
Niñas danza	19	Programa Extensión	96 - 101	
Niña microscopio	20	Programa	101 - 104	8 seg. 10
Músicos Público	21	# 5	235 - 238	Chavo diseñando
Sala Neza Cartón	21	Extensión		249 - 250
Cartón Incrustación	22	# 4	351 - 353	9 segundos
Teatro incrustación	22	# 4	359 - 363	9
Danza Poster	22	# 4	381 - 384	11 segundos
Cine cartón	22	# 4	413 - 415	11 segundos
Plastica Poster	22	# 4	417 - 418	13 segundos
Si se incrusta poster	22	# 4	421 - 423	
Chofer platicando Chavos terminal	23	C. Cult.	3 - 037	12 segundos
Actores	24-28	# 4	263 - 276	36 egundos
Cuando habla de Medicina Preventiva.	29	Prog. Extensión. Vueltas	277 y 279 de 142 = 146	8 segundos
V.T. Actores	30	# 4	Regresamos Pasamos	279 paramos 283 Cassette 5
Exacto Maestro - A	31	# 5	59 - 60	3 seg.
Niño quiñol	32	Comunic. Cult.	C8 O. 081	3 "
" Lenguaje	33	# 5	133 - 136	9 "
Quiñol	34	# 1	232 - 233	3 "
Indigenas sonriendo	35	Pel. M. E.		18'6
Actor	36	# 4	287 - 289	6 seg.
Actor	37	# 4	289 - 290	3 "
Actores	38	# 4	190 - 292	6 "
Trabajadores	39	V.T. D.G.O.V.	235 - 242	21 "
Niño Vacuna	40	Inv. Cient.	164 - 167	9 "
Maestro Niños aprend.	41	C # 5	72 - 74 110 - 114	6 seg.
Soc.	42	Prog. ovino	090 - 092	6 "
Nina con lulu	42	FILM S.R.H.		6 "
S. SOC.	42	Programa	110 - 114	12 "
Poster	43	# 5	351 - 355	15 "

CALIFICACION PARA EDICION

Programa: Comunicación Cultural

Productor: Dalia Marina Chargo

Grabado en máquina: 3/4 Fecha: 10/82

Secuencia	Toma	No. de Cinta	Lectura Contador VCR	Tiempo Cronómetro
Consulta popular	44	Comunic. C.	211 - 212	
Diálogo Restirador	45	# 5	325 - 331	12 segundos
Cartón esquema completo	46		En estudio	
Discurso			"	
Produc.			"	
Mensaje			"	
Flujo			"	
Medio			"	
Prop. Colec.			"	
Redes de Distribución			"	
Regresa a esquema	52			
Rueda Gente	53	C # 2	406 - 416	Para en caracol
Caracoles sobre roca	53	C # 1	406 - 408	406 - 408
Jovén con caracol	53	C # 3	208 - 211	Se oye caracol
Niño	54	C # 1	262 - 264	20 seg.
Mujer tejiendo	54	FILM. S.R.H.	Telecine	345 350
Músico público	54	C # 5	320 - 325	
Guerrillero anuncio	55	Nicaragua	156 - 159	Soldado anuncio
Imperialista			165 - 168	Coca 9 seg.
			263 - 264	3 "
Músicos Nicaragua			132 - 134	6 "
Foto Nexas	55			
Gente gritando		Cassette # 1		
Créditos		Cassette Fuente		10 segundos
Dirección y Producción		# 7		
Director de Tesis		# 7		
Actores		# 7		
Grupo musicante		# 7		
Autor de Esquema				
Locutor				

Programa: COMUNICACION CULTURAL

Video			Audio	
Nº	Formato	Descripción	Obra	Duración
1	FS	Logotipo UNAM	Obra: Raíces Track 2	22S
2	FS	Logo CUPRA,	Lado 2	
3	FS	Logo Psicología Cartón "Presenta"	Interpretes los folckloristas.	
4	FS	Título del video.		
9	FS	Hombres vía Obra Monteanálogo	Obra: Waves. Track 2 Lado 1 disco percusiones de Dinamarca interpreta percusiones de Dinamarca	3"
12	MCU	Cantantes en la ca- lle	Obra: Divertimiento	
13	FS	Medios	Cassetepgo. Musicante	42S
14	CU	Camarógrafos CUPRA	Odómetro 12-38	
15	ZB LS	Cuento cultural en la calle.	50-58 Interpretes y autores gpo. musicante	
19	MCU	Reunión Profesionis- tas	Obra: Bolonchón.	
20	MCU LS	Profesionistas Estudiantes en ser- vicio social.	Interpretes: Los Folkloristas Track 4	32S
	FS	Niños de comunidad rural bailando.	Lado 1	
22	Sobre impre	Cartones del 6 al 9	Obra: Concurso del tiempo interpretes y autores grupo musicante cassete original odómetro 116	60S
39	FS	Trabajadores en obra	Obra	
40	FS	Niño vacunándolo	waves track 2 Lado 1.	6 S
41	FS	Maestro con alumnos	interpretes percusiones de Dinamarca	
46		Esquema de comunica- ción alternativa;	Obra: Buscando un tesoro.	
47		manejo Lenguaje cro- mático con sobre im	Autores e interpretes	
48		presión descriptiva del contenido músi- ca a lo largo de la presentación.	grupo musicante cassete original odómetro 330	
49				
50				
51				
52				
53				
54				
55				

unam

2

MUSICALIZACION

Programa:

Video			Audio	
Toma	Emplazamiento			
56		Fin obra Monteanálo-	Obra tierra Meztiza	355
57		go.	Interpretas: Los Folckloristas	
58		Niño indígena	Track 1	
59		Mujer tejiendo	Lado 2	
60		Músicos c/ público		
61		Mujer con hijo		
62		Imagen bélica		
63		Cartel manta		
64		Créditos		
65		Créditos		
66		Créditos		
67		Créditos		
68		Créditos		
69		Créditos		

AGRADECIMIENTOS

Al personal del Centro Universitario para la Producción de Recursos Audiovisuales por las facilidades prestadas para la grabación del programa "Comunicación Cultural una Propuesta Alternativa".

Al grupo Músicante, que con las obras que producen y ejecutan de un modo alternativo, hicieron posible la musicalización de este programa de una manera original.

Al taller de Teatro Experimental de la Facultad de Filosofía de la UNAM que a través de la vivencia ocurrida en la obra Monte Análogo, permitieron la grabación de un mensaje alternativo.

A todos aquellos que por las características de los mensajes que producen, ofrecieron un material que apoyara la propuesta sustentada en esta Tesis.

A Jorge Molina, Alejandro Miranda, Oscar Zorrilla y Maximo Simpson cuyas actitudes contribuyeron para imprimir un mayor entusiasmo en la búsqueda de estos planteamientos.

B I B L I O G R A F I A

- 1- Adorno T. Morin La industria cultural Buenos Aires Ed. Galerna Serie Mayor 1967, 67 pp.
- 2- André Malraux Política de la cultura Argentina Ed. Síntesis Col. Los de Siempre 1976, 198 pp.
- 3- Antología Cultura, ideología, y sociedad La Habana Cuba Ed. Arte y literatura 1980, 168 pp.
- 4- Autores varios democratización de los medios de comunicación social. México revista Aportes de comunicación social #3, 134 pp.
- 5- Barreiro Julio Educación popular y proceso de concientización. México Siglo XXI editores 1980, 158 pp.
- 6- Blake & Haroldsen Taxonomía de conceptos de la comunicación. México Ed. Nuevomar 1977, 162 pp.
- 7- Carvalho Bordenave Planificación y comunicación Ecuador Ed. Ciespal 1978, 307 pp.
- 8- Cazeneuve Jean El hombre telespectador España Ed. Gustavo Gili 1977, 137 pp.
- 9- Copilador -Simpson Maximo Comunicación Alternativa y cambio social México Ed. Universidad Nacional Autónoma de México 1981, 328 pp.

- 10- Curran, Gurevitch, Woolacot Sociedad y Comunicación de - masa México Fondo de Cultura Económica 1981, 512 pp.
- 11- Davis & Scott Estrategias para la creatividad México - Buenos Aires Ed. Paidós 1975, 354 pp.
- 12- De Espeche H. Supervisión en desarrollo de comunidad Buenos Aires Ed. Humanitas 1980, 107 pp.
- 13- Dumazedier Joffre Televisión y educación popular Argentina UNESCO 1966, 262 pp.
- 14- Duvignaud Jean Espectáculo y sociedad Venezuela Ed. Tiempo Nuevo 1970, 138 pp.
- 15- Duvignaud Jean Sociología del Arte Barcelona Ed. Península 1969, 146 pp.
- 16- Eco Humberto Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas España Ed. Lumen 1979, 403 pp.
- 17- Eddy Montaldo Psicología y servicio social Buenos Aires Ed. Humanitas 1980, 156 pp.
- 18- Ehrenzweig Anton El orden oculto del arte España Biblioteca universitaria labor 1973, 326 pp.
- 19- Eloy Terron Posibilidades de la estética como ciencia Madrid Ed. Ayuso 1970, 102 pp.
- 20- Fischer Ernst El artista y su época Madrid Ed. Fundamentos 1972, 170 pp.
- 21- Forgas Ronald Percepción México 1972, 417 pp.

- 22- Flament Claude Redes de comunicación y estructuras de grupo Buenos Aires Ed. Nueva Visión 1977, 215 pp.
- 23- Friedman Yona Utopías Realizables Barcelona Ed. Gustavo Gili s.a 1977, 128 pp.
- 24- Ghiselin Brewster The creative process California press 1962, 251 pp.
- 25- Golmann Lucien La creación cultural en la sociedad moderna París Ed. Fontamara 1980, 170 pp.
- 26- Gutiérrez Vega Hugo Información y sociedad México Fondo de Cultura Económica Col. Archivo del Fondo 1974, 114 pp.
- 27- Granados Chapa Miguel Angel Examen de la comunicación en México México, ediciones El caballito, 1981, N°42
- 28- Hollander Edwin Principios y métodos de psicología social Buenos Aires Amorroutu 1977, 162 pp.
- 29- Johnson y otros El cambio social Argentina Ed. paidos 1977, 190 pp.
- 30- Kaufmann Harry Psicología social México, Ed. Interamericana 1977, 421 pp.
- 31- Lippitt - Watson - Westley La dinámica del cambio planificado Buenos Aires Amorroutu editores 1970, 299 pp.
- 32- Maletzke G. Psicología de la comunicación social Ecuador Ed. CIESPAL 1976, 348 pp

- 33- Mattelart Armand Frentes culturales y movilización de masas Barcelona Ed. Anagrama 1977, 254 pp.
- 34- McQuall Sociología de los medios masivos de comunicación Argentina Ed. Paidós 1979 (colección Psicología social y sociología).
- 35- Moles Abraham Sociodinámica de la Cultura Buenos Aires Ed. Paidós 1978, 330 pp.
- 36- Paoli J.A. Comunicación México Ed. Edicol Col. sociología conceptos 1979, 191 pp.
- 37- Piaget Jean y otros Tendencias de la investigación en las Ciencias Sociales Madrid, UNESCO 1970, 529 pp.
- 38- Piaget Jean Psicología, lógica y comunicación Buenos Aires Ed. Nueva Visión Col. Ensayos 1970, 185 pp.
- 39- Piera Lovelace, y otros Teoría Práctica Teórica Madrid Alberto Corazón editor 1971, 132 pp.
- 40- Picho-Riviére Enrique. El proceso creador Buenos Aires Ed. Nueva Visión. Col. Psicología contemporánea 1977, 99 pp.
- 41- Prieto Castillo Daniel Rectórica y manipulación masiva México Ed. Edicol 1979, 184 pp.
- 42- Prieto Castillo Daniel Discurso autoritario y comunicación alternativa México Ed. Edicol 1980, 207 pp.
- 43- Ragon Michel El arte para qué? México Ed. Extemporáneos Col. A Pleno Sol 1977.

44- Rezler André La estética Anarquista México Fondo de cultura económica 1973, 138 pp.

45- Rodríguez Diéguez La Función de la imagen en la enseñanza España Ed. Gustavo Gili sa. 1978, 236 pp.

46- Rogers & Shoemaquer La comunicación de innovaciones un enfoque transcultural Nueva York 1971 The Free Press, 337 pp.

47- Sean MacBride y colaboradores. Un solo mundo voces múltiples México-París UNESCO 1980, 495 pp.

48- Spring Joel Introducción a la educación radical España Akal Editor 1978, 164 pp.

49- Ulric Neisser Psicología Cognocitiva México Ed. Trillas 1976 (Biblioteca técnica de Psicología) 347 pp.

50- Van Dijk & Teun Estructura y funciones del discurso México Siglo XXI editores 1980, 153 pp.

51- Varios, artículos Autogestión y transformación social Ediciones nueva sociología México 1979, 193 pp.

52- Vigetti A. T. Investigación en servicio social Buenos Aires Ed. Hvmánitas 1977, 126 pp.

53- Williams Raymond Los medios de comunicación social Barcelona Ed. Península 1978, 195 pp.