

N° 27
2 EJ.



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

**ELEMENTOS PARA UN ACERCAMIENTO AL ESTUDIO DE
PROGRAMAS RADIOFONICOS INFORMATIVOS: UNA
PROPUESTA PARA EL TALLER DE ANALISIS DE LA
COMUNICACION II, DEL COLEGIO DE BACHILLERES**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

**P R E S E N T A :
RAFAEL LEON HERNANDEZ**

DIRECTOR DE TESIS: CARLOS DAVID ZARRABAL ROBERT



MEXICO, D. F.

NOVIEMBRE DE 1992

FALLA DE ORIGEN



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 está 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.

- INDICE DE CONTENIDO -

	Página.
Introducción.	1
1.- La enseñanza de la comunicación en el Colegio de Bachilleres.	
1.1.- Antecedentes.	6
1.2.- Características de la Asignatura Ciencias de la Comunicación.	11
1.3.- Estructura y contenidos.	15
1.4.- Acreditación.	22
2.- El Taller de Análisis de la Comunicación.	
2.1.- Antecedentes.	30
2.2.- Ubicación.	32
2.3.- Intención.	34
2.4.- Enfoque.	36
2.5.- Contenidos y Objetivos.	40
2.6.- Estrategias Didácticas.	50
2.7.- Lineamientos de Evaluación.	52

3.- Hacia una evaluación de programas radiofónicos informativos.	
3.1.- Delimitación del campo de estudio.	57
3.2.- El proceso de difusión radiofónica.	62
3.3.- Elementos para el estudio de la producción de programas radiofónicos informativos.	66
3.3.1.- Identificación de los elementos de la estructura externa de la emisora.	67
3.3.2.- Identificación de la programación de la emisora.	70
3.3.3.- Identificación y selección del programa.	72
3.4.- Elementos para el estudio de la distribución de mensajes radiofónicos.	76
3.4.1.- Técnicas y procedimientos para registrar y describir un programa.	77
3.5.- Elementos para el estudio del consumo de mensajes radiofónicos.	85
3.5.1.- Funciones básicas del lenguaje y consumo de mensajes.	86
3.5.2.- El plano estilístico e ideológico del discurso radiofónico.	88
3.6.- Las propuestas de la emisión y la interpretación de los resultados.	100

	Página
4.- El trabajo radiofónico en el Taller de Análisis de la Comunicación II.	106
4.1.- La experiencia obtenida en el plantel 3 "Iztacalco" del Colegio de Bachilleres.	109
Conclusiones.	120
Anexos	125
Lista de Referencias	204

INTRODUCCION.

Es justo reconocer, que en gran medida la labor de los docentes de comunicación en el Colegio de Bachilleres, se debe a la inmensa riqueza que en todo su significado implica la relación maestro-alumno, al proceso enseñanza-aprendizaje, y al hecho de enfrentar día con día a un auditorio que, por muy pequeño siempre espera algo de nosotros: nuestros alumnos, en quienes podemos influir y por quienes somos afectados en uno u otro sentido.

En un proceso de reflexión y análisis también es justo preguntarse, ¿qué les queda del curso?, ¿cómo continúan o se van del Colegio?, ¿qué aprendieron?; las respuestas no están a vuelta de la esquina, pero las oportunidades de mejorar y optimizar nuestro trabajo las tenemos día con día allí, en el aula, curso tras curso, alumno con alumno.

La riqueza del trabajo grupal y sus resultados, la experiencia, el tiempo y sus ajustes en la modalidad de taller, nos permitieron elaborar el presente trabajo; estamos conscientes de que su aplicación total en la práctica en el salón de clases y fuera de él, habrán de probar su efectividad y habrán de señalar nos nuevos derroteros, precisiones, modificaciones, en fin; también estamos plenamente convencidos de que mientras más recursos tengamos para optimizar la práctica educativa, mejores alumnos y mejores maestros enfrentaremos la compleja tarea de estudiar los procesos comunicativos en nuestra sociedad, siempre en aras de sostener una calidad en las múltiples --

interpretaciones sobre tales procesos; sabemos que su utilidad servirá al menos para ser más selectivos en los productos comunicativos que consumimos.

Los métodos e instrumentos expuestos en este trabajo se han diseñado con la finalidad de ofrecer a docentes y alumnos, así como a toda persona interesada, un apoyo práctico para el estudio del proceso comunicativo radiofónico; lejos de caer en fórmulas o recetas esta propuesta es susceptible de observaciones que mejoren su contenido, su intención y aplicación en el complejo mundo de los mensajes masivos.

Se considera que el estudio de los procesos de producción, distribución y consumo de mensajes en el medio radiofónico, y en el contexto del Taller de Análisis de la Comunicación II del Colegio de Bachilleres, es posible cuando existe un sustento teórico-metodológico que responda a las orientaciones que persigue el mismo Taller por un lado, y por otro, cuando el docente cuenta con los instrumentos básicos que le permitan optimizar el trabajo práctico del curso, para introducir al alumno al estudio del medio radiofónico.

También con esta intención se ha desarrollado el presente trabajo.

En el primer capítulo se señalan los principales antecedentes del Colegio de Bachilleres como Institución de Educación Media Superior, algunos de sus objetivos y principios, así como una breve revisión de su Plan de Estudios, con el objeto de ubicar las áreas de conocimiento en las que éste se organiza.

De igual forma se identifican las características del área propedéutica, y como su complemento, un bloque de materias optativas, entre las que se encontraba Ciencias de la Comunicación I y II, que se

cursó en quinto y sexto semestres respectivamente; se mencionan también las capacitaciones que la Institución ofrece a sus alumnos en su formación terminal.

Aparte se especifican las generalidades de la asignatura Ciencias de la Comunicación, cuyos programas se anexan al final de este trabajo, su carácter teórico, su enfoque e intención, elementos que servirían de base para diseñar el programa que se cursaba en el sexto y último semestre del Bachillerato.

Asimismo encontramos un apartado dedicado al estudio general de la estructura y contenidos de los cursos de Ciencias de la Comunicación, donde se hacen algunas reflexiones y se señalan juicios de valor sobre su diseño y operación abordando la inclusión de la asignatura en el Sistema Extraescolar que ofrece el Colegio.

El siguiente capítulo nos ubica en el contexto del diseño y la orientación sobre el origen del Taller de Análisis de la Comunicación, como asignatura que desplazaría a Ciencias de la Comunicación.

En este apartado encontraremos los antecedentes del Taller, su ubicación, intención, enfoque, contenidos y objetivos, al igual que las estrategias didácticas y los lineamientos de evaluación, lo que en su conjunto permite contar con un panorama general sobre la perspectiva teórica en la que se basan los fundamentos de la materia.

Cabe señalar que no se trata de cuestionar la validez o de enjuiciar tal o cual corriente de pensamiento, sino de exponer, desde un punto de vista crítico y propositivo, la estructura del programa del Taller e introducir al campo de conocimiento de la materia, al lector. También encontraremos la propuesta institucional del curso y la que la

experiencia docente, a través del tiempo, nos ha permitido diseñar con base en las observaciones, inquietudes, resultados y opiniones de quienes estamos al frente de los talleres, y que sólo a través de la práctica se ha logrado enriquecer.

El tercer capítulo lo consideramos significativo. La propuesta metodológica que en él se expone, tiene como finalidad el constituirse en un apoyo para el coordinador y alumno del Taller; básicamente esta propuesta tiene su origen en la necesidad de sistematizar un método que permita optimizar y avanzar cualitativa y cuantitativamente en el desarrollo del Taller de Análisis de la Comunicación -TAAC-, y en la experiencia propia, tanto del trabajo docente como del diseño de materiales de apoyo para el trabajo que la naturaleza del curso exige.

En su conjunto las técnicas y procedimientos aquí expuestos nos permiten aproximarnos hacia una evaluación de programas radiofónicos informativos. Partimos primero del diseño de una investigación para ser realizada por nuestros alumnos, lo que les permitirá contar con un panorama general de la radio, que les posibilite estudiar su surgimiento, desarrollo y conocimiento básico como medio de difusión.

Posteriormente caracterizamos lo que para efectos del objeto de estudio del TAAC, habrán de considerarse como programas radiofónicos informativos, para luego ubicar y estudiar sus contenidos en el proceso de producción, distribución y consumo de mensajes.

Para lograr lo anterior, se han diseñado una serie de láminas que apoyan la recopilación de información a través del trabajo de campo y que, aplicadas en las etapas del proceso comunicativo, revelan la identidad del emisor, su postura y esquemas de interpretación que de la realidad hace, mismos que son propuestos en los productos comunicativos ofrecidos en los medios de difusión.

Con estos resultados, y haciendo una lectura crítica del trabajo en su conjunto, los equipos de trabajo estarán en posibilidades de interpretar y evaluar los contenidos de las emisiones estudiadas, según su capacidad y juicios de valor. Asimismo estarán en condiciones, ahora de producir mensajes grupales o en forma individual, que les permitan expresar sus ideas e inquietudes con otros esquemas e intenciones que no sean los convencionales, y que respondan al ejercicio de una comunicación participativa, por muy elemental que ésta pueda ser, siempre bajo la orientación y coordinación del responsable del Taller.

Por último, en el capítulo cuatro se describen las experiencias del plantel 3 "Iztacalco" del Colegio de Bachilleras, que se han obtenido durante los últimos tres Cursos, básicamente en términos de la producción de expresiones, objeto de trabajo de la tercera unidad del TAAC.

En este apartado se describen algunos de los trabajos que nuestros alumnos han elaborado, y se exponen comentarios y observaciones que merecen tales productos, en uno u otro aspecto, mencionando los créditos de los distintos equipos de trabajo, y siguiendo en parte las recomendaciones metodológicas generales para la elaboración de fichas documentales audiográficas.

Esperamos finalmente, que este trabajo sirva al docente de comunicación del Colegio de Bachilleras para apoyar su trabajo en el aula, y que también sea enriquecido durante su aplicación práctica por las revelaciones que de él hagan nuestros alumnos, en quienes nos inspiramos para seguir adelante y de quienes recibimos, día con día, la vitalidad y riqueza del trabajo colectivo.

CAPITULO 1.- La enseñanza de la comunicación en el Colegio de Bachilleres.

1.1.- Antecedentes.

Desde su creación en 1973 como organismo descentralizado del Estado, y de acuerdo a su personalidad y fines plasmados en su Estatuto General, el Colegio de Bachilleres "impartirá e impulsará la educación correspondiente al ciclo superior del nivel medio de acuerdo a los siguientes objetivos:

- I.- Desarrollar la capacidad intelectual del alumno mediante la obtención y aplicación de conocimientos.
- II.- Conceder la misma importancia a la enseñanza que al aprendizaje.
- III.- Crear en el alumno una conciencia crítica que le permita adoptar una actitud responsable ante la sociedad" '.

Como toda institución de Educación Media Superior, en aquel entonces el nuevo organismo se enfrentó a un proceso de reflexión y análisis que le permitió definir las orientaciones y tareas que habría de desempeñar durante su vida académica.

Así, la institución define la terminación de su nivel de enseñanza con duración de tres años, debiendo ser formativo en el sentido genérico de la palabra; asimismo se concibe en una doble función de ciclo terminal y antecedente propedeúutico para estudios de licenciatura. Incorporará los conocimientos fundamentales tanto de las ciencias como de las humanidades, y en forma paralela, capacitará específicamente para la incorporación del trabajo colectivo.

El Colegio de Bachilleres tiene como principios:

"I.- Que sea formativo, entendiendo por formación el desarrollo de las habilidades y actitudes que caracterizan al pensamiento racional: objetividad, rigor analítico, capacidad crítica, claridad expresiva.

Una formación de esta naturaleza hará posible que el estudiante asuma una acción responsable, lúcida y solidaria como miembro de una comunidad.

II.- Que capacite para el ejercicio de los métodos y el uso de la información básica de las ciencias naturales y de la cultura.

III.- Que permita el dominio de las técnicas y destrezas de una actividad especializada y económicamente productiva².

Los objetivos y principios de la institución se reflejan en su Plan de Estudios, cuyas asignaturas se agrupan por áreas de conocimiento:

1.- Área de formación propedéutica.- Las asignaturas de esta área representan la mayor parte del Plan de Estudios -setenta y siete por ciento-, y se distribuyen durante los seis semestres que conforman el mismo. Esta área está diseñada por dos núcleos de asignaturas: las básicas u obligatorias y las complementarias u optativas.

Las asignaturas del núcleo básico son esenciales para la formación general del estudiante, porque corresponde a ellas el conocimiento universal relativo a las ciencias y a las humanidades; se imparten en seis semestres y se agrupan en cinco áreas de conocimiento:

FORMACION PROPEDEUTICA**-Area de Conocimiento-
núcleo básico**

- | | |
|---|--|
| 1.- Matemáticas:
Matemáticas I, II, III y IV | 4.- Metodología-Filosofía:
Métodos de Investigación
I y II. |
| 2.- Ciencias Naturales:
Física I, II y III
Química I, II y III
Biología I y II
Ciencias de la Tierra
Ecología | 5.- Lenguaje-Comunicación:
Taller de Lectura y Redac-
ción I y II
Literatura I y II
Lengua Adicional al Español
(inglés o francés I y II) |
| 3.- Ciencias Histórico Sociales:
Introducción a las Ciencias
Sociales I y II
Historia de México Contexto
Universal I y II
Estructura Socioeconómica de
México I y II. | |

El alumno cursa 30 asignaturas obligatorias equivalentes a 216 créditos y 6 optativas equivalentes a 36, así como una capacitación que puede tener de 6 a 10 asignaturas con un rango de 38 a 64 créditos. Al finalizar el ciclo el total de créditos será entre 290 y 316.

Las asignaturas optativas se ofrecen únicamente en quinto y sexto semestres y su función es ampliar y/o profundizar los aprendizajes adquiridos al haber cursado las obligatorias. Las optativas complementan la formación propedéutica de los alumnos, quienes eligen tres de ellas en quinto semestre, dentro de las que operan en cada plantel, conforme a sus necesidades e intereses.

Las optativas que se establecen en el Plan de Estudios son:

FORMACION PROPEDEUTICA

-Núcleo Complementario u Optativo-

- | | |
|--|--|
| 1.- Cálculo Diferencial e Integral I y II | 6.- Economía I y II |
| 2.- Estadística Descriptiva e Inferencial I y II | 7.- Sociología I y II |
| 3.- Física Moderna I y II | 8.- Introducción a la Antropología I y II |
| 4.- Cosmografía I y II | 9.- Taller de Análisis de la Comunicación I y II |
| 5.- Ciencias de la Salud I y II | 10.- Lengua Adicional al Español (inglés y francés III y IV) |

2.- Area de Formación Terminal.- Está constituida por una capacitación, mediante la cual se brinda al alumno la posibilidad de adquirir conocimientos y desarrollar habilidades, destrezas y actividades relacionadas con el trabajo productivo.

El Colegio de Bachilleres, ofrece en cada uno de sus veinte planteles en el D.F., y Zona Metropolitana entre dos y seis capacitaciones para que el alumno tenga la oportunidad de elegir la que desea cursar. Actualmente la Institución cuenta con las siguientes:

FORMACION TERMINAL

Area de Capacitación

- | | |
|---|---|
| 1.- Administración de Recursos Humanos
2.- Empresas Turísticas
3.- Laboratorista Químico
4.- Dibujo Industrial
5.- Organización y Métodos | 6.- Dibujo Arquitectónico y de Construcción
7.- Biblioteconomía
8.- Contabilidad
9.- Sociedades Cooperativas.
10.- Informática
11.- Higiene y Seguridad en el Trabajo
(Fase Piloto) |
|---|---|

Cada capacitación está conformada al menos por seis asignaturas que se cursan de tercero a sexto semestres, la capacitación que siga un alumno no lo limita a la elección de una carrera profesional.

3.- Area de Formación Paraescolar. - En esta área se favorece la formación integral de los alumnos mediante la realización de actividades que se ejecutan libremente, sin estar sujetos a sistemas de acreditación ni certificación; estas actividades tienden al desarrollo afectivo y motriz del estudiante, permitiendo su expresión en los campos del arte y los deportes, así como la posibilidad de relacionarse con su comunidad por medio de la acción social.

Esta área se divide en tres subáreas:

- Actividades Artísticas: Música, Danza y Artes Plásticas.
- Actividades Deportivas: futbol, basquetbol, voleibol atletismo y natación.
- Acción Social: Campañas específicas de participación con la comunidad.

Para realizar estas actividades, el Colegio cuenta con profesores especializados que guían a los alumnos bajo programas específicos.

Finalmente, es importante señalar que el Colegio de Bachilleres ofrece sus servicios educativos en dos modalidades: el Sistema Escolar y el de Enseñanza Abierta.

El primero requiere de la asistencia regular a todas las clases, en cada uno de los cursos organizados por semestre para cada asignatura.

El Sistema de Enseñanza Abierta, se basa en el estudio independiente, que se promueve y apoya con la guía de personal especializado y con materiales impresos elaborados para ese fin; en este Sistema el estudiante avanza en su aprendizaje según su propio ritmo.

En ambas modalidades el Plan de Estudios del Colegio de Bachilleres es el mismo, y los certificados de estudio que otorga a sus egresados tienen la misma validez.

1.2 Características de la asignatura Ciencias de la Comunicación.

Desde su diseño en 1976, Ciencias de la Comunicación I se concibe como una materia optativa de carácter teórico, su enseñanza es por objetivos y en ella se aborda el estudio de la comunicación como proceso, y a partir del estudio de los Modelos y Teorías de la Comunicación Social.

El programa de la asignatura pretendió ser un instrumento que permitiera al alumno la capacidad de juzgar y valorar continuamente los tipos de comunicaciones a las que está expuesto durante su vida, se esperaba que analizara y evaluara la importancia que la comunicación tiene para la sociedad.

Para lograr lo anterior, el programa de la asignatura a cursarse en quinto semestre con dos sesiones semanales de una y dos horas, no se conceptúa de manera rígida, a pesar de que su intención se limita al estudio de actos comunicativos: "si esta materia lograra volver al alumno un poco más crítico de tal forma que al comunicarse con los demás tomara en cuenta las características de las personas a las que se dedica para darse a entender mejor, ésta cumplirá su propósito" ³.

La asignatura tenía como principal característica que a cada objetivo le correspondió uno o más elementos de aprendizaje constituidos por ejercicios que servirían de punto de referencia para que el profesor elaborara los propios y propiciara la ejecución de la conducta señalada en los mismos, o que el alumno sugiriera los que fueran de su interés.

Cada objetivo del programa señaló las actividades que desarrollarían alumno y profesor; en el caso de los que se dirigen a los alumnos, predominan los de investigación bibliográfica y análisis de situaciones en el ejercicio de la comunicación individual y grupal; le siguen las exposiciones de tareas o trabajos, las descripciones prácticas de los elementos del proceso de la comunicación y finalmente la obtención de conclusiones respecto a discusiones grupales sobre un mismo tema del programa.

Las actividades del profesor se centran en las de fungir como moderador en discusiones grupales, coordinar y orientar los trabajos de investigación y análisis, y la evaluación de las actividades realizadas por el alumno, aunque no la evaluación total del curso.

Todo lo anterior sirvió como experiencia para plantear y diseñar un segundo y último programa para cursarse en sexto semestre: Ciencias de la Comunicación II.

Para ello "se concluyó la necesidad de proyectar al alumno una visión objetiva y práctica, fundamentada obviamente, en los conocimientos adquiridos en el semestre introductorio, que lo guía a comprender la importancia de la comunicación humana en la vida social en la que se desenvuelve"⁴.

Con la misma orientación del primer curso, el segundo intenta ir más allá del simple estudio de los actos comunicativos, ya que en éste se pretende "que los alumnos logren analizar cada uno de estos medios con prácticas fundamentadas y regidas por la teoría, de tal forma que ésta sea el instrumento principal que lleve al alumno a un análisis práctico, guiado por el maestro y logre así una actitud consciente y real acerca de la utilización de los medios de comunicación"⁵

Sin embargo, parece que este propósito se diluyera con la última parte del programa, al incluir como tema "la comunicación en las organizaciones", pues si bien es cierto que pertenece al campo de la comunicación y que la mayoría de los alumnos que cursan la materia no continuarán cursos superiores de comunicación, también es cierto que el tema no se contempla y sale de la línea de estudio de los medios de difusión masiva, y que su manejo está más bien orientado hacia aspectos de la comunicación administrativa.

Otra característica de la asignatura es que permitió al alumno y al profesor, la posibilidad de conjuntar la teoría y la práctica en cuanto al acercamiento directo con los contenidos programáticos en la prensa, el cine, la radio y la televisión, así como con la publicidad, lo que posibilitó la diversidad y enriquecimiento de la investigación, el análisis y discusiones grupales en el salón, logrando con ello un mayor interés y motivación de los alumnos para el estudio de los fenómenos de comunicación masiva.

Antes de continuar con la estructura y contenidos de la asignatura Ciencias de la Comunicación, es conveniente detenerse un momento para mencionar su inclusión dentro del Sistema de Enseñanza Abierta de la Institución.

El decreto de creación del Colegio de Bachilleres lo faculta para impartir enseñanza en el nivel medio superior, en las modalidades escolar y extraescolar. De esta última se ocupa el Sistema de Enseñanza Abierta -SEA-, que ofrece la oportunidad de iniciar o continuar estudios de bachillerato a las personas que así lo demanden.

En este sistema, los métodos de enseñanza se orientan básicamente hacia el autodidactismo, "que es la forma de aprendizaje o método en el cual la persona estudia por sí misma, sin el auxilio permanente del profesor convencional. El estudiante es responsable de su aprendizaje de tal forma que su capacidad lo lleva a lograr sus objetivos de superación. Es necesario que desarrolle una serie de habilidades personales y adopte una metodología que le permita formarse como - - autodidacta". 6

Entre los apoyos que ofrece el sistema extraescolar al estudiante, se encuentran los textos diagramados, que presentan en forma gráfica y objetiva los distintos aspectos que integran los temas de estudio; apoyos audiovisuales con programas especiales de radio y televisión, cuyos contenidos han sido producidos para complementar y apoyar el estudio de los textos diagramados.

Asimismo cuenta con consultores académicos que son especialistas en algún área de conocimiento y que proporcionan al estudiante, para reforzar su aprendizaje, aportaciones y apoyos en su materia; en tanto

los monitores se encargan de proporcionar al usuario del servicio, orientación e información sobre cómo mejorar y aprovechar las técnicas de estudio para un mejor aprendizaje.

Al igual que en el sistema escolar, Ciencias de la Comunicación es una materia optativa seriada que se cursa en quinto y sexto semestres; los objetivos generales, de Unidad y específicos, los contenidos ya desarrollados, así como cuestionarios de evaluación y bibliografía básica y complementaria se ofrecen en guías de estudio que se han elaborado por profesores especialistas en la materia, y que están diseñadas y dirigidas únicamente al estudiante del sistema abierto.

En cuanto a los criterios de evaluación, dado que se trata de un sistema extraescolar, han sido diseñados por medio de exámenes finales escritos, que se presentan de acuerdo a períodos calendarizados, mismos que se difunden en los Centros de Enseñanza Abierta, ubicados en las mismas instalaciones de los primeros cinco planteles que operan con el sistema escolar.

1.3.- Estructura y Contenidos.

El Programa de estudio de la Asignatura Ciencias de la Comunicación I, se estructuró con dos objetivos generales; tres unidades con un objetivo de unidad cada una, tiempo estimado en horas por unidad: temas, subtemas, objetivos de aprendizaje, actividades del alumno y del profesor, formas de evaluación y bibliografía (ver anexo 1).

1.- Objetivos Generales.- Al finalizar el curso el alumno estaría preparado para analizar "el proceso de comunicación en situaciones individuales, de grupo y de masas. Evaluará la importancia de la comunicación en situaciones individuales, de grupo y de masas".7

Como puede observarse, el análisis y la evaluación son los niveles de aprendizaje más complejos a los que se pretende llevar al alumno, en un curso que se acepta como introductorio y que, por ser prácticamente piloto, debió orientarse más hacia la comprensión de la comunicación humana en el ámbito social en el que se desarrolla, situación que corresponde más a la realidad inmediata del alumno y que requiere de un nivel de dominio cognoscitivo con menor grado de complejidad.

2.- Tres unidades temáticas con objetivos intermedios y tiempo estimado en horas; contenidos distribuidos por temas, subtemas y objetivos de aprendizaje.

Una revisión general a los objetivos de las unidades del programa, permite ubicar los niveles de dominio cognoscitivo, que también se localizan en el análisis, la producción, la síntesis y conclusiones acerca de los fenómenos de comunicación individual, grupal y de masas reflejados en el conocimiento que el alumno debió alcanzar al término de cada unidad; en este mismo renglón, los objetivos de aprendizaje se orientan hacia la deducción, nuevamente hacia la evaluación -particularmente en la Unidad II- y la identificación en ---
la última unidad del curso.

Es notorio que la conducta predominante más compleja, la constituye la evaluación, a la que le sigue la deducción y como la más sencilla la identificación; lo anterior se observa como un desequilibrio

brío entre los propios objetivos y en relación al listado de las actividades propuestas para el alumno, orientadas bajo el supuesto de alcanzar los objetivos de aprendizaje, obstaculizados por la ausencia de parámetros para llegar a la evaluación de los modelos de comunicación, por ejemplo.

En cuanto a los contenidos temáticos y los subtemas destacan su pertinencia y sistematización, que dan forma a la estructura general del programa.

3.- Actividades del alumno, del profesor, formas de evaluación y bibliografía.

Para cada objetivo de aprendizaje, el programa de la asignatura señaló las actividades que desarrollaría el alumno, predominando la investigación, el análisis y la exposición de temas en grupo, seguidas por la obtención de conclusiones también en equipo.

Asimismo se señalaron las actividades que para alcanzar los objetivos, debió realizar el profesor, destacando las de proporcionar información y bibliografía al alumno para la investigación de temas, moderar y conducir discusiones y orientar, organizar, aclarar y supervisar las mismas investigaciones que se supone serían expuestas en el salón de clases.

Respecto a las formas de evaluación, el programa sugiere básicamente la exposición de conclusiones, los trabajos de investigación sobre un determinado tema, los trabajos de análisis de anuncios por diferentes medios de difusión, así como trabajos de síntesis y gráficos sobre algún tema.

El programa carece de evaluación diagnóstica y en su diseño refleja la ausencia de las concepciones de lo que el docente debía comprender y asumir como las evaluaciones diagnóstica y formativa.

La última sección del programa proporciona una basta lista de fuentes bibliográficas específicas y adicionales que podrían consultar alumno y profesor, y que en cierta medida su acceso fue posible en la biblioteca de la Consultoría de la Academia.

El programa de estudio para Ciencias de la Comunicación II.

Con base en la experiencia obtenida en el diseño y aplicación del programa anterior, se instrumentó un segundo que habría de cursarse en sexto semestre cuyos elementos son los siguientes:

(ver anexo 2):

1.- Evaluación Diagnóstica.-"Destinada a determinar el grado en que los alumnos poseen los conocimientos y prerequisites necesarios para iniciar el desarrollo de este curso. Los resultados de esta evaluación proporcionan información, tanto al maestro como al alumno, de lo que debería repasarse antes de iniciar el curso y de lo que deberá omitirse porque ya se domina. Indudablemente, la información que se obtenga será de utilidad para la planeación de las actividades de enseñanza-aprendizaje".

Esta evaluación diagnóstica consta de diez preguntas con cuatro posibles respuestas cada una; en ella se abordan aspectos de los contenidos temáticos vistos en el curso que le antecede, asimismo se acompaña de las respuestas a los reactivos, incluidas en el apéndice del programa.

2.- **Objetivos generales del curso.**- Especifican los resultados esperando durante el proceso enseñanza-aprendizaje que el alumno debía obtener al término del curso semestral:

- "Analizará la importancia de la comunicación en la vida humana.
- Enmarcará a la comunicación dentro de un contexto de disciplinas sociales.
- Deducirá el papel que tienen los medios masivos de comunicación en la sociedad.
- Inferirá que el propósito fundamental de la comunicación es provocar una respuesta en el receptor y que el mensaje no es el que nosotros mandamos, sino el que el receptor capta"

(SIC) 9

La lectura de los primeros tres objetivos refleja las conductas esperadas en el aprendizaje de los alumnos, y al parecer las categorías utilizadas en los mismos no presentan sino sólo un grado de dificultad: el análisis; el cuarto objetivo por su parte señala además de un proceso de conducción hacia un resultado, una premisa que pretende quedar establecida como verdadera: ¿"el mensaje no es el que nosotros mandamos, sino el que el receptor capta"?

3.-Unidades programáticas donde se señalan contenidos, exposición de objetivos intermedios y específicos a alcanzar, y actividades sugeridas para maestros y alumnos.

En las tres unidades programáticas se señalan los contenidos desglosados en temas y subtemas para su desarrollo en el salón de clases.

Aunque la secuencia temática no revela en su conjunto el estudio y comprensión de los fenómenos comunicativos en la vida social del alumno, se puede observar que esta parte del programa tiene como principal acierto la sistematización de los temas y subtemas de la Unidad II.- Medios Masivos de Comunicación, si se excluye de ésta el tema la publicidad puesto que no se puede conceptuar dentro de la línea de los medios de difusión.

En este segundo curso los objetivos específicos también señalan las conductas orientadas hacia el desarrollo de actividades requeridas durante el mismo, la explicación de la importancia de la comunicación en todo sentidos, la deducción, comparación y clasificación de hechos históricos registrados en el desarrollo de los fenómenos y medios de comunicación social, y el análisis que el alumno debió realizar según el avance planeado.

Una lectura detenida al programa de Ciencias de la Comunicación II, refleja de inmediato algunos desaciertos en el diseño de contenidos y de objetivos de aprendizaje.

El primero se localiza en la Unidad II, tema 1.4 "agencia de noticias", donde se espera que el alumno determine que volumen de la información que recibimos, procede de determinada ideología.

Evidentemente el volumen de una información se puede cuantificar en tanto procede de determinadas agencias de noticias, lo que no necesariamente lleva a definir la procedencia ideológica de la información, si no se establece, previa lectura crítica, el origen de las principales agencias de noticias y la dependencia informativa en América Latina, lecturas que aportarían un panorama histórico sobre las principales agencias y sus asociados en el mundo.

En el tema 4, "Televisión", Subtema 4.2.- "Técnicas para elaborar un programa", el alumno debía explicar un programa de televisión a partir de la clasificación de los elementos que componen un guión literario y técnico.

Desde el enunciado de este subtema se encuentra la incongruencia con el que le antecede y los que le siguen, ya que además de ser un curso básicamente teórico, el Colegio no cuenta hasta la fecha, con la infraestructura mínima como para enseñar métodos y técnicas televisivas que se orienten hacia el logro del objetivo señalado en ese tema.

Finalmente, la Unidad III Comunicación en la Organización, con su tema y su subtema, no se ubica en el estudio de los fenómenos de difusión masiva y rompe con la estructura del programa de la materia, al ser ubicado como parte de la comunicación administrativa.

Tal parece que con el diseño de esta unidad, se quisiera en una relación forzada, encontrar el enlace y el punto de referencia de la materia, con alguna otra de una capacitación para el trabajo, que la propia institución ofrece en su formación terminal.

Respecto a las actividades sugeridas para los alumnos, destacan la investigación bibliográfica, de campo y la hemerográfica, así como la elaboración bibliográfica, de campo y la hemerográfica, así como la elaboración de resúmenes, del análisis cuantitativo y las exposiciones. Al maestro se le sugieren las exposiciones, coordinación y orientación del trabajo que realizan los alumnos, así como moderar y dirigir discusiones.

4.- Bibliografía básica y complementaria.

Para cada unidad se proporcionan las fuentes de consulta para investigar y ampliar los temas, esta información se incluye al final del programa.

5.- Evaluación formativa.

"Servirá para que el alumno se autoevalde y detecte su grado de aprovechamiento, permitiéndole corregir sus fallas y aprovechar sus aciertos. Es conveniente enfatizar que la evaluación formativa está destinada a retroalimentar las actividades de enseñanza y no para obtener una calificación o promoción"¹⁰

La evaluación formativa de la Unidad I, consiste en cinco preguntas de cuatro opciones cada una y un apéndice para verificar las respuestas; a la Unidad II le corresponden diez preguntas con cuatro opciones de respuestas cada una y un apéndice para verificar, y la de la Unidad III se forma de cinco preguntas, también con cuatro posibles respuestas y un apéndice para verificar los aciertos.

1.4.- Acreditación

El aspecto de la evaluación para acreditar las materias del Plan de Estudios, preocupó durante algún tiempo al Colegio de Bachilleres.

Los antecedentes se localizan a partir de 1980, en un documento que se distribuyó al personal docente: "lineamientos para la evaluación del aprovechamiento escolar" ¹¹

Este documento señala los principales puntos que debían ser observados durante el desarrollo de los cursos. A continuación hacemos una descripción de los que consideramos más relevantes.

1.- La evaluación debió ser permanente, tomando en cuenta el desempeño del alumno en cuanto a tareas, trabajos, participación en clase, prácticas o experimentos; al término de cada mes de clases, se asignaba una calificación según el criterio del profesor, lo que equivaldría al 25 por ciento del curso.

2.- Los resultados de la evaluación debieron ser considerados como indicadores para mejorar el proceso enseñanza-aprendizaje.

3.- Se debían aplicar tres tipos de evaluación durante el curso: diagnóstica, formativa y sumativa.

4.- A mitad y a final del curso se aplicaban los exámenes parciales, lo que equivaldría al cincuenta por ciento del curso por examen, que a su vez se separan en dos partes: el primer parcial incluyó lo visto en los meses uno y dos y el segundo, lo visto en los meses tres y cuatro.

5.- El alumno debía acumular un ochenta por ciento de asistencias mínimo para tener derecho al examen parcial.

6.- Para obtener la calificación mensual definitiva, se promediaban el resultado de la primera parte de un examen parcial, y la apreciación mensual del profesor.

7.- Cuando un alumno no se presentaba a un examen parcial, se le anotaba A de ausente, en la columna de asistencia y evaluación.

8.- La acreditación de un curso implicó que las cuatro calificaciones mensuales deberían ser aprobatorias y la final, el promedio de las mismas.

9.- Si un alumno no aprobaba una o dos partes del curso, tenía oportunidad de acreditarlas por medio de un examen de regularización, si tuvo el ochenta por ciento de asistencias, si no debía más de dos partes del curso y si se había presentado a los dos exámenes parciales.

10.- Los alumnos que no cumplían con el ochenta por ciento de asistencias y los que no se presentaban al examen parcial, se les asignaba como calificación semestral definitiva una "W".

11.- Si un alumno acreditaba la parte o las dos partes del examen que le faltaban, estas calificaciones se promediaban con las mensuales definitivas aprobatorias para obtener la calificación final.

12.- Cuando un alumno presentaba un examen de regularización y no aprobaba la parte o las dos partes que le faltaban, tenía una calificación semestral definitiva de cinco.

13.- Para registrar la calificación semestral definitiva, se utilizó una escala de cinco a diez, y la "W" para los casos señalados en el punto diez. La "W", no daba al alumno derecho al curso intensivo, cuando se le programaba durante el verano.

Los intervalos a considerar una vez obtenidos los promedios de las calificaciones aprobatorias, son:

de 9.5	a	10	=	10
8.5	a	9.4	=	9
7.5	a	8.4	=	8
6.5	a	7.4	=	7
6.0	a	6.4	=	6

Este sistema de evaluación implicó en su momento, que el diseño de los exámenes parciales fuera responsabilidad única del Centro de Evaluación y Planeación Académica del Colegio de Bachilleres, instancia que excluía totalmente al docente de cualquier posibilidad de participación en la elaboración de dichos exámenes, situación que no es muy acertada si se considera que es el docente quien está en contacto permanente con los alumnos, y que por tanto a él le corresponde directamente diseñar sus propios instrumentos de evaluación, pues además es el maestro quien vive y protagoniza directamente con sus alumnos, el proceso enseñanza-aprendizaje.

Sin embargo estas estrategias de evaluación fueron válidas hasta que una nueva revisión de los programas de estudio llevó a modificar, entre otros aspectos, la evaluación del aprendizaje.

Es hasta agosto de 1983 cuando el Centro de Evaluación y Planeación Académica difunde "La evaluación del aprendizaje y los nuevos programas", por medio de las Academias de los planteles del Colegio.

En este documento quedan plasmados los lineamientos generales para el diseño de las estrategias de evaluación, y consisten básicamente en que corresponde a los profesores de cada materia, organizados en Academia, la definición de criterios de evaluación, que incluyan los procedimientos de evaluación y acreditación, así como los lineamientos para las evaluaciones diagnóstica y formativa, la definición del momento más apropiado para su aplicación, el número de instrumentos necesarios y en su caso los procedimientos de recuperación más acordes al programa.

Al respecto es importante señalar el trabajo que debe realizar la Academia, de acuerdo a los lineamientos ya establecidos, entre los que destacan:

" 2.1.- Los programas de estudio son la base a partir de la cual las Academias decidirán las estrategias de evaluación.

Como un elemento esencial del proceso enseñanza-aprendizaje, la evaluación debe ser congruente con la intención del programa respectivo, la dosificación temporal de unidades y temas y la complejidad y profundidad de los contenidos que en él se incluyan. Asimismo la evaluación deberá ser congruente con las estrategias didácticas empleadas por los docentes al impartir la asignatura.

- 2.2.-La estrategia de evaluación de cada asignatura deberá referirse referirse a sus diferentes modalidades: la evaluación con fines de retroalimentación al maestro y al alumno (diagnóstica y formativa) y la evaluación con el fin de otorgar una calificación (sumativa).
- 2.3.-Las características del acuerdo sobre evaluación diagnóstica quedan a juicio de la academia.
- 2.4.-Como parte de la evaluación formativa, los profesores deben organizar actividades de regularización para aquellos alumnos que tengan algunas deficiencias en su aprendizaje. Estas actividades deberán programarse a lo largo del semestre y no tendrán peso en la configuración de la calificación semestral definitiva.
- 2.5.- Respecto a la evaluación sumativa, el acuerdo de las academias deberá incluir lo siguiente:
- a) Los aspectos que deberán ser evaluados a lo largo del semestre, en concordancia con la dosificación, complejidad y profundidad de los contenidos.
 - b) El peso que cada uno de estos aspectos tendrá en la configuración de la calificación semestral definitiva.
 - c) Las fechas para realizar la evaluación de acuerdo a lo que establece el programa y el avance programático real.
- 2.6.- Las academias decidirán también el procedimiento de acreditación para los alumnos que obtengan una calificación semestral definitiva de 5 y W ...

- 2.7.- Para la evaluación durante el curso normal y la recuperación, las academias podrán utilizar los instrumentos de evaluación que se consideren más adecuados para la intención de la asignatura correspondiente...
- 2.8.- Los profesores darán a conocer a sus alumnos las decisiones que se tomaron sobre las estrategias para la evaluación de su aprendizaje. Esta información es muy importante para los estudiantes, ya que son ellos los destinatarios de este nuevo sistema de evaluación" 12.

La realización de estas tareas para el diseño, aplicación y análisis de instrumentos de evaluación, implicó al principio un trabajo conjunto entre los profesores de la misma asignatura en Academia y la Dirección de Planeación Académica del Colegio; posteriormente las experiencias y observaciones del docente fueron concretando y enriqueciendo las posibilidades de un método real y funcional que determinara, de acuerdo a las particularidades de cada Academia, asignatura y grupo, los lineamientos para la acreditación de los cursos.

Cabe señalar que los criterios para el diseño de instrumentos de evaluación aún tienen vigencia y que en la actualidad existen otras modalidades para acreditación, complementarias a las tradicionales.

REFERENCIAS

- 1.- Estatuto General del Colegio de Bachilleres.- Título Primero. Personalidad y fines.- Colegio de Bachilleres. México D.F., septiembre de 1973. pág. 17.
- 2.- Objetivos Generales del Colegio de Bachilleres.- Colegio de Bachilleres. Centro de Evaluación y Planeación Académica. México D.F., abril de 1980.
- 3.- Lavarte, Joaquín, et. al.- Programa de estudios correspondiente a la materia Ciencias de la Comunicación I.- Colegio de Bachilleres, Dirección Académica, México, D.F., 1976 pág. 1.
- 4.- Programa de Estudios correspondiente a la materia Ciencias de la Comunicación II.- Colegio de Bachilleres, Dirección Académica, México D.F., 1976, pág 1.
- 5.- Idem.
- 6.- Esto es el Sistema de Enseñanza Abierta.- Colegio de Bachilleres. Dirección de Planeación Académica.- (Centro de Enseñanza Abierta (sf)
- 7.- Lavarte, Joaquín. et. al.- Op. Cit. pág. 7.

8. - Programa de estudios correspondiente a la materia Ciencias de la Comunicación II. Op. cit. pág. 3.
- 9.- Idem.- pág. 6.
- 10.- Idem.- pág. 3.
- 11.- Lineamientos para la evaluación del aprovechamiento escolar.- Colegio de Bachilleres.- Secretaría General Académica.- Dirección de Planeación Académica.- Centro de Evaluación y Planeación Académica. México D.F., abril de 1980.
- 12.- La evaluación del aprendizaje y los nuevos programas (período escolar 83-B). Colegio de Bachilleres. Dirección de Planeación Académica. Centro de Evaluación y Planeación Académica. México, D.F. agosto de 1983, págs. 4 a 6.

CAPITULO 2.- EL TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION.

2.1.- ANTECEDENTES.

El origen de la revisión, diseño y operación de los nuevos programas de estudio para el ciclo del Bachillerato, se encuentra en el acuerdo que emite la Secretaría de Educación Pública en el Diario Oficial de la Federación el 24 de mayo de 1982.

Es en esta iniciativa donde el titular del ramo, Fernando Solana, deja asentado que "el Plan de Estudios del Bachillerato se integrará por un Tronco Común, una área propedéutica, que relacionará directamente al ciclo con la Educación Superior, y otra de asignaturas optativas que puedan responder a los intereses del educando o a los objetivos de la Institución que imparte los estudios y a asuntos de interés para la región en el que éste se encuentre".¹

Es en junio de ese mismo año, cuando la Junta Directiva resuelve incorporar el Tronco Común del Bachillerato al Plan de Estudios del Colegio de Bachilleres.

En lo que se refiere a las materias del núcleo obligatorio, el proceso de incorporación llegó a su última etapa durante el primer semestre de 1985, con la operación de los programas correspondientes al sexto semestre.

De las treinta asignaturas que conforman el núcleo obligatorio del área propedéutica, las que corresponden al Tronco Común son diecinueve; por consecuencia, la elaboración de los nuevos programas para esas asignaturas generó la necesidad de modificar las once restantes.

Este proceso se llevo a cabo paulatinamente, y luego de haber efectuado una serie de acciones que juntas tendrían como objeto primordial, fortalecer la orientación propedéutica general de las materias optativas, y asignarles una función complementaria.

La orientación propedéutica habría de darse en términos que permitiera al alumno competir para ingresar al nivel de educación superior; el carácter complementario estaría en relación al núcleo básico, que a su vez está organizado a partir de cinco áreas de conocimiento; " en todo caso lo que aquí se destaca es la necesidad de vincular adecuadamente los contenidos de los programas de las asignaturas optativas con los de las obligatorias".¹

En cuanto a la estructura curricular, se detectó la necesidad de reorganizar las series de optativas y elaborar nuevos programas de las materias que tuvieran una definida orientación propedéutica general, como fue el caso de Cálculo Numérico; Probabilidad y Estadística; Ciencias de la Comunicación; Inglés / Francés; Física Moderna y Ciencias de la Salud.

Con este proceso de reestructuración se cambió el nombre de cinco de estas seis materias que se asignaron respectivamente: Cálculo Diferencial e Integral; Estadística Descriptiva e Inferencial; Taller de Análisis de la Comunicación; Lengua Adicional al Español: Inglés/Francés; Física Moderna, y Seminario de Problemas de la Salud.

El proceso de análisis y desarrollo de las asignaturas optativas, implicó crear a corto plazo tres nuevas materias: Elementos de Informática; Seminario de Aspectos Jurídicos y Políticos del México Actual; y Sociedad y Cultura Contemporánea.

Paralelamente habría que organizar las materias optativas con base a las cinco áreas de conocimiento que se aplica al núcleo básico obligatorio, a saber: Matemáticas, Lenguaje-Comunicación, Ciencias Naturales, Ciencias Histórico Sociales, Metodología-Filosofía.

Por lo que respecta al Taller de Análisis de la Comunicación, cabe señalar que su etapa operativa se inicia hasta noviembre de 1987, por medio de una versión preliminar del programa, y en febrero de 1988, con una versión final.

2.2.- UBICACION.

La ubicación de una materia indica su posición dentro del Plan de Estudios de la Institución; curricularmente define la función que desempeña en la formación del alumno.

En el caso del Taller de Análisis de la Comunicación, su ubicación se determina por pertenecer al área de formación propedéutica, por constituir un núcleo de formación complementaria y además por ser una materia que el estudiante selecciona para cursarla en el último año de su Bachillerato, ya que es optativa.

El Taller de Análisis de la Comunicación forma parte del área de Lenguaje y Comunicación, cuya intención es "generar en los alumnos la habilidad para el manejo de diferentes códigos -en español y otra lengua- tanto a nivel oral como escrito, a través del análisis de los mismos y de la práctica de los medios y sistemas de comunicación, para acercarse a conocimientos básicos de otras áreas y de la cultura en general, y acceder a aprendizajes más complejos". Sus antecedentes son Taller de Lectura y Redacción I y II y Literatura I y II.

"En el curso se estudia la comunicación como una institución pública que crea representaciones históricamente determinadas, por lo tanto el Taller plantea el estudio y análisis de la comunicación y su interacción con el Sistema Social, para proporcionar al alumno elementos que le permitan una participación consciente, creativa y crítica en su entorno social".⁴

Como puede observarse en el Taller de Análisis de la Comunicación -TAAC-, se aborda el estudio de los procesos comunicativos y de los medios de difusión concebidos como un sistema comunicativo, cuya vinculación y quehacer se determina a partir de la relación que guarda con la sociedad, esto es, con el Sistema Social.

Lo anterior le proporciona al alumno una visión más clara para comprender que los fenómenos comunicativos a través de la historia y del presente, no se dan en forma aislada y que su influencia no solo se limita al ámbito de la conducta humana, sino que contribuyen a mantener el equilibrio o propiciar el desequilibrio de las sociedades.

Finalmente, el TAAC II se ubica en sexto semestre y culmina el área de Lenguaje y Comunicación; al cursarla como materia optativa el alumno termina su formación propedéutica, misma que le permite ampliar su cultura básica a fin de posibilitar su acceso a estudios posteriores.

2.3.-INTENCION.

El Taller de Análisis de la Comunicación, retoma los conocimientos y habilidades que el alumno adquirió en las materias antecedentes Lectura y Redacción y Literatura: interpretación, valoración y uso del lenguaje verbal y escrito. Estos conocimientos constituyen la base para que en el Taller analice expresiones, adquiera conceptos básicos y elabore mensajes impresos, auditivos o audiovisuales a partir de su realidad inmediata y con el apoyo y orientación del profesor como coordinador del TAAC.

Esta base tiene como finalidad que el alumno:

- a) Amplíe y profundice su cultura básica, a partir del estudio de la comunicación en la sociedad mexicana.
- b) Analice y mejore sus actitudes, expresiones comunicativas, desarrolle conocimientos y habilidades para analizar, evaluar y producir mensajes impresos auditivos y audiovisuales, que le posibiliten el acceso a estudios posteriores.
- c) Desarrolle una mayor y mejor integración personal, mediante la reflexión y aplicación de los conocimientos adquiridos a su comunicación cotidiana".⁵

Cabe señalar que otra de las bases que retoma el TAAC II, es el conocimiento y experiencia que adquiere el alumno en el TAAC I, en cuanto a los elementos conceptuales del estudio de la comunicación escrita a través de la prensa, para el estudio y práctica de la comunicación auditiva o visual.

Así, sus experiencias de aprendizaje se orientan hacia el estudio y análisis de la problemática actual de la comunicación pública, cuyos orígenes se encuentran en la gestación y desarrollo de los medios de difusión colectiva. Este aprendizaje se centra básicamente en el estudio del papel de la radio o la televisión mexicanas, al tener contacto directo con las emisiones que abordan determinados contenidos.

Lo anterior busca que el alumno:

- a) Amplíe y profundice su conocimiento acerca de los lenguajes, auditivo y visual, empleados en la televisión y la radio.
- b) Comprenda y valore la problemática de la comunicación pública, generada por la evolución de las formas y los medios de comunicación social.
- c) Logre una mayor y mejor integración personal, mediante la confrontación reflexiva en grupo, propiciada por el profesor, acerca de su producción auditiva o visual participativa.
- d) Adquiera las habilidades y conocimientos básicos sobre la comunicación que le permitan el acceso a estudios posteriores más complejos".⁶

2.4.- ENFOQUE.

En el TAAC, el estudio de la comunicación se aborda desde un enfoque teórico-metodológico-práctico, que procura integrar un panorama del papel de la comunicación en la sociedad.

Para lograr lo anterior, en la asignatura se concibe a la comunicación como sistema: su desarrollo, componentes, proceso, fenómenos, etc., interrelacionados con el estudio del sistema social: su formación, estructura, evolución, instituciones, etc., vínculos que se manifiestan durante y en el contexto de la vida social cotidiana.

Asimismo ésta concepción parte de que tales sistemas coexisten y a la vez se interrelacionan con otros subsistemas: político, educativo, cultural y económico, por ejemplo.

Básicamente este enfoque caracteriza los nexos entre sistema social y comunicativo a partir de afectaciones mutuas y diversas, por lo que debe entenderse al Sistema de Comunicación en su forma imperante de comunicación pública, lo que permite describir su interrelación con la formación social mexicana.

El estudio del Sistema Social se aborda a partir de las categorías de infraestructura, estructura y superestructura, conceptos que se aplican también al estudio del Sistema Comunicativo por sus bases materiales: imprentas, emisoras de radio y televisión, estaciones y canales repetidores y satélites, por ejemplo; su organización: empresas informativas, cadenas periodísticas, grupos radiofónicos, etc.; y sus contenidos y valores que se proponen en la difusión de mensajes: ideas, creencias, juicios, valoraciones, por ejemplo.

En estos términos, en el TAAC se estudia a la comunicación a partir de la información que transmite y de los valores ideológicos que propone y reproduce, mismos que crean representaciones que son asimiladas y aprehendidas por los perceptores.

A estas representaciones, ideológicas que crea el comunicador se le identifican como mediaciones, ya que todo comunicador "media" la información que transmite matizándola de acuerdo a intereses y puntos de vista específicos.

Las mediaciones de la comunicación se estudian desde este enfoque, según el uso que se le da al mensaje:

"- Uso informativo: transmite y conlleva normas y conductas en las cuales se fundamenta la actividad social.

- Uso Reproductivo: se caracteriza por indicar y proponer los roles que la sociedad espera de los individuos, para apoyar la permanencia de la misma.

- Uso contracomunicativo: se define como el uso de los hechos comunicativos, al margen de los códigos imperantes, y una de sus finalidades es producir creatividad comunicativa de acuerdo a las necesidades del individuo o grupo social".⁷

De acuerdo a estos planteamientos, la metodología para este enfoque se caracteriza por la verificación de hechos comunicativos con la teoría y de ésta con la práctica, lo que permite al alumno la comprensión, explicación y la potencial modificación, según su capacidad, actitud, creatividad e interés de su realidad comunicativa.

Estas posibilidades parten de la experiencia comunicativa del alumno, de sus intereses y conocimientos previos, a fin de que el coordinador del Taller de acuerdo a sus condiciones y a las del grupo, fomente la participación activa a través de la exposición y problemas planteados que pongan en juego los elementos conceptuales y teóricos, lo que permitirá el descubrimiento de los elementos que intervienen y su relación con el proceso comunicativo, para asignarles los términos pertinentes del enfoque.

Asimismo el enfoque del TAAC propone como recursos didácticos al coordinador, la elaboración de esquemas, diagramas sencillos y cuadros sinópticos donde se representen gráficamente los elementos de los problemas planteados, así como las relaciones y sus funciones, para vincularlos con otros más generales en prensa, radio o televisión.

Acorde con la intención del Taller se plantea la elaboración de expresiones alternativas y/o participativas realizadas por los alumnos, que serán el producto final y punto de referencia de las reflexiones grupales; ello con el fin de que profesor propicie que los alumnos logren una mayor comprensión del papel de la comunicación pública en su realidad cotidiana.

Las propuestas didácticas del enfoque son las siguientes:

"1.- De lo particular a lo general: partir de la explicación de la realidad comunicativa del alumno, para llegar a la explicación de la comunicación pública mexicana.

2.- De lo concreto a lo abstracto a lo concreto: partir del estudio de las expresiones de los medios masivos para desarrollar un análisis y conceptualización de los mismos, con el objeto de aplicarlos en la elaboración de sus propias expresiones con carácter alternativo o participativo.

3.- De la intuición a la reflexión: partir de los elementos que el alumno pueda identificar en un problema o ejemplo comunicativo para llegar a una explicación del mismo, basada en el estudio y descubrimiento de los elementos que efectivamente lo constituyen así como sus principales relaciones".¹

Finalmente cabe señalar que para el Taller de Análisis de la Comunicación, se diseñaron las siguientes unidades, a desarrollarse en el primer curso, quinto semestre:

- 1.- La mediación de la comunicación en la sociedad.
- 2.- El proceso comunicativo en las expresiones de los medios impresos mexicanos.
- 3.- Expresiones impresas alternativas.

Para el segundo curso, sexto semestre:

- 1.- Consecuencias del desarrollo de las formas de comunicación social en la comunicación pública actual.
- 2.- El proceso comunicativo en las expresiones de los medios radiofónicos o televisivos mexicanos.
- 3.- Expresiones participativas.

Una lectura detenida a estas propuestas, refleja que los cursos proporcionan los conceptos teóricos básicos -en las primeras unidades-, con los que se analizan los medios impresos y auditivos o audiovisuales -en las segundas unidades-, que servirán de base para producir expresiones participativas en los medios impresos y auditivos o audiovisuales, en las tercera unidades; así quedan conformadas tres unidades: las primeras conceptuales, las segundas, analíticas y las terceras aplicativas, lo que podría también posibilitar la inclusión de uno u otro tipo al interior de cada unidad.

2.5.- CONTENIDOS Y OBJETIVOS.

Antes de describir los contenidos, es conveniente detenerse un momento para señalar que al llegar a la etapa operativa del Taller en el salón de clases, surgieron una serie de interrogantes, inquietudes e incertidumbre por parte de algunos docentes, en torno a cómo empezar a la hora de la verdad, frente a los alumnos y ante la realidad personal, grupal, ética y moral, un programa preliminar cuyos resultados eran impredecibles.

Los docentes enfrentamos algo desconocido; en razón a la verdad y en honor a ella, el Colegio de Bachilleres impartió cursos para el conocimiento y manejo del nuevo programa, donde además de conocer el contexto en el que surge el TAAC, sus antecedentes, ubicación e intención, diseño y versión preliminar, se nos proporcionó material de apoyo.

Sin embargo esto no fue suficiente. Toda esa situación tenía que encontrar una salida, y la respuesta la encontramos el mismo grupo de docentes, a través del tiempo y la experiencia y, hay que admitirlo, por medio del ensayo y del error, ya que influyen las particularidades, características, necesidades, intereses y habilidades de cada grupo y de cada coordinador.

Este proceso implicó la necesidad de hacer algunas modificaciones al programa del Taller, teniendo como base el intercambio de experiencias, resultados, propuestas y realidades entendidas en el sentido más amplio, sin que ello implicara el perder de vista la orientación básica del programa y en consideración a que los alumnos se llevarán consigo la seguridad de haber aprehendido algo nuevo con esta asignatura.

A continuación se exponen los contenidos señalados en el programa oficial por unidades, así como algunos comentarios sobre los mismos; enseguida se hace mención a las modificaciones que, con base en los planteamientos ya señalados y a manera de propuesta, se han hecho al programa, y que son los mismos con los que operamos algunos docentes que impartimos el Taller, en el plantel 3 "Iztacalco" del Colegio de Bachilleres.

Asimismo cabe aclarar que en congruencia con los objetivos, delimitación y alcances del presente trabajo, solo se describen en este apartado los contenidos del Taller de Análisis de la Comunicación II, mismo que se cursa en el sexto semestre.

Los contenidos se refieren a los conceptos, habilidades y actitudes del campo de conocimientos, lo que constituye la base sobre la cual giran las actividades de profesores y alumnos para la enseñanza y el aprendizaje; se estructuran en temas y subtemas.

Los objetivos orientan la operación de los contenidos, establecen los aprendizajes que se pretende que el alumno desarrolle. Señalan el qué, el cómo y el para qué de los contenidos.

El TAAC II se estructura en tres unidades; a cada unidad le corresponde un objetivo intermedio y dos específicos, dosificados en cargas horarias determinadas.

Taller de Análisis de la Comunicación.

Unidad I.- Consecuencias del desarrollo de las formas y los medios de comunicación en la comunicación pública actual.

Objetivo: El alumno conocerá la problemática de la comunicación pública actual, como consecuencia del desarrollo histórico de las formas y medios de comunicación para adquirir nociones conceptuales básicas y posibilitar su aplicación posterior.

Carga Horaria: 9 horas.

Contenido (tema-subtema)

Objetivos Específicos

- 1.1.- Evaluación de las formas y medios de comunicación
 1.1.1. Asambleas, emisarios redes y comunicación masiva.
 1.1.2. Interdependencia entre sistema comunicativo y avance tecnológico.

- 1.1. Previa explicación del desarrollo de las formas y medios de comunicación y con el apoyo de la elaboración de cuadros sinópticos y síntesis, el alumno identificará la interdependencia entre sistema comunicativo y avance tecnológico, para ubicar históricamente a la comunicación pública actual.

- 1.2.- Problemática actual de la comunicación pública entre:
 1.2.1.- Acontecer social y comportamiento individual.
 1.2.2.- Naturaleza y Tecnología.
 1.2.3.- Instantaneidad de la comunicación y presencia simultánea de los actores.

- 1.2.- Mediante discusiones grupales orientadas por el profesor y con apoyo de cuadros sinópticos, el alumno identificará la problemática actual de la comunicación pública, para adquirir nociones conceptuales que le permitan explicar las oposiciones de dicho sistema.

Unidad II.- El proceso comunicativo en las expresiones de los medios radiofónicos o televisivos mexicanos.

Objetivo.- El alumno conocerá la problemática y los momentos del -- proceso comunicativo en la televisión o radio mexicanas -- para interpretar las expresiones de los mismos de acuerdo a sus necesidades e intereses.

Carga Horaria: 16 horas.

Contenido (tema/subtema)	Objetivos
<p>2.1.- La problemática de los momentos del proceso comunicativo radiofónico o televisivo.</p> <p>2.1.1. El acontecer social y -- comportamiento individual en la producción.</p> <p>2.1.2. Instantaneidad de la comunicación y simultaneidad de los actores en la distribución.</p> <p>2.1.3. Naturaleza y tecnología en el consumo.</p>	<p>2.1.- A partir de la discusión grupal coordinada por el profesor, el -- alumno analizará la producción, distribución y consumo de las expresiones radiofónicas o -- televisivas, para conocer la problemática actual del proceso comunicativo.</p>
<p>2.2.- El proceso comunicativo radiofónico o televisivo a partir de sus expresiones.</p> <p>2.1.1. Estructura del discurso</p> <p>2.1.2. Niveles de cobertura y redes monopólicas.</p>	<p>2.2.- A partir de ejemplificaciones que alumnos y profesor realicen de -- las representaciones -- denotativas y connotativas de las expresiones radiofónicas o -- televisivas mexicanas, el alumno analizará el -- proceso comunicativo en las expresiones seleccionadas para darles -- sentido de acuerdo a -- sus intereses y necesidades.</p>

Unidad III.- Expresiones Participativas

Objetivo: El alumno elaborará en equipo expresiones participativas a partir de su realidad comunicativa cercana, para confrontarlas colectivamente y verificar su utilidad cotidiana.

Carga Horaria: 20 horas.

Contenido (tema/subtema)	Objetivos
<p>3.1. Producción de expresiones participativas. 3.1.1. Técnicas de producción. 3.1.2. Elaboración de expresiones participativas.</p>	<p>3.1. Con asesoría técnica del profesor, el alumno elaborará en equipos, expresiones participativas, para representar en ellas situaciones comunicativas propias y cercanas a su realidad.</p>
<p>3.2. Recapitulación 3.2.1. Confrontación colectiva de expresiones elaboradas. 3.2.2. Utilidad cotidiana de la producción participativa.</p>	<p>3.2. En discusión grupal, el alumno confrontará las expresiones elaboradas, con las nociones conceptuales estudiadas, privilegiando la utilidad cotidiana de sus producciones para recapitular reflexivamente sobre el curso.</p>

Como se puede observar en esta unidad I el alumno adquiere las categorías básicas que le permiten estudiar las tipologías de las formas y desarrollo de los medios de comunicación, a partir de la evolución de sus distintas etapas históricas, lo que le lleva a contar con un panorama general de los medios de difusión.

Asimismo le permite adquirir nociones de los principales avances tecnológicos y sus disfunciones que en materia de difusión colectiva han surgido en las sociedades industrializadas, y que comienzan a aparecer en las llamadas dependientes o subdesarrolladas.

Finalmente, las modificaciones propuestas para esta unidad no alteran su orientación, ya que sus contenidos reflejan mayor calidad, concreción y operación en el salón de clases.

En la propuesta aquí señalada se considera primero, partir de los nexos que vinculen la continuidad entre el TAAC I y II, reconceptualizando la comunicación pública y el Sistema de Comunicación Institucional cuyas características se abordan en la Unidad I del primer curso.

Segundo, establecer cómo, porqué y para qué los Sistemas de Comunicación Institucional permanecen estables, se transforman o son sustituidos por otros cuando ya no son funcionales debido al desarrollo histórico de las sociedades.

Tercero, estudiar cómo en el capitalismo se han logrado desarrollar las líneas de avance tecnológico en materia de medios de difusión colectiva, y de qué manera estos avances han generado disfunciones en éste y otros renglones en las sociedades que ya lo han experimentado.

Los contenidos esenciales de la Unidad II, se centran en el estudio y análisis del proceso comunicativo radiofónico en la Ciudad de México, a partir de la identificación de los momentos de ese proceso: producción, distribución y consumo.

Para acercarse a su estudio, es necesario seleccionar la parte o partes del amplio campo de la comunicación radiofónica, ya que los contenidos del programa para esta unidad no lo delimitan, y su apertura se presta a diversas maneras de interpretación para abordarlo.

De acuerdo a los contenidos propuestos para esta unidad, se sugiere que su estudio se lleve a cabo mediante prácticas de campo e investigaciones que realicen los alumnos en pequeños grupos, y bajo la coordinación del responsable del Taller.

La posibilidad de que sea de esta manera, ofrece la oportunidad de llevar a cabo investigaciones directas por medio de la sintonía de la emisora o bien mediante el acceso directo a la misma, lo que implica al alumno un contacto estrecho e inmediato a la realidad radiofónica en la Ciudad de México mismo que, más que una experiencia, significaría la posibilidad de ser más selectivo y más crítico frente al proceso de comunicación radiofónica.

Sin desvirtuar la orientación de esta segunda unidad del programa oficial del TAAC, la propuesta de su reestructuración sólo en cuanto a contenidos se refiere, delimita con mayor precisión el camino a recorrer.

Se parte del marco histórico de la radio en México y posteriormente se desarrollan métodos y técnicas para acercarse al estudio de la producción, distribución y consumo de mensajes radiofónicos; ver el capítulo 3 del presente trabajo.

El propósito de la Unidad III se centra en la actividad práctica que realiza el alumno en el Taller y que se refleja en la elaboración de un producto comunicativo al final del curso, producto cuyas características se determinan por la conceptualización de la comunicación alternativa o participativa; este producto se obtiene con el apoyo y la supervisión directa del coordinador del Taller, quien aprueba, orienta, sugiere y evalúa el trabajo que en equipo realizan los alumnos.

Cabe aclarar que los objetivos de esta última parte del TAAC es el aspecto de la producción de expresiones participativas; se desea que el profesor proporcione asesoría técnica a los alumnos para elaborar tales expresiones. Sin embargo el Colegio de Bachilleres aún no cuenta con la infraestructura elemental que permita la realización de estos productos, que no obstante son posibles gracias a los recursos propios de alumnos y maestros.

La asesoría no solo se proporciona artesanalmente en el aspecto técnico, sino además en la elaboración de guiones radiofónicos, música, sonido, efectos, investigación, orientación y en fin en la mayoría de los aspectos implicados en la producción de mensajes.

En el último capítulo del presente trabajo se retoman estos comentarios y se describe la experiencia que se ha obtenido en el taller, respecto a la elaboración de expresiones participativas.

A continuación incluimos la propuesta de contenidos y objetivos para las Unidades I y II del TAAC que, como ya se señaló son producto del tiempo, el aprendizaje y la experiencia; respecto a la Unidad III asumimos la pertinencia de sus contenidos tal y como se presentan en el programa oficial del curso, salvo los inconvenientes que en los objetivos ya fueron señalados.

TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION II

PROPUESTA DE CONTENIDOS

Unidad I.- Consecuencias del desarrollo de las formas y los medios de comunicación en la comunicación pública actual.

Objetivo: El alumno conocerá la problemática de la comunicación pública actual, como consecuencia del desarrollo histórico de las formas y medios de comunicación para adquirir nociones conceptuales básicas y posibilitar su aplicación posterior.

Carga Horaria: 12 horas.

Contenido (tema/subtema)

Objetivos

- | | |
|---|--|
| <p>1.1.- Evolución de las formas y medios de comunicación.</p> <p>1.1.1. Conceptos de "Comunicación Pública" y "Sistema de Comunicación Institucional" SCI.</p> <p>1.2.1. Tipologías de los - Sistemas de Comunicación: Asambleas, - Emisarios, Redes de Distribución de Mensajes y Comunicación Masiva.</p> <p>1.3.1. Leyes que regulan la permanencia, transformación y sustitución - de los SCI.</p> <p>1.4.1. Interdependencia entre Sistema Comunicativo y Avance Tecnológico.</p> | <p>1.1.- El alumno conocerá el - desarrollo histórico de las formas y medios de - comunicación, para identificar la interdependencia entre los sistemas - de comunicación y los -- avances tecnológicos.</p> |
| <p>1.2.- Capitalismo y Modo de Producción de Comunicación.</p> <p>1.2.1. El sistema de comunicación pública creado por el capitalismo.</p> <p>1.2.2. Líneas de Avance Tecnológico.</p> <p>1.2.3. Disfunciones.</p> | <p>1.2.- Mediante discusiones grupales orientadas por el - profesor, el alumno identificará la problemática de la comunicación pública para adquirir nociones conceptuales que le permitan comprender sus funciones.</p> |

TALLER ANALISIS DE LA COMUNICACION II
PROPUESTA DE CONTENIDOS

Unidad II.- El proceso comunicativo en las expresiones del medio radiofónico en México.

Objetivo: El alumno conocerá la problemática y los momentos del proceso comunicativo en la radio mexicana para interpretar sus expresiones.

Carga Horaria: 18 horas.

Contenido (tema/subtema)

2.1.- Marco Histórico de la Radio en México.

- 2.1.1. Surgimiento de la industria radiofónica en México.
- 2.1.2. La radiodifusión mexicana: su origen económico y su dependencia con el extranjero.
- 2.1.3. Tipos de emisoras: la radio comercial en la ciudad de México; la radio estatal y la radiodifusión universitaria.

2.2.- La radio como medio de comunicación.

- 2.2.1. Definición y características.
- 2.2.2. La radiodifusión desde los puntos de vista auditivo, sociológico, psicológico y de producción.

2.3.- Acercamiento al análisis de la producción, distribución y consumo de mensajes radiofónicos.

- 2.3.1. Formatos que posibilitan la práctica comunicativa de la radiodifusión.
- 2.3.2. Elementos para el estudio de la producción de programas radiofónicos informativos.
- 2.3.3. Elementos para el estudio de la distribución de mensajes radiofónicos.
- 2.3.4. Elementos para el estudio del consumo de mensajes radiofónicos.

2.6.- ESTRATEGIAS DIDACTICAS

Por estrategia didáctica debe entenderse la forma en la que se tiene planeada la conducción del proceso enseñanza-aprendizaje; las actividades que profesores y alumnos llevan a cabo durante el curso para alcanzar sus objetivos.

Una de sus funciones, consiste en enlazar los contenidos del programa con los aprendizajes establecidos en los objetivos específicos de la asignatura.

Los contenidos programáticos del TAAC, se establecen en tres fases generales: "Conceptual, analítica y aplicativa, mismas que corresponden a cada una de las Unidades de ambas asignaturas, igualmente en cualquiera de ellas la operación didáctica parte de los siguientes supuestos: a) trabajo en forma de taller; b) un aprendizaje por descubrimiento; y c) como punto de referencia para todo trabajo se parte de la realidad comunicativa cotidiana de los alumnos"

Es importante señalar que cada grupo tiene características muy definidas y que la práctica adquirida en la historia del docente, le debe permitir enriquecer los procedimientos, métodos o técnicas de enseñanza encaminados hacia un aprendizaje efectivo, independientemente de las actividades didácticas específicas que propone, para cada una de las unidades, el programa del TAAC.

Por otra parte, la conducción de la asignatura en forma de Taller implica la integración entre teoría y práctica y supone la interrelación entre profesor y alumno.

En este sentido, toca al coordinador del Taller asesorar, orientar, retroalimentar e impulsar en el alumno la formación de un espíritu crítico, reflexivo y creativo en torno a las actividades individuales y colectivas que realice en el Taller.

Al respecto, vale la pena mencionar las consideraciones de Imedeo G. Nericí cuando señala que "el profesor debe tener el cuidado de orientar su enseñanza de manera que se articule con los intereses de sus alumnos, a fin de que la misma se desarrolle en una esfera de comprensión y significación para ellos, caminos que llevan directamente al aprendizaje. Debe ser preocupación constante del profesor saber si sus alumnos están comprendiendo y si están siendo atendidos sus intereses; de lo contrario el trabajo escolar será un trabajo forzado, obligatorio, no un trabajo deseado, que le dará como resultado, un auténtico aprendizaje"¹⁰.

En relación al aprendizaje por descubrimiento, éste se refiere a lo construcción de un conocimiento con base a la asociación de elementos extraídos de la realidad de los alumnos.

Así, la enseñanza está orientada "en el sentido de la realización de algo que proporcione un quehacer al alumno, además de tomar apuntes... nada mejor, para dar sentido de realidad y vitalidad, que realizar algo, en vez de recibir pasivamente algo". "

El programa del TAAC, sugiere la realización de actividades didácticas para las unidades conceptuales; entre ellas discusiones dirigidas, elaboración y diseño de diagramas y exposiciones grupales de conclusiones obtenidas en el análisis de ejemplos.

Para las unidades analíticas, las propuestas son la realización de investigaciones monográficas; elaboración de reseñas, resúmenes, cuadros sinópticos, ensayos escolares y exposiciones de los resultados del trabajo de equipo.

Finalmente, para las unidades de aplicación, relativas a la elaboración de expresiones, se proponen la exposición y asesoría del profesor en cuanto a técnicas de producción acordes con los objetivos de estas unidades, y realización de debates en torno a las expresiones que en estas producciones, hayan obtenido los alumnos.

2.7.- LINEAMIENTOS DE EVALUACION.

En el Colegio de Bachilleres, la evaluación del aprendizaje se concibe como "un proceso dinámico en estrecha relación con la enseñanza y el aprendizaje, a través de ella es posible dar cuenta de algunos de los procesos y logros en el aprovechamiento escolar de los alumnos en función de las modalidades educativas que se adopten".¹²

En la institución existe un modelo de evaluación del aprendizaje caracterizado por dos áreas; uno corresponde a los cursos ordinarios y otro que se aplica después de los cursos, es decir una evaluación extraordinaria.

La primera incorpora las modalidades diagnóstica, formativa y sumativa. La segunda la de recuperación y la de acreditación especial.

En este apartado solo se hace referencia a la evaluación ordinaria.

La evaluación diagnóstica es una exploración que realiza el profesor para conocer el manejo o dominio que tienen los alumnos respecto a los contenidos básicos para abordar el programa, permitiéndole diseñar una metodología de enseñanza acorde con las características del grupo, que permita aumentar las probabilidades de éxito del alumno.

En el TAAC además la evaluación diagnóstica tiene la función de enlace entre los conocimientos adquiridos en las materias precedentes del área.

La evaluación formativa es la exploración que realiza el profesor durante el desarrollo del curso, con la finalidad de obtener información de las estrategias empleadas respecto a la sistematización de su enseñanza para el dominio del aprendizaje de sus alumnos, en relación a los contenidos de su programa.

Esta evaluación permite corregir deficiencias o desviaciones a lo largo del curso.

Respecto a la evaluación sumativa, es aquella que se realiza al término de una etapa de aprendizaje -tema, unidad, curso, etc.-, permite identificar los resultados alcanzados y proporciona información acerca de la intención y objetivos generales del curso, asimismo hace referencia a la toma de decisiones respecto a la calificación y acreditación de los estudiantes, e indirectamente a la eficacia de la enseñanza del profesor.

La responsabilidad del diseño de los instrumentos y criterios de evaluación recae directamente en las academias, por medio de los profesores; por lo tanto esta actividad debe estar regida por: "La congruencia que debe guardar la evaluación con el enfoque del programa, con las estrategias didácticas a que se haya recurrido, en relación con la forma en que se adquirieron los aprendizajes; y desde luego, las particularidades de cada academia y de cada grupo"¹³

Acorde con la operación del Taller, las actividades realizadas y los productos obtenidos, la evaluación del curso se determina por la presentación de exámenes orales o escritos, trabajos de análisis y de producción, así como por actividades extraclase como lecturas, reseñas, fichas de trabajo, entre otras.

Respecto a las experiencias obtenidas en estos rubros, véase el último capítulo del presente trabajo.

REFERENCIAS

- 1.- Artículo 3º del Acuerdo N° 71 por el que se determinan objetivos y contenidos del ciclo Bachillerato. Secretaría de Educación Pública. Diario Oficial de la Federación. 24 de mayo de 1982.
- 2.- Consideraciones sobre la orientación, estructura y operación de las materias optativas. Colegio de Bachilleres. Dirección de Planeación Académica. Centro de Evaluación y Planeación Académica. Departamento de Análisis y Desarrollo Curricular. México D.F., noviembre de 1987, pág. 4.
- 3.- Pérez Morales, Alfonso, et. al.- Programa de la asignatura Taller de Análisis de la Comunicación II. Colegio de Bachilleres. Dirección de Planeación Académica. México D.F., febrero de 1988, pág.3
- 4.- Idem.
- 5.- Idem. pág. 5.
- 6.- Idem. pág. 6.
- 7.- Idem. pág. 8.
- 8.- Idem. pág. 10.
- 9.- Idem. pág. 14.

- 10.- Nerici Imedeo, G.- "Aspectos fundamentales para un método o técnica de enseñanza". Documento Nº 5 del curso Didáctica y Docencia. Colegio de Bachilleres, Dirección de Planeación Académica. Centro de Actualización y Formación de Profesores. Departamento Académico. México D.F., Octubre de 1990 pág. 46.
- 11.- Idem. pág. 47.
- 12.- Pérez Morales, et. al. Op. Cit.- pág 17.
- 13.- Idem.

CAPITULO 3.- HACIA UNA EVALUACION DE PROGRAMAS RADIOFONICOS INFORMATIVOS.

3.1.- DELIMITACION DEL CAMPO DE ESTUDIO.

En el Taller de Análisis de la Comunicación II, se propone el estudio del medio radiofónico en México a partir de su definición como medio de comunicación, sus características, origen económico y desarrollo, así como su ubicación en el proceso de producción, distribución y consumo de mensajes.

Partir de este panorama, tiene como finalidad el hecho de que el alumno investigue y conozca históricamente el origen, desarrollo y papel del medio radiofónico en nuestro país, asimismo que descubra e identifique las características del medio y algunos aspectos de la producción -al menos el de los formatos que posibilitan la práctica de la información radiofónica-, que en otra unidad del curso podrá aplicar en forma elemental y artesanal, al elaborar mensajes radiofónicos participativos en equipo, que obedezcan a sus inquietudes e intereses.

Para que lo anterior sea posible, se propone que en el TAAC, los alumnos se agrupen en equipos de tres o cuatro elementos para desarrollar la siguiente investigación.

-MARCO HISTORICO DE LA RADIO EN MEXICO-

I.- Antecedentes.

- 1.- Origen económico de la industria radiofónica nacional.
- 2.- La radiodifusión mexicana y sus formas de dependencia con el extranjero: música, publicidad y servicios noticiosos.

II.- La radio como medio de comunicación: hacia una definición.

- 1.- Características desde los puntos de vista auditivo, sociológico, psicológico y de producción.
- 2.- Tipos de emisoras.

III.- Formatos que posibilitan la práctica informativa de la radiodifusión.

- 1.- Definición y características.
- 2.- Importancia de la música, los sonidos y los efectos.

Hasta este punto quedaría conformada la parte teórica de la investigación en el Taller, trabajo que habrá de efectuarse con la asesoría, orientación y apoyo del coordinador del mismo, auxiliado por las referencias bibliográficas señaladas a continuación.

- 1.- Alva de la Selva, Alma Rosa.- Radio e Ideología.- México, Ediciones el Caballito, col. Fragua Mexicana No. 49, 1982.
- 2.- Fernández Christlieb, Fátima.- Los Medios de Difusión Masiva en México. México, Juan Pablos Editor, 1982.
- 3.- Kaplum, Mario.- Producción de Programas de Radio.- Ciespal, Quito Ecuador, 1978.
- 4.- Rebell Corella, Ma. Antonieta, et.al.- Perfiles del Cuadrante, experiencias de la radio. México, Editorial Trillas, 1989.
- 5.- Romo, Cristina.- Introducción al conocimiento y práctica de la radio. Guadalajara, México, ITESO, 1982.

El Marco Histórico de la radio en México, sirve de referencia y antecedente al estudio del proceso de producción, distribución y consumo de mensajes radiofónicos, objeto de estudio en la emisión de programas de carácter informativo.

La propuesta para la parte práctica de la investigación -elementos para el estudio de la producción, distribución y consumo de mensajes-, queda expuesta a partir del apartado 3.3 del presente trabajo.

Ahora hacemos especial énfasis en el estudio del proceso de producción, distribución y consumo de mensajes, enfocado básicamente hacia los programas radiofónicos de carácter informativo que se transmiten en la Ciudad de México.

Vale por lo anterior recordar que en el Valle de México, la gran mayoría de las emisoras radiofónicas operan bajo esquemas comerciales, y que muy pocas lo hacen con modelos culturales cuyos contenidos se orientan hacia la difusión permanente y sistemática de la cultura y la educación; y que generalmente los espacios de las emisoras comerciales se llenan con la transmisión de música y anuncios grabados, algunas otras incluyen en sus transmisiones noticieros cada hora, cuya duración no rebasa los diez minutos, y otras más incluyen en su programación, emisiones grabadas o en vivo, con muchas limitaciones y poca o nula participación del público receptor aunque, por otro lado, podrían considerarse los bloques de programas informativos que están surgiendo en la amplitud modulada.

Ante un panorama radiofónico con más o menos estas características, resulta difícil definir y aún más, hacer una clasificación y estudio de los programas radiofónicos transmitidos en el D.F. y la Zona Metropolitana, cuestión que no se pretende.

Sin embargo, de acuerdo con los objetivos y alcances del presente trabajo, deberán identificarse como programas radiofónicos informativos, aquellas emisiones que reúnan más o menos las siguientes características:

1.- Manejar en sus contenidos temas reconocidos como de interés social.

Este criterio implica la selección de programas cuyos temas y contenidos tengan que competir con otros por ser aceptados o rechazados por los perceptores -actores, los radioescuchas, que en este caso son los alumnos del Colegio de Bachilleres que cursan el Taller, así como por los coordinadores del mismo.

Implica asimismo ubicar la calidad de sus contenidos dentro de un abanico amplio de temas que promuevan y difundan valores educativos y culturales, nacionales y universales; temas de orientación científica y tecnológica, política y económica; de seguridad, salud y bienestar social, entre otros.

2.- Que sean de difusión frecuente y sistemática, esto es programas difundidos en días y horas previamente establecidos.

3.- Conducidos siempre bajo la dirección de un mismo emisor-actor, sean uno o varios conductores, una o varias organizaciones, núcleos o grupos radiofónicos.

4.- Que tengan una duración mínima de treinta minutos y que su periodicidad para transmitir sea menor a una semana, es decir que trasmita cuando menos dos veces por semana.

5.- Que permitan la participación del público perceptor, ya sea con invitación de especialistas sobre algún tema que se trate en el estudio, o de cualquier radioescucha o grupo de radioescuchas, o bien por la vía escrita o telefónica, abierta preferentemente.

"El teléfono también es un instrumento básico del trabajo radiofónico. Gracias a éste, los reporteros pueden transmitir noticias, reportajes o entrevistas, y el público puede intervenir directa o indirectamente en la programación en curso; tal es el caso del teléfono 'abierto' para las complacencias musicales y para discutir y aprobar lo que están diciendo los locutores"¹.

Habrá que considerar la importancia de la participación de los sujetos en situaciones y hechos determinados, que puede ser encaminada hacia la transformación de la vida cotidiana, sobre todo cuando no se limita la libertad de expresión.

6.- Dirigido a todo tipo de audiencias o a cierto público. Por el carácter predominantemente comercial de la radiodifusión mexicana, se hace necesario recurrir a la clasificación del auditorio, esto es:

- a) Público en general: niños, adolescentes, jóvenes y adultos.
- b) Público infantil: infantes de ambos sexos.
- c) Adolescentes y jóvenes de ambos sexos.
- d) Jóvenes y adultos de ambos sexos.
- e) Amas de casa: mujeres dedicadas básicamente al hogar y en menor grado a otras actividades.
- f) Sólo adultos de ambos sexos.

La definición de estas características, tienen como finalidad orientar la búsqueda de un tipo de emisión que responda a los objetivos del Taller, a los intereses de los alumnos y coordinadores por un lado, y por otro, para familiarizar e introducir al alumno al conocimiento práctico del medio radiofónico, en parte razón de ser del presente trabajo.

No es lo mismo el aprendizaje sólo por la transmisión del conocimiento, que el conocimiento adquirido además, por la experiencia, descubrimiento y práctica directas.

Estas características, por otro lado, habrán de conducir hacia la selección de programas -en emisoras culturales o comerciales de amplitud o frecuencia modulada- que serán estudiados de acuerdo a técnicas y procedimientos señalados más adelante.

3.2 EL PROCESO DE DIFUSION RADIOFONICA.

Todo proceso de comunicación está necesariamente inmerso en un contexto histórico social determinado, y obedece a la correlación de factores de diversa índole que permiten el funcionamiento y equilibrio de cualquier sociedad.

En el TAAC se reconocen e identifican como elementos que pertenecen al sistema social, todos los medios y subsistemas de difusión y comunicación, que como parte de su función y evolución interactúan entre otros, con el quehacer político, económico, social y cultural que se lleva a cabo dentro de una organización social; esto implica el reconocimiento de la interacción e influencia mutua entre el sistema social y el sistema comunicativo.

Asimismo se reconocen como elementos que pertenecen al sistema de comunicación, todos los medios de difusión colectiva: prensa, fotografía, cine, radio, televisión, video y todos aquellos que se deriven de éstos como producto de los avances tecnológicos; todos los subsistemas de comunicación humana, en tanto interviene el hombre como actor para su realización: comunicación interpersonal, grupal, intergrupal, colectiva, directa, indirecta, no verbal, privada, pública, etc.

En este sentido Dennis McQuail identifica en los medios masivos, siete características comunes que pueden identificarse en la radio:

- "A.- Las comunicaciones masivas requieren de organizaciones formales complejas.
- B.- Los medios masivos se dirigen al públicos amplios.
- C.- Las comunicaciones masivas son públicas, es decir sus contenidos están abiertos a todos y su distribución es relativamente inestructurada e informal.
- D.- El público de los medios masivos de comunicación es heterogéneo.
- E.- Los medios masivos pueden llegar simultáneamente a una gran cantidad de personas que están distantes de la fuente y que a la vez, se hayan lejos unas de otras.
- F.- En los medios masivos de comunicación, la relación entre el emisor y el público es impersonal.
- G.- El público de los medios masivos de la comunicación es una colectividad característica de la sociedad moderna, que presenta varios rasgos distintivos".²

Como vehículo de difusión colectiva y como elemento del sistema comunicativo, la radio se distingue de los demás por poseer características particulares que si bien se asemejan con las de otros medios, éstas son exclusivas, propias de la radio; señalamos por ejemplo su capacidad técnica de transmisión; es un medio inalámbrico que envía señales en forma dispersa; tiene el don de la ubicación y la intimidad lo que le permite ser escuchada mientras se realizan otras actividades; llega a lugares apartados con mucha facilidad; el costo de su producción es relativamente bajo y es un medio económicamente accesible.

Estos rasgos permiten ubicar el estudio del medio radiofónico a partir de la producción, distribución y consumo de sus mensajes, lo que se aborda más adelante.

Por ahora se señala que como parte del proceso de difusión radiofónica, en el de la transmisión intervienen como elementos las señales, los signos y significados agrupados en una red para cumplir un objetivo determinado: transmitir un mensaje con una intención, independientemente de los factores que puedan influir en su eficacia o ineficacia para cumplir su cometido.

El orden de la transmisión de la señal se identifica por su recorrido desde la radiodifusora, la antena, las ondas hertzianas, el aparato receptor y el radioescucha.

Como parte del proceso del signo y sus significados, radiofónicamente debe considerarse que "la fuente es el comunicador-guionista, locutor, actor, comentarista, etc., quien quiere enviar un mensaje con un determinado contenido. El contenido debe tener relación directa con el receptor, de lo contrario no se emite"

La codificación del mensaje implica la selección y utilización de un lenguaje, que habrá de tener una presentación y un estilo específicos que sean comunes al radioescucha, lo que aumenta las posibilidades de que se reciba el mensaje.

"De la fuente o comunicador, el mensaje pasa al transmisor, en donde se realiza una segunda decodificación, entra de lleno en la radiodifusión. El mensaje se transforma en una señal capaz de pasar a través del aire (canal) para que pueda llegar al receptor (...) pero con un contenido, es una señal signo, que significa y contiene el mensaje.

Ya no hablamos por el momento de un mensaje, sino de una señal que va a pasar a través del aire, la cual va a captar el receptor de radio, recibiendo primero, decodificando luego, para transformarla en el mensaje que el radioescucha va a percibir.

Se inicia nuevamente el proceso de comunicación y encontramos que en este nuevo sistema el problema principal reside en la decodificación que haga el público del mensaje originalmente enviado por el comunicador".⁴

La interpretación que el radioescucha haga sobre el mensaje recibido, dependerá de su formación, su capacidad crítica, sus habilidades para analizar, sus circunstancias e intereses, sean personales o colectivos, así como de los juicios y valores que lo determinan como actor en el proceso comunicativo; estas cualidades le permiten asimismo, desarrollar el sentido de selección y discriminación, aceptación o rechazo respecto a los contenidos de las emisiones radiofónicas.

La riqueza de los recursos expresivos de la radio la constituye el hecho de que es un medio auditivo que emite música, sonido y efectos que bien pueden ser grabados o en vivo. En este plano la atención que centra el radioescucha en la recepción de mensajes es mínima, ya que el mensaje lo recibe a través de un sólo sentido y queda liberado de los demás, y por eso, por el mínimo esfuerzo, se corre el riesgo de que la recepción del mensaje se dé con algunas deficiencias, por lo que el auditorio debe estar atento en el momento que ocurra una transmisión, de lo contrario el mensaje no se recibe con toda su fuerza e intención.

Sin embargo esto no significa soslayar las cualidades auditivas e instantáneas del medio radiofónico que le permitan llegar a un gran número de radioescuchas, sin exigirles mucho esfuerzo, tampoco significa olvidar su enorme e histórico poder de sugestión. "Así es: lanzamos el mensaje al aire y el radioescucha echa a volar su imaginación. Gracias a esta virtud, la radio ofrece una gran libertad en el espacio y en el tiempo y traslada al escucha a otro lugar, a otro tiempo, con más facilidad que ningún otro medio; bastan un tema musical, efectos de sonido, o unos detalles en el texto y el radio escucha esta instalado en un escenario distinto".³

Estas características de la radio le permiten el acceso a todo ser humano, independientemente de sus condiciones materiales e intelectuales de vida; es por ello que a pesar de los riesgos, la radio tiene la ventaja de poder ser un verdadero vehículo de comunicación, como se demostró durante el desarrollo de los hechos seguidos a los sismos ocurridos en la Ciudad de México, en 1985.

3.3.- ELEMENTOS PARA EL ESTUDIO DE LA PRODUCCION DE PROGRAMAS RADIO FONICOS INFORMATIVOS

La identificación y ubicación de las emisoras que producen y/o transmiten programas radiofónicos informativos, es uno de los primeros pasos que orientan hacia el estudio del proceso de producción, distribución y consumo de mensajes, y que acercan al alumno del TAAC al conocimiento del trabajo práctico radial sustentado por los aspectos teóricos investigados en la propuesta que, respecto al marco histórico de la radio en México, se hizo al inicio de este capítulo.

Asimismo, implica la construcción del conocimiento inmediato real respecto al ejercicio de la información radiofónica integrado por un género de programación específico, delimitado y caracterizado como objeto de estudio para el Taller de Análisis de la Comunicación II del Colegio de Bachilleres.

Lejos de abordar el aspecto meramente técnico de la realización radiofónica, este apartado proporciona elementos básicos que permitan al alumno del Taller, identificar las estructuras externa e interna de las emisoras como productoras de programas de carácter informativo, emisoras cuyos esquemas de operación se determinan por un modelo de explotación definido de acuerdo con los objetivos de sus concesionarios o permisionarios, reflejados por la orientación de sus programas.

De todo el proceso de producción y creatividad radiofónica, cabe señalar que lo que interesa destacar en este trabajo es el contenido de las emisiones, los temas, las ideas y valoraciones que se hacen de los mismos en cada transmisión, así como el papel que juegan los actores sociales a quienes van dirigidas dichas producciones, previamente planeadas, según las características generales de los públicos a los que se desea llegar.

3.3.1.- IDENTIFICACION DE LOS ELEMENTOS DE LA ESTRUCTURA EXTERNA DE LA EMISORA.

La siguiente es una propuesta que recoge, a nuestro juicio, los elementos básicos que permiten un acercamiento al conocimiento de la producción radiofónica objeto de estudio en el TAAC II; sus elementos constituyen una guía a usarse como instrumento que contribuya a la conformación de un panorama integrador para el estudio del proceso de la comunicación radiofónica en función de la intención del Taller.

1.- En el espacio destinado al nombre de la emisora, se coloca el nombre con el que se conoce a la estación.

2.- Si la emisora ha acuñado algún lema que ostenta, anotarlo en el espacio correspondiente.

3.- Especificar las siglas con las que la emisora opera.

4.- La frecuencia se refiere a los kilohertz o megahertz que le fueron asignados cuando inició sus operaciones, su identificación es útil para ubicarla en la banda del aparato receptor.

5.- La banda puede ser de amplitud o frecuencia modulada.

6.- Anotar la potencia en número de watts-energía con la que transmite.

7.- Siguiendo el orden del modelo, investigar y anotar el horario de transmisión con el que funciona la emisora.

8.- El tipo de emisora se refiere a la modalidad de la estación: privada, estatal, comercial, cultural, universitaria; aunque se reconoce la existencia de otros tipos de emisoras en el país, por razones geográficas no se consideran, si tomamos en cuenta que su operación es en provincia: regionales, fronterizas, etc.

9.- El origen de la emisora que se estudia, permite ubicarla como independiente o perteneciente a algún grupo o monopolio informativo nacional o extranjero, lo que es útil para comprender sus sistemas de distribución.

10.- El domicilio y número telefónico de la emisora, sirven como referencia que posibilitaría la visita del grupo a las instalaciones, sencillamente como trabajo de campo o bien para investigar algún otro dato sobre la estación.

3.3.2.- IDENTIFICACION DE LA PROGRAMACION DE LA EMISORA.

Como parte de la estructura interna y de la organización de la emisora, se encuentra el departamento o área de programación, que busca crear un sello muy particular de la radiodifusora por medio del establecimiento de horarios de transmisión para todos y cada uno de los programas, sean en vivo o pregrabados; para contar con una descripción general de la programación, es necesario escuchar la estación durante un tiempo determinado, para lo cual se propone:

1.- Sintonizar la emisora seleccionada según su horario, escuchar su programación prorratando su horario de transmisión, de acuerdo a los días de la semana; por ejemplo si se transmite desde la 6 y hasta las 24 hora, sintonizar el lunes de 6 a 9 horas; martes de 9 a 12; miércoles de 12 a 15 horas; jueves de 15 a 18; viernes de 18 a 21 y sábado de 21 a 24 horas.

Esta actividad habrá de realizarse en equipos de trabajo, y bajo la coordinación del profesor.

2.- Grabar en cintas de 90 minutos estos bloques horarios de la programación, y escucharlos en una segunda ocasión en equipo; esto permite descubrir y clasificar los tipos de programas difundidos: musicales, informativos, de entretenimiento, noticiosos, de servicio o de comentarios.

3.- Descubrir la organización de la programación y clasificarla, según los bloques grabados de 18 o 24 horas de transmisión.

Esta información, permitirá que el equipo de trabajo identifique y seleccione un programa informativo específico, que se ajuste a las características señaladas en el apartado 3.1, ya que será ese programa con el que se trabajará en la segunda unidad del Taller, apoyándose en los instrumentos que para su estudio aquí se proponen.

**-PROPUESTA DE UN MODELO GRAFICO PARA IDENTIFICAR LA
PROGRAMACION DE LA EMISORA-**

Nombre:

Lema:

Siglas:

Programas informativos
de interés general, po-
lítico, económico y so-
cial; Noticieros.

Arte, Cultura e
Historia

De entretenimiento
y musicales
Otros

3.3.3.- IDENTIFICACION Y SELECCION DEL PROGRAMA.

Este apartado constituye uno de los pilares de la investigación; la ubicación y selección del programa a estudiar, proviene de la información obtenida en la identificación de la programación de la radiodifusora, y a lo largo del registro de 18 a 24 horas de transmisión radiofónica.

La selección del programa, su duración y toda la información obtenida por la aplicación de los siguientes elementos, podrá ser útil para esbozar otras características de la emisora, y para construir algunas conclusiones e interpretaciones sobre el resultado del trabajo de investigación realizado en el Taller.

El cuadro de la página siguiente, propone una forma de registrar la información que será de utilidad para identificar la estructura del programa radiofónico a estudiar.

**-PROPUESTA DE MODELO GRAFICO PARA EL ESTUDIO DE LA
ESTRUCTURA DE UN PROGRAMA RADIOFONICO INFORMATIVO-**

Emisora:

Lema:

Siglas:

1.- Nombre:

**2.- Fechas de transmisión
y de estudio:**

3.- Estructura del programa:

A.- Introducción o presentación.

B.- Secciones.

C.- Espacios para participación de invitados o del público.

D.- Salida.

4.- Formato radiofónico utilizado durante el programa.

5.- Horario de Transmisión:

6.- Periodicidad:

7.- En vivo o grabado:

En el modelo gráfico de la página anterior se empieza por anotar el nombre de la emisora, su lema y siglas, para dar paso al estudio de la estructura del programa, identificando las partes que lo componen.

- 1.- Anotar el nombre del programa a estudiar.
- 2.- Especificar la fecha en la que fue transmitido y la fecha en la que se efectúa su estudio: día, mes, año.
- 3.- En los datos que se refieren a la estructura del programa, sólo se anotarán si éste cuenta o no con una presentación o introducción.

En el espacio destinado a las secciones, deberá anotarse el nombre con las que posiblemente cuente el programa; asimismo identificar los espacios para participación de los invitados y del público, sean en el estudio o por medio de teléfono, anotar si está abierto o no.

Anotar igualmente, si en el programa se llega o no a una conclusión, respecto al tema o asunto tratado ese día, registrando la salida y despedida del programa.

4. -Identificar el formato radiofónico utilizado para la producción del programa. La selección del formato generalmente se determina por la forma en la que se sistematiza la información para su difusión.
- 5.- Señalar el horario de transmisión del programa.
- 6.- Señalar la frecuencia con la que se transmite el programa: diario, cada tercer día, etc.

7.- Como parte del proceso de producción radiofónica, existen programas en vivo y pregrabados, cada uno con sus ventajas y limitaciones, pero ambos acompañados por un guión que orienta los contenidos previamente determinados según el objetivo del programa, lo que pudiera definir el tratamiento de la información, su jerarquización y el género radiofónico adecuado.

La importancia de este hecho es significativa en términos de la espontaneidad y libertad expresiva del discurso radiofónico producido en vivo, puesto que implica mayor riqueza y fluidez en un tiempo y espacio presentes.

Participantes en el programa.

1.- Nombre del programa y horario de transmisión:

2.- Identificación de los participantes:

A.- Locutores o conductores:

B.- Entrevistados en el estudio:
- Especialistas en algún tema.
- Comentaristas.
- Funcionarios, etc.

C.- Guionistas:

D.- Controles técnicos:

E.- Otros colaboradores:

F.- Observaciones generales:

1.- Anotar el nombre completo del programa que se está estudiando, así como su horario de transmisión.

2.- Registrar en primer lugar el nombre de los locutores o conductores que dirigen el programa.

Anotar el nombre de o los invitados o entrevistados en el estudio, así como su actividad o cargo, en caso de que se haya previsto su participación en el programa.

Registrar el nombre del o los guionistas, en caso de que se les otorgue crédito, como en los programas pregrabados.

La misma indicación es para los controles técnicos y otros colaboradores como los musicalizadores o efectistas, por ejemplo.

3.4.-ELEMENTOS PARA EL ESTUDIO DE LA DISTRIBUCION DE LOS MENSAJES RADIOFONICOS

Proponemos el estudio del proceso de la producción radiofónica, a partir de la identificación de los elementos señalados en el apartado anterior; algunos de ellos se relacionan con la distribución y el consumo que de los mensajes se hace a través de la radio; Cabe recordar que el estudio de este amplio proceso apenas es una propuesta, que más bien obedece a la necesidad de sistematizar un método que enriquezca la labor de estudio del medio radiofónico en el Taller de Análisis de la Comunicación.

Entendemos como distribución al procedimiento utilizado para hacer llegar a una colectividad un producto o servicio en forma organizada y planeada. Asumimos que la distribución de mensajes en el caso de los

medios de difusión se da a partir de la capacidad técnica del medio para multiplicar y producir a gran escala sus productos comunicativos, a fin de distribuirlos, por medio de una basta red de difusión, destinada ya sea para cubrir espacios geográficos ilimitados, o a grupos de personas ubicadas en el radio de acción inmediato del emisor.

Asimismo creemos que la distribución de mensajes radiofónicos, se debe asociar al sentido de la calidad de su producción, y al de la organización de los posibles sistemas para la circulación y consumo de los mismos por un lado, y por otro a la dosificación o fragmentación de los contenidos de un solo programa para distribuirse en partes, cuando no se ven constantemente interrumpidos por los cortes para anuncios, lo que significa para el radioescucha perder la secuencia y atención a los contenidos.

En este aspecto cabe señalar que no se pretende hacer un estudio de los posibles enlaces de la emisora con otras de provincia, donde se repita o distribuya la misma programación, a pesar de que se tiene conocimiento que en algunos estados del país se repiten hasta los mismos anuncios, que para la ciudad de México son lógicos.

Las siguientes sugerencias permiten registrar un programa específico previamente seleccionado para su descripción y estudio.

3.4.1.- TECNICAS Y PROCEDIMIENTOS PARA REGISTRAR Y DESCRIBIR UN PROGRAMA.

El diccionario enciclopédico Grijalbo, define como técnica al consumo de medios utilizados en una ciencia, arte o actividad; forma de hacer algo; adjetivo relativo a la aplicación de la ciencia para conseguir resultados prácticos.

El término procedimiento, lo define como la acción de preceder, la forma canónica en que debe realizarse algo.

Por su parte Duhaltt Krauss, señala que la técnica "es un procedimiento que la investigación científica o la experiencia han comprobado que es eficaz para alcanzar determinado propósito.

Comprende el adecuado manejo de los medios idóneos (operaciones, métodos, instrumentos) que permitan lograr mejor el objetivo propuesto"⁶

Lejos de normar un número determinado de reglas para describir los contenidos de un programa radiofónico, esta propuesta intenta propiciar un acercamiento reflexivo entre el alumno del TAAC, como radioescucha y los contenidos informativos que le proponen las emisiones objeto de estudio del Taller, así la labor descriptiva le permitirá tener una actitud más crítica respecto a su contacto al medio radio.

A estas alturas de nuestra propuesta, los equipos de trabajo cuentan con audiocintas como instrumentos de trabajo, que les permitirá registrar el programa seleccionado. Ahora se trata de escuchar la grabación atentamente - particularmente el programa seleccionado para describir a continuación su contenido, esto es el tema tratado en la fecha de su emisión.

El registro de la descripción del programa y de su contenido, se lleva a cabo en la siguiente ficha.

-PROPUESTA DE MODELO GRAFICO PARA DESCRIBIR UN
PROGRAMA RADIOFONICO-

- 1.- Nombre, horario de transmisión y duración:

- 2.- Tema tratado:

- 3.- Descripción general de su contenido:

- 4.- Ubicación en la barra programática:

- 5.- Frecuencia y número de cortes para identificar el programa:

- 6.- Patrocinadores:

Al igual que las fichas anteriores, ésta deberá ser utilizada de acuerdo a las indicaciones que se dan en la página siguiente; se sugiere recordar al alumno la importancia de cada uno de los datos que se solicitan.

1.- Anotar el nombre del programa seleccionado para su estudio, horario y duración en minutos, incluyendo los cortes.

2.- Especificar el tema que aborda el programa, según el día que se eligió para ser grabado en las audiocintas.

3.- Describir en forma general y breve el contenido del programa.

4.- Tratar de identificar la ubicación de la emisión en la barra programática misma que debe entenderse como "los espacios largos de programación de más de una hora. (...) Los ritmos de la programación de la radio responden con su presencia constante a la continuidad de la vida cotidiana de su auditorio. Así hay programas para los que despiertan, para los que ya están despiertos, para los que van en el automóvil, para los que vuelven a casa, etc. (...) Las barras programáticas matutinas, vespertinas y nocturnas son diferentes entre sí.

Las distintas barras programáticas se combinan con los horarios en los que se llevan a cabo los trabajos y los momentos de descanso".⁷

Esta información permite contextualizar el programa seleccionado, en términos del diseño de la barra programática: qué programas se emiten antes y cuáles después del que se analiza.

5.- La información de los cortes para identificar la emisora y el programa, permite saber el cuidado de la radiodifusora para recordar a su público el programa y la estación que se está escuchando, en el momento en que se registra un corte durante la transmisión del mismo.

6.- Los patrocinadores se reconocen como las personas, agrupaciones o instituciones que financian los costos de producción de un programa, cuyo crédito debe ser mencionado mientras el programa sea transmitido.

Del contenido informativo que nos proporciona esta ficha, habrá que retomar el primer dato: duración del programa incluyendo los cortes para anuncios publicitarios y propagandísticos; la idea es cuantificar estos cortes por separado para observar el balance entre estos anuncios y la duración real del programa.

El registro de estos mensajes podrá efectuarse en las siguientes fichas para medir el equilibrio entre los anuncios publicitarios y los propagandísticos.

En ambas fichas se repiten los datos elementales de identificación del programa, con el fin de que siempre lo tengamos en mente durante el desarrollo de nuestro estudio. Enseguida se procede a distinguir los mensajes: los publicitarios son aquellos que incitan al oyente a la adquisición, mediante su compra, de servicios o bienes de consumo necesarios o no, lo persuaden para el consumo de mercancías; los propagandísticos se dirigen hacia la capacidad de reflexión y la conciencia crítica del radioescucha, en el sentido de propiciar una conducta que no implica necesariamente una inversión económica: vacuna a tus hijos, empadronate y vota, no contamines, por ejemplo.

El paso siguiente consiste en numerar progresivamente los mensajes, conforme se vayan emitiendo, y en cada caso anotar el nombre del emisor, empresa o institución que difunde el mensaje: Aurrera, Volkswagen, Bimbo; IMSS, Congreso del Trabajo, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, D.D.F, en fin.

A continuación se registra la frecuencia con la que se repite un mismo mensaje: cada cinco minutos, cada ocho, ... para que de inmediato se tome el tiempo de duración del mismo, en minutos y segundos, según el caso para anotar enseguida el tiempo total de los mensajes publicitarios y propagandísticos, mismo que se resta al de la aparente duración del programa; este dato nos revela cuál es la verdadera duración de la emisión que se estudia.

Finalmente, en ambas fichas se abre una columna de observaciones generales, donde el equipo podrá anotar aquellas que consideren importantes para enriquecer el trabajo.

3.5.- ELEMENTOS PARA EL ESTUDIO DEL CONSUMO DE MENSAJES RADIOFONICOS.

Con el consumo de mensajes radiofónicos, finaliza el proceso de producción, distribución y consumo, cuyos elementos para su estudio se proponen a continuación, no sin antes hacer algunas anotaciones.

El consumo debe entenderse a partir del momento en que se inicia la transmisión de un mensaje y del momento en el que el actor-perceptor lo recibe, lo escucha, lo percibe, lo asimila, lo acepta o lo rechaza, según la dinámica de interacción, marcos de referencia y esquemas ideológicos propios de cada tipo de actor, emisor o perceptor.

No hay que pasar por alto que la radio maneja, además de la producción de efectos básicamente dos códigos culturales como instrumentos de trabajo: La música y la palabra hablada.

Es precisamente en el discurso radiofónico -el lenguaje verbal-, donde se centra la capacidad de influencia que el medio ejerce sobre las audiencias, y en donde se pone en juego toda clase de recursos retóricos para convencer al perceptor a aceptar uno u otro punto de vista.

Así, "los discursos radiofónicos, como cualquier discurso, configuran las escenas que se propone representar: las de ficción, las de objetividad las de emociones, etc." ¹

Y es justamente en el ejercicio cotidiano del lenguaje verbal, lo que permite establecer distintos tipos de relaciones entre sujetos: relaciones de afectación e influencia mutuas. En este aspecto habrá que considerar que es el lenguaje verbal el que se usa en la radio y del que se ocupa, por tanto, nuestra propuesta.

Siguiendo en gran parte a Daniel Prieto Castillo -La fiesta del lenguaje- donde identifica cuatro tipos de recursos para el análisis de mensajes (de estructuras básicas, narrativo, estilístico e ideológico), hemos decidido adoptar dos de ellos para enriquecer nuestro trabajo.

Esos dos planos son el estilístico y el ideológico, mismos que para su comprensión se les ubica, como a todo tipo de discurso, a partir del uso del lenguaje al que recurren, esto es:

Uso referencial indicativo.- se trata, por medio de uno o más enunciados, de señalar algo.

Uso referencial valorativo.- incluye un matiz, una connotación, un énfasis por medio del cual el emisor busca atribuir algo al objeto de su discurso.

Uso referencial explicativo.- desde el punto de vista formal este uso se dirige a dar razón del porqué de algo; de este mismo se desprende el pseudoexplicativo, por demás vigente en los mensajes de difusión colectiva.

Uso apelativo.- discurso centrado en el perceptor. En el se evidencia una gradación que va desde un simple llamado de atención, hasta una orden, pasando por distintas formas de exhortación.

Uso expresivo.- discurso centrado en el emisor. O bien alguien habla directamente de sí mismo a través del tono de voz, de la selección de las palabras, del uso de diminutivos.

Uso poético.- centrado en el mensaje mismo. Se emplea aquí el término 'poético' en el sentido etimológico del trabajo y, en el caso del discurso de trabajo sobre los signos. Pasa a primer plano la selección y combinación de los términos.

Uso lúdico.- Centrado en el emisor y en el discurso. De un lado constituye un recurso de expresividad, de otro un juego con la selección, la combinación y la reiteración de los términos.

En el fluir del discurso ninguno de estos usos aparece en forma aislada. Sin embargo es posible reconocer tendencias en determinados tipos de mensajes".⁹

Es en la fase de consumo de mensajes, donde se reflejan las funciones que cumple el lenguaje radiofónico como medio de comunicación, por lo que "es preciso desmontar la estructura de los mensajes a fin de poner en evidencia los estereotipos, que en ellos aparecen, los recursos retóricos, los golpes bajos a la sensibilidad del perceptor. Pero no solo eso: porque no podemos uniformar todo mensaje como si a través de los medios circulara una única voz. Hay mensajes que realmente ofrecen alternativas a la interpretación, que buscan lograr en el perceptor una toma de conciencia sobre algún problema..."¹⁰

Por estas razones, es indispensable que en el TAAC los equipos de trabajo, con apoyo del coordinador inicien su estudio partiendo de una etapa de sensibilización y familiarización con el medio radiofónico en general, y con la emisora y el programa seleccionado en particular, de tal forma que en el Taller el trabajo se asuma con un compromiso y conocimiento de causa previos.

Asimismo es recomendable que el coordinador del curso insista en el estudio de la utilización del lenguaje que específicamente se hace en la radio, retomando los elementos que para la identificación de tales usos señala Prieto Castillo: Indicativo, explicativo, apelativo, expresivo, valorativo, poético y lúdico.

3.5.2.- LOS PLANOS ESTILÍSTICO E IDEOLÓGICO DEL DISCURSO RADIOFÓNICO.

A. Estilístico.

La riqueza de este plano se centra en la identificación de un buen número de recursos expresivos; el ornato y selección de signos y frases van creando un mensaje atractivo tan capaz de convencer e influir en el público que logra cambiar su forma de ser, de actuar, de pensar. Nuestro autor señala que estos recursos están "destinados a enfatizar, a disimular, a reiterar o crear suspenso, a generalizar, a embellecer, a exagerar, a confrontar, a detallar... etc., ellos aparecen en diferentes tipos de discurso y tienen su explicación en el modo en que a diario nos relacionamos con los demás, ya que permanentemente estamos, mediante el lenguaje, enfatizando, disimulando, reiterando, creando suspensos, generalizando, embelleciendo..."¹¹

Daniel Prieto identifica como recursos expresivos la universalización, vía del ejemplo, redundancia, personalización, despersonalización, inclusión, la pregunta, amplificación, atenuación, división, amontonamiento de palabras, figuras, el sentido de la oportunidad, y la inferencia inmediata.

De toda esta gama de recursos, hemos decidido recuperar para nuestro trabajo sólo aquellos que intencionalmente contribuyan a alcanzar nuestro objetivo por un lado, y por otro en consideración al tiempo destinado en el Taller para estudiar estos mensajes, las características curriculares del perfil del alumno del curso, y aprovechando algunos contenidos de las materias antecedentes al TAAC, - TLR II y Literatura I y II- donde se abordan análisis de textos literarios y el estudio de algunas figuras retóricas respectivamente, contenidos que enlazan secuencialmente nuestra propuesta de trabajo.

RECURSOS EXPRESIVOS

1.- **Universalización.**- Es un recurso empleado para emitir juicios generalizados; busca reunir a numerosos individuos en un solo atributo o característica. En su máximo grado alcanza el estereotipo y se fundamenta en una necesidad de ordenar la realidad, clasificarla y tipificarla para funcionar más rápidamente en ella. Por ejemplo: "radio 590 la pantera de la juventud"; "los pobres están así porque no trabajan", etc.

2.- **Tópicos.**- Se definen como las frases hechas que circulan constantemente en un grupo social. Son tópicos o lugares comunes que "adquieren valor por el momento en que se les pronuncia y por su oportunidad dentro del contexto de diálogo. Es allí donde cobran su máxima capacidad expresiva y sirven de reconocimiento, de reafirmación, de sorpresa, burla incluso para los hablantes".¹²

Por ejemplo; "Defendamos nuestros derechos", "Pocos hijos para darles mucho", y tópicos como la verdad, el amor, la honestidad, el éxito, etc.

3.- **Redundancia o repetición.**- Lo que gira en torno a un solo tema o asunto; se identifica por la repetición de términos o por el uso de sinónimos: "en los medios la redundancia es una constante, el locutor repite y repite, ya sea el nombre de una emisora, ya la hora, ya el título de un disco, ya el presunto destinatario de su monólogo".¹³

4.- **La pregunta.**- Es una interrogante que trata de enfatizar algo a lo largo de un discurso o una conversación, y que no espera respuesta.

"Ocupa un lugar privilegiado en los medios. Mediante ella se abren diálogos, se plantean alternativas, se redundan en algo, se interroga a un supuesto destinatario... muchas veces es desatada una gran cantidad de preguntas, que no tienen respuesta alguna" ¹⁴

5.- Amplificación/atenuación.- Pensamos que estos dos recursos funcionan como complementos y como antecedente y consecuente uno del otro. El primero se utiliza para realzar lo que se dice, generalmente recurre al uso de adjetivos utilizados para describir con detalle hechos o personas; el segundo, por el contrario, se utiliza para suavizar o justificar algún hecho o comentario.

6.- Figuras.- Recurrimos aquí al estudio de uno de los recursos más antiguos y más usados en los medios de difusión colectiva: las figuras retóricas, identificadas plenamente por Aristóteles y que hoy en día aún son vigentes.

"Se entiende por figuras un rodeo de palabras destinado a enfatizar, a dar más colorido, más realce a lo que se quiere decir (...) en la actualidad se le sigue utilizando tanto en el lenguaje coloquial como en los medios de difusión colectiva". ¹⁵

Este recurso expresivo es muy basto y por ello, sólo proponemos la identificación de algunas figuras en nuestro objeto de estudio, la selección de las mismas obedece, como ya se señaló, a los contenidos antecedentes de otras asignaturas.

A.- Comparación.- Consiste en buscar la relación entre dos o más elementos que permitan marcar intencionalmente lo que se está comparando.

"Este recurso tiene la ventaja de una gran claridad, no deja duda a quien lo escucha, resulta fácil su interpretación y es por eso que ha adquirido un uso social tan difundido" ¹⁶

B.- Metáfora.- "parte originalmente de una comparación, pero sintetizada (...) constituye una de las formas más empleadas en el lenguaje hablado y esto se debe a que, en algunos casos, es imposible no utilizarla. Uno se ve necesitado de ella para expresar elementos que mediante el lenguaje directo no tiene mayor sentido.

La metáfora sirve para embellecer la expresión, para conformarla durante el ornato, o bien para enfatizar lo que se quiere decir"

C.- Sinécdoque.- es un recurso que se emplea para eludir a un todo, mediante una de sus partes. Esto proporciona una gran economía al lenguaje y a la vez permite enfatizar aquello que llama más la atención al emisor." 17

El ejemplo referido al patrimonio cultural: "manos mexicanas lo hicieron manos mexicanas deben protegerlo".

D.- Hipérbole.- este recurso se usa para resaltar exagerando, lo que se quiere decir respecto a algo: "la hipérbole se manifiesta permanentemente en las relaciones cotidianas, en los diálogos, en todo tipo de discurso destinado a ejercer atractivo, fascinación en el oyente". 18

"XEW, la voz de América Latina desde México", "El sistema informativo más completo", "el drama de la vida en las telenovelas".

E.- Antítesis.- consiste en la "confrontación de los personajes, situaciones, hechos, cualidades, objetos a los que se atribuyen características encontradas. La antítesis suele tener intenciones morales, pero también se la utiliza para exaltar o resaltar lo grotesco, lo ridículo.

En los medios se reflejan tradicionales antítesis, la confrontación varón mujer, riqueza-pobreza, fidelidad-tristeza, humildad-orgullo, por mencionar solo algunas.

F.- Gradación.- A través de la sucesión de verbos, de calificativos se llega a un climax, a un desenlace en la expresión (...) la gradación además crea suspenso, atrae la atención para llegar paso a paso a lo que se quiere.

Este recurso aparece en formas discursivas más amplias, como el relato, o la simple narración de hechos que acontecieron durante el día...

G.- Hipérbaton.- Consiste en la variación del orden común de las palabras, que adquiere un grado de sofisticación muy grande en el medio radio. En efecto, un monólogo incesante incluye muchas veces a interrupciones y secuencias de términos distintos a una organización lógica. Las oraciones comienzan o por un verbo, o por un sujeto, o por una advertencia o por una exclamación, se reiteran las palabras, se las vuelve a utilizar cuando no corresponda hacerlo en un orden lógico.

Cuando dialogamos no seguimos éste último: titubeamos, nos corregimos, nos equivocamos, volvemos atrás, decimos una palabra y la dejamos suelta.

7.- El sentido de la oportunidad.- Este recurso juega un papel fundamental en el uso lúdico del lenguaje: los griegos lo denominaron el kairos. Lo empleamos cuando cambiamos intencionalmente el sentido de una palabra cuando pronunciamos mal, cuando contestamos una burla, cuando lanzamos términos de doble sentido. Pero también el kairos ocupa un lugar privilegiado en el discurso político, en la recuperación de un refrán popular para ejemplificar lo dicho, en el uso de alegorías, en la narración de experiencias ejemplificadoras"

8.- La inferencia inmediata.- A partir de un indicio se desencadenan explicaciones, causas: a través de una semejanza se concluye una igualdad total (...), este tipo de razonamiento elemental asoma por todas partes, sea en las relaciones inmediatas o en la oferta de los medios de difusión colectiva. Se trata de un recurso muy cercano siempre al estereotipo, al intento de juzgar algo complejo de una manera simple; una reducción en definitiva.¹⁹

Las siguientes láminas reúnen los recursos aquí descritos, mismos que deberán identificarse en el discurso radiofónico; es recomendable que esta actividad se realice en el salón de clases, donde se sugiere que el coordinador del Taller explique ampliamente cada una de estas figuras en lo general, y en lo particular auxilie el trabajo de cada equipo para lograr el propósito planteado.

**-PROPUESTA DE UN MODELO GRAFICO PARA EL ESTUDIO DEL
CONSUMO DE MENSAJES RADIOFONICOS-**

Emisora:	Programa:	Fecha:	Hora:
<p>Plano Estilístico. Objetivo: Identificar en el discurso radiofónico, el uso de los siguientes recursos expresivos:</p>			
1.- Universalización	2.- Tópicos	3.-Redundancia	4.- La pregunta

5.- Amplificación Atenuación	7.- El sentido de la oportunidad	8.- La inferencia inmediata

Plano Estilístico.

Objetivo: Identificar en el discurso radiofónico, el uso de las siguientes figuras retóricas:

6.- A. Comparación	B.- Metáfora	C.- Sinécdoque	D.-Hipérbole

E.- Antitesis	F.- Gradación	G.-Hipérbaton	Observaciones

B.- Ideológico.

En este plano el análisis se orienta básicamente hacia la identificación de modelos interpretativos y valorativos que se proponen a lo largo del discurso radiofónico, sobre el tema o temas tratados en las emisiones grabadas.

La identificación de tales modelos se debe apoyar en la información que nos proporciona el estudio de los recursos expresivos, señalados en las láminas del plano estilístico del discurso.

El estudio del plano ideológico del discurso radiofónico, nos lleva a tener que trabajar con una idea mínima, elemental, del concepto ideología, sin caer necesariamente en las diversas corrientes históricas o enfoques que nos aporten qué debemos entender por ideología.

En este sentido, hacemos nuestras las aproximaciones que al respecto señala nuestro multicitado autor:

1.- "La ideología consiste en lo que fundamentalmente se está predicando de un sujeto;

2.- "Lo ideológico consiste en un modo de vida propuesto como válido.

3.- "Lo ideológico consiste en los modos de relaciones y soluciones sociales que el o los sujetos del mensaje siguen;

4.- Lo ideológico consiste en lo que, en cada uno de los puntos anteriores no se dice, se rechaza, etc. ²⁰

Con estas aproximaciones accesibles, pensamos que todo mensaje que se emite, persigue una intención y posee un punto de vista, un matiz, una versión y desde luego un carácter ideológico.

Así, "el análisis ideológico pone, pues, en juego la escala de valores. Es a partir de nuestra opción por una determinada escala, que aceptamos o rechazamos los predicados fundamentales de un mensaje, los modos de vida propuestos".²¹

Consideramos que el ejercicio práctico de la identificación de estos recursos, constituye no sólo una manera de que el alumno del Taller de Análisis de la Comunicación, se acerque críticamente al consumo de productos comunicativos, sino que sirve de recurso para defenderse del embate ideológico y la manipulación de que es objeto al permanecer en contacto estrecho con los contenidos de los medios de difusión.

En este sentido se trata de que además, se le impulse hacia la formación de un espíritu reflexivo acerca de la actitud que toma frente a los contenidos de los mensajes, sean simples o complejos, desde un anuncio publicitario, una canción, una telenovela, un filme, hasta las formas más sofisticadas y atractivas por las que se ejerce un autoritarismo sutil y gracioso que difícilmente se hace consciente en el destinatario.

El estudio del aspecto ideológico del discurso radiofónico es posible si consideramos y aplicamos además el recurso de las representaciones ideológicas y sus modelos -intencionales, cognitivos y para la acción-, entendidas como las interpretaciones y valoraciones que sobre la realidad y sus fenómenos se ofrecen al público en los productos comunicativos difundidos en los programas radiofónicos de carácter informativo.

Asimismo pensamos que a lo largo de la práctica de los recursos expuestos en este capítulo, y con base en las habilidades y esfuerzos conjuntos de alumnos y coordinador del TAAC, la interpretación de los resultados pueden ser enriquecidos, para dar al producto final una categoría superior al experimento.

3.6.- LAS PROPUESTAS DE LA EMISION Y LA INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS.

Las posibles propuestas del programa radiofónico estudiado, las conclusiones a las que se llega luego de haber tratado un tema, o las orientaciones propositivas para llegar a algo concreto ante hechos concretos y reales, deberán ser identificadas por el equipo de trabajo en el TAAC, asimismo deberán registrarse como resultado final al que se llega en una emisión radiofónica.

En la siguiente ficha deberán anotarse los elementos que se orientan hacia la o las propuestas que se encaminen a la solución de un problema determinado, elementos que son el resultado del por qué y para qué se discute, debate, orienta y se informa a un público afecto a una emisión radiofónica.

La ausencia o presencia de esas propuestas, nos permiten tener una idea sobre las limitaciones y alcances, compromiso o falta del mismo con el auditorio, respecto a los posibles temas o problemas que son difundidos en los espacios radiofónicos, o saber si esos espacios están destinados a ser usados como tribuna pública o simplemente para formar líderes de opinión, donde finalmente no hay eco de las voces del

radioescucha que toma el micrófono, voces que se dirigen en abstracto a un supuesto receptor anónimo que aparentemente tiene la capacidad de recibir y responder a ciertas demandas que, permisiblemente se plantean ante el poder de la radio.

En la lámina que se presenta a continuación corresponde a los equipos de trabajo, valorar, y balancear la viabilidad de las posibles soluciones propuestas en el programa, anotando las ventajas y desventajas que puedan acarrear tales planteamientos, así como las observaciones que desde su punto de vista, sean considerados a lo largo del programa estudiado.

**-PROPUESTA DE MODELO GRAFICO: LOS CONTENIDOS DEL PROGRAMA
Y LA INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS-**

Objetivos: Identificar los elementos propositivos que se orienten hacia la solución del problema expuesto en el programa radiofónico informativo _____, transmitido por la emisora _____, con fecha _____.

Descripción	Soluciones	Ventajas-Desventajas	Observaciones

Toda forma de interpretación, parte de las apreciaciones subjetivas que una persona o grupo de personas hacen sobre una realidad determinada. Toda apreciación por ser subjetiva está cargada de valoraciones que son producto de la formación social e intelectual que todo ser humano lleva consigo.

Así, de la capacidad y conciencia crítica, cultura, sensibilidad, y de los esquemas ideológicos que para interpretar un fenómeno natural o social posee en forma general toda persona, dependerá de la manera de ver y asumir la realidad, la vida misma.

En el caso del alumno del TAAC del Colegio de Bachilleres, habrá que considerar que debido a su proceso de formación física e intelectual, tal vez no se obtengan al máximo los resultados esperados, o tal vez de pronto nos sorprendan con los juicios de valor con los que opera su capacidad interpretativa ante los hechos y situaciones --- reales.

Lo cierto es que toca al coordinador del Taller, participar en la orientación y conducción que en ese proceso de formación del alumno, de alguna manera todos los docentes influimos.

Y es justamente también con el apoyo del docente de comunicación, como se construye la formación de esos modelos que permiten al alumno del Taller interpretar el resultado de todo un esfuerzo conjunto, para estudiar el complejo proceso de difusión de programas radiofónicos informativos, objeto de trabajo del TAAC, y razón de ser de la presente propuesta.

La interpretación de los resultados del estudio de esas emisiones, habrá de efectuarse con la integración de todos los recursos e instrumentos aquí señalados, que en una lectura global y detenida, nos revelará la calidad de contenidos y el compromiso, nuevamente, que el medio y el programa asumen ante el público radioescucha.

REFERENCIAS

- 1.- Vilar, Josefina y Villegas, Teodoro.- El sonido de la radio, ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica. México, UAM-Xochimilco, IMER-Plaza y Valdes, 1988, pág. 28.
- 2.- McQuail, Denis.- "Las características de la comunicación masiva", en: Goded, Jaime.- Los medios de comunicación colectiva. Antología de lecturas, México, 1976, UNAM, FCPyS, Serie Lecturas N° 1, pág. 126.
- 3.- Romo, Cristina.- Introducción al conocimiento y práctica de la radio, Guadalajara, México, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, ITESO 1982, pág. 5.
- 4.- Romo, Cristina, Op.Cit. pág. 7.
- 5.- Bravo Monroy, Juan José.- "Repercusiones de la información radiofónica: el sismo de septiembre". En Rebell Corela, Ma. Antonieta, et. al.- Perfiles del cuadrante, la experiencia de la radio, México, 1989, ed. Trillas. pág 141.
- 6.- Duhalt Krauss, Miguel F.- Técnicas de comunicación administrativa. (manual para jefes o supervisores), México, UNAM, FCPyS, Textos Universitarios, 1983, pág. 11.
- 7.- Vilar, Josefina. et. al.- Op. Cit. págs. 45-48.

- 8.- Idem. pág. 54.
- 9.- Prieto Castillo, Daniel.- La fiesta del lenguaje, UAM-Xochimilco, México, 1986, pág. 165.
- 10.- Prieto Castillo, Daniel.- Diseño y comunicación, UAM-Xochimilco, México, 1978 pág. 90.
- 11.- Prieto Castillo Daniel.- La fiesta del lenguaje.- Op. Cit. pág. 185.
- 12.- Prieto Castillo.- Idem. pág. 186.
- 13.- Idem.
- 14.- Idem.
- 15.- Idem. pág. 190
- 16.- Idem. pág. 191
- 17.- Idem. pág. 192
- 18.- Idem. pág. 193
- 19.- Idem. págs. 194 y 195
- 20.- Idem. pág. 196
- 21.- Idem.

CAPITULO 4.-EL TRABAJO RADIOFONICO EN EL TALLER DE ANALISIS DE LA COMUNICACION II

Como se planteó en el primer capítulo del presente trabajo, el TAAC II está conformado por tres unidades de estudio; la primera teórica, la segunda de análisis -objeto y propuesta del capítulo anterior a éste- y la tercera y última es práctica.

En la tercera unidad es donde recae la parte productiva de mensajes que en equipos de trabajo se realizan bajo la coordinación del responsable del taller. El diseño, contenido y producción de dichos mensajes se orienta de acuerdo a los intereses, inquietudes, necesidades, capacidad y sensibilidad del alumno para expresarse y hacerse escuchar, con la intención de ejercer en el ámbito del Colegio de Bachilleres, lo que se considera la práctica de la comunicación participativa, entendida como aquella donde el actor perceptor es capaz de convertirse en actor emisor, y en donde toma y abre un espacio que le permita decir y hacer lo que muchas veces sólo se dice o se hace fuera del salón de clases.

El enfrentamiento a un espacio para el ejercicio de la expresión, a veces provoca un choque y abre la posibilidad para plantearse una infinidad de interrogantes que tal vez no se resuelven, o que tal vez provocan temores e inseguridades respecto al qué hacer, cómo abordarlo, cómo llenarlo, que decir, cómo decirlo.

En este aspecto, el proceso de sensibilización para escuchar, discriminar, aceptar y producir mensajes es muy largo y no es cuestión de recetas ni de fórmulas.

Es un proceso que como cualquiera se lleva tiempo, implica mucho esfuerzo y sobre todo mucha creatividad.

La radio es un medio que desde nuestro punto de vista nos ayuda a educar y desarrollar los sentidos, la percepción, los estados de ánimo, y además es siempre como nuestra fiel compañía.

En esta etapa del Taller el coordinador se enfrenta a dos grandes tareas: la primera despertar el potencial de sensibilidad del alumno, para acercarlo e interesarlo al medio radiofónico en todo sentido; la segunda, canalizar el interés y capacidad creativa del grupo para que cuando menos conozca las posibilidades de expresión y producción que en algún sentido es posible ejercer por medio de lo que Mario Kaplum ha llamado el método de cassette-foro, aunque no en toda su dimensión ni con toda su intensidad.

Aún no es posible plantear respuestas ni proponer caminos para lograrlo; lo que sí es posible es sugerir, con base a la experiencia, algunos métodos cuando menos para jugar con los elementos que conforman los códigos culturales de la radio: música, sonidos y efectos.

Uno de los primeros ejercicios, es intentar un acercamiento a la identificación de la música y su importancia en la producción radiofónica.

Este acercamiento significa el conocimiento de oídos, acerca de la existencia de los diversos géneros musicales y sus aplicaciones en el discurso literario, narrativo, a través de la radio.

La musicalización de cuentos cortos y poemas o fragmentos de novelas, es una forma de propiciar el desarrollo del sentido musical y literario; lo mismo ocurre con las fábulas o leyendas, o bien en el

caso de las reseñas literarias, sean expositivas o críticas. En este caso la idea es establecer contacto entre la música y la literatura, cuya selección en ambos casos, debe ser orientada por el coordinador del taller.

Otro ejercicio lo constituye la posibilidad de construir una especie de historia cotidiana vivida y narrada por medio de efectos; esto se logra usando sólo el recurso de los efectos con una secuencia lógica y con sentido: un efecto nos lleva a otro y a otro más y al siguiente, hasta lograr construir imágenes auditivas cuya combinación permite crear una atmósfera recreada por quien escucha la historia. Los efectos pueden ser capturados del medio ambiente o bien ser producidos intencionalmente.

Un ejercicio más, es el de realizar pequeñas producciones como promocionales y cápsulas informativas y culturales, cuyos contenidos pueden variar según la capacidad creativa e interés del grupo.

La producción de estos tipos de informativos -promocionales y culturales-, requieren de un poco de tiempo, esfuerzo e investigación para tener posibilidades de definir contenidos, buscar y seleccionar música y voces, así como medir y delimitar el tiempo de duración para cada uno, que bien puede ser hasta de noventa segundos.

Esta experiencia significa también introducir al equipo de trabajo al conocimiento y manejo del guión radiofónico, para lo cual se sugiere la lectura del trabajo que a este ha este respecto ha escrito la Dra. Guillermina Baena Paz, "como escribir un guión radiofónico", editado por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

Creemos que estas recomendaciones constituyen una forma de introducir al alumno del Colegio de Bachilleres al trabajo radiofónico, y un apoyo para que el docente optimice su ejercicio en el manejo del medio, en el contexto del TAAC.

Evidentemente, estas son sólo algunas propuestas que pueden ser enriquecidas por la experiencia que el coordinador del taller posee, y que a su vez pueden mejorarse según la dinámica de trabajo que se establezca en cada equipo, en cada grupo, y de acuerdo a su disposición, actitudes, intereses, ideas y propuestas hacia el propio Taller.

4.1.- LA EXPERIENCIA OBTENIDA EN EL PLANTEL 3 "IZTACALCO" DEL COLEGIO DE BACHILLERES.

Como quedó señalado en el capítulo 2 de este trabajo, el TAAC se caracteriza por tener tres fases generales en las que se establecen sus contenidos: conceptual, analítica y aplicativa, que corresponden a cada una de las unidades del programa.

Sin restar importancia a las dos primeras unidades de este apartado se describen básicamente los resultados obtenidos en la última unidad.

En la primera parte del TAAC, el alumno se incorpora de inmediato a la participación en clase exponiendo en forma individual o equipo los antecedentes históricos de los medios de difusión, como parte del desarrollo de la tipología comunicación masiva: prensa, cine, radio y televisión.

A partir de este tema tiene ya un panorama general del desarrollo de los medios, y es el coordinador quien hace especial énfasis en el medio radiofónico, objeto de estudio en la siguiente unidad.

En la Unidad II realmente los logros no han sido muy alentadores salvo los del estudio del marco histórico de la radio en México; hasta el momento de elaborar la propuesta para el estudio del proceso de producción, distribución y consumo de mensajes -véase el capítulo 3 de este trabajo-, no se había contado con elementos claros que permitieran obtener resultados significativos.

El trabajo radiofónico que ha sido significativo en el renglón de la práctica en el Taller, es sin duda el que se ha realizado en la unidad tres de cada curso: Expresiones participativa, no obstante que el curso en algunos casos no se imparte como tal, y como consecuencia los productos que se supone se esperan brillan por su ausencia.

Como es de esperarse, la carencia de métodos y técnicas para abordar el estudio del proceso comunicativo radiofónico ha implicado manejarlo desde diversos enfoques cuyo resultado se reflejan en la Unidad II y que en gran parte no son los esperados; esta variedad de enfoques y estilos repercute en gran medida en la formación académica del alumno que llega de pronto en los grupos donde sólo de nombre se cursa el TAAC.

Sin embargo, esta situación no ha sido un obstáculo para que no se hayan obtenido productos interesantes en el contexto de los grupos donde se imparte en realidad el Taller. A continuación se describen algunos de los trabajos realizados en la Unidad III -elegidos al azar-, durante los recientes cursos y que de alguna manera cobran un significado importante no sólo por su naturaleza y contenido, sino también por la capacidad e interés de quienes han logrado comprender y experimentar que el ejercicio de la comunicación también se da en otros ámbitos y a partir de esquemas que, fundamentalmente responden a una fuerte necesidad de expresión: la de nuestros alumnos, a quienes debemos la vitalidad del trabajo docente.

Siguiendo en gran parte las recomendaciones metodológicas de la Dra. Baena Paz, para la elaboración de fichas documentales audiográficas, a continuación presentamos algunos de los programas elaborados en el Taller.

Cabe señalar que estos trabajos se realizaron pensando en los supuestos de una producción radiofónica y en la supuesta transmisión del programa, por una emisora imaginaria. Así, algunas producciones carecen de datos que pudieran identificar plenamente al programa realizado, mientras otras cuentan con la información necesaria para su registro.

Trataremos de presentar la información con los datos que a continuación se enlistan y en el orden aquí señalado, así como un breve comentario acerca del valor de cada trabajo.

- 1.- Nombre del programa radiofónico.
- 2.- Radiodifusora: AM o FM.
- 3.- Producción:
- 4.- Locución.
- 5.- Tipo de programa.
- 6.- Tiempo de duración.
- 7.- Semestre en el que se realizó el trabajo.
- 8.- Créditos.
- 9.- Observaciones y comentarios.

Vanguardia.

"El programa de hoy para la gente de hoy"
 RADIO FEM Y EL COLEGIO DE BACHILLERES.
 Produce: Grupo 603 turno vespertino.
 Locutor: Luz Elba Ayala Flores.
 Cesar A. Cruz Guzmán.
 Informativo de interés social.
 30 minutos
 Semestre 91-A 5 de julio de 1991
 Controles Técnicos: Vicente Corona Trejo
 Profesora Evelin Martínez.

El tema que aborda este programa es el "feminismo como instrumento de cambio social". En él se describen brevemente cuales han sido los esquemas bajo los que ha sido educada la mujer mexicana, el papel que la familia y la escuela juegan en su formación, así como los roles que le hacen desempeñar en los medios de difusión colectiva. Asimismo se describe que es el feminismo y cómo ha logrado reivindicar el papel social, político y cultural que la mujer debe desempeñar. El programa incluye una entrevista sobre el tema a la profesora Evelin Martínez, Jefe de la Academia de Filosofía del Plantel 3 del Colegio.

Realidades sociales

RADIO ESCUCHA EN ENLACE CON EL CB
 Produce: Grupo 603 turno vespertino
 Locutor: Verónica Martínez Vargas.
 Claudia López Pimentel.
 Informativo de interés social.
 30 minutos
 Semestre 91-A 10 de julio de 1991

El tema que trabajó este equipo es sobre el aborto; el programa aborda el tema partiendo de la educación sexual que todo sujeto recibe en la familia, a lo largo de la emisión se entrevista a dos médicos que omitieron sus nombres, quienes hablan de los tipos de abortos y cuyos

puntos de vista complementan la información que sobre el tema investigaron las alumnas; incluyen una entrevista a mujer que en forma voluntaria abortó y concluyen que el aborto es un problema social, cultural y de educación que debiera enfrentarse desde la dinámica familiar.

Voces de Bachilleres.

Transmite desde sus estudios ubicados en Congreso de la Unión 138, en la ciudad de México.
 Producción: Grupo 631 turno vespertino.
 Conductora Rosa Ma. Nolasco.
 Comentarista: Angélica Mancera González.
 Revista informativa, sobre los principales acontecimientos en el plantel 3 del C.B.
 35 minutos.
 Semestre 91-A.
 Reporteras: Rita Olalde Parra y Félix Hernández
 Controles Técnicos: Charo Aguilar.

Esta producción intenta ser una revista radiofónica informativa; sus contenidos básicamente son entrevistas hechas a maestros y alumnos; se destaca la que efectuaron el director del plantel acerca de los problemas que vive el Colegio: tabaquismo, alcoholismo, drogadicción, ecología, seguridad entre otros, asimismo las efectuadas a los profesores Ma. Teresa Adame, sobre la ecología en el plantel y Raul Trujillo sobre la orientación vocacional a los alumnos de la escuela.

El Taller de Análisis de la Comunicación del Colegio de Bachilleres, presenta.

"Diles que no me maten", un cuento del escritor Juan Rulfo, tomado de El llano en llamas.
 Producción: grupo 634 turno vespertino.
 Actuación y narración: Luis M. Vieyra y Roberto Rodríguez
 Cultural
 25 minutos.
 Semestre 91-A
 Controles Técnicos: Carlos Gómez García.

Este trabajo intenta una dramatización sobre el cuento citado, apoyado en una parte narrativa y otra actuada, destaca el aspecto musicalización.

Cultura y Educación.

El COLEGIO DE BACHILLERES Y RADIO ESTUDIANTIL.

Producción: Grupo 603 turno matutino.

Locución: Claudia Martínez Pérez.

Carmen Ramírez Pérez.

Cultural.

40 minutos

Semestre 91-A 5 de julio de 1991.

Controles Técnicos y musicalización:

Ma. Lourdes Pérez Ramírez.

Profr. Porfirio Velázquez.

Dentro del ciclo "fenómenos naturales" y con el tema de los eclipses este equipo presenta un reportaje radiofónico, en él se presenta un panorama general del significado de los eclipses en las culturas prehispánicas, y se explica a grandes rasgos en que consistiría el que sucedería en México, el 11 de julio de 1991.

El programa incluye una entrevista sobre el tema al Profesor Porfirio Velázquez, responsable de la Jefatura de la Materia de Biología del Plantel; cabe destacar la riqueza musical que el equipo seleccionó para la realización del programa.

Radioperiódico.

"El pequeño espacio para las grandes cosas"

Producción: Grupo 631 turno matutino.

Locución: Liliانا Chacon, Maribel Ramírez y Verónica Vega.

Informativo.

45 minutos.

Semestre 91-A.

Este trabajo se destaca por la variedad de sus secciones: medicina, en la que se entrevista a la Dra. María Palma sobre los anticonceptivos, y sobre sus usos a alumnos del propio plantel; moda y belleza; deporte; sección cultural, donde se narra la vida y obra del pintor Rufino Tamayo; sección literaria, en la que se reseña la novela "Pensativa", del escritor Jesús Goyturtúa Santos, así como un espacio de información general en la que destaca una nota sobre el "magnó evento: Exposaber", realizado en las instalaciones del plantel; para hablar de ella se entrevista al director del plantel.

Cabe señalar que cada sección se caracteriza por un tipo de música que permite diferencia a los distintos bloques informativos, y que el programa en general cuenta con cortes para anuncios: promocionales del Colegio de Bachilleres y anticomerciales.

Salud y vida.

Radio Colegio de Bachilleres Plantel 3.
Producción: Grupo 634, turno matutino.
Locución: Esther Zamora, Elizabeth Vera y Ana Navarro.
Informativo.
40 minutos
Semestre 91-a

Dentro de este programa de carácter informativo, se aborda un tema que ha causado muchas inquietudes entre los estudiantes: el sida.

El equipo que investigó ampliamente el tema, decidió finalmente diseñar una larga entrevista para realizarla en vivo, en los estudios de grabación; así que ésta se realizó con el apoyo de dos doctoras especialistas en el tema quienes respondieron además, a las preguntas e inquietudes del público planteadas por teléfono.

Asimismo el programa incluye el testimonio de una mujer infectada, quien se prestó para colaborar con el equipo de trabajo.

El programa contiene cortes para promocionar el uso de preservativos, los centros de atención e información sobre el sida y el Conasida; igualmente contiene mensajes promocionales sobre el Colegio de Bachilleres.

La vida de una mujer.

Radiópolis.
 Producción: Grupo 634, turno vespertino.
 Locución: Rocio Pérez Hernández, Sandra Serratos y Norma Angélica Vásquez.
 Cultural,
 Semestre 90-A.
 Musicalización: Rocio Pérez Hernández.
 Controles Técnicos: Sandra Serratos.

El programa está inspirado en la obra "Querido Diego, te abraza Quiela", de la escritora Elena Poniatowska, quien la recrea en cartas imaginarias que Angelina Beloff escribe desde París al Pintor Diego Rivera, a su regreso al México postrevolucionario, y después de compartir sus vidas en aquella ciudad.

Voces interiores.

Radio Bachilleres.
 Producción: Grupo 603, turno matutino.
 Locución: Sandra Pérez García y Ma. Luisa López Hdz.
 Informativo.
 30 minutos
 Semestre 91-A.
 Controles Técnicos: Rocío de Carmen Pérez García.

Este programa se ha inspirado en los contenidos temáticos de la materia Filosofía y en la influencia que en general, la asignatura ha ejercido sobre los estudiantes. Textualmente se señala que "Voces interiores, es un programa que te invita a descubrir tus propios y verdaderos valores.

Este programa lo dedicaremos a la búsqueda de la libertad interior.

Esta emisión está dirigida a todos aquellos seres, que anhelan su libertad interior para así lograr el pleno desarrollo de sus capacidades y potencialidades, que les permitan sentirse satisfechos en las diferentes etapas de su vida".

La delincuencia en la Ciudad de México.

Radio América. Emisora del Grupo XHCB.
Producción: Grupo 631, turno vespertino.
Locución: Israel Flores.
Tipo de programa: informativo.
30 minutos.
91-A.
Gonzalo Domínguez, corresponsal.
Controles Técnicos: Daniel López, Javier Mercado.

El programa inicia con una introducción al tema: "la inseguridad, debida a la delincuencia juvenil, en la que viven los alumnos del plantel 3 del CB".

La emisión parte de una dramatización de un asalto a un alumno, al salir de clases, fuera de las instalaciones del plantel; enseguida se hacen comentarios sobre los hechos, se proporcionan datos sobre otros similares y se recurre a una serie de entrevistas a alumnos que han vivido la experiencia de un asalto; finalmente se hace una entrevista al director en turno del plantel sobre el tema, quien abunda en información y expresa las medidas que la dirección del plantel ha tomado al respecto

A viva voz, un programa de crítica y opinión

Radio estudiantil de México, MFM 6.1
Producción: grupo 634, turno vespertino.
Locución: Ma. Antonieta Urbina y Elizabeth Monrroy.
Informativo.
30 minutos.
Semestre: 91-A.
Controles técnicos: Fernando Rodríguez.

A lo largo del programa escuchamos los argumentos que expone el equipo de trabajo, respecto a la falta de educación sexual en los jóvenes y a la influencia que como institución social, ha ejercido la iglesia sobre este sector; asimismo se exponen los puntos de vista que a juicio del equipo, deberían jugar la familia y la escuela en este aspecto formativo de los jóvenes bachilleres.

Escuchamos la opinión del sexólogo Juan Ruiz Montoya, así como las opiniones de alumnos del plantel y padres de familia. Se emiten comentarios de los locutores después de cada bloque de entrevistas, para finalmente pronunciarse por la necesidad de difundir amplia información que oriente abiertamente a los alumnos.

Podríamos continuar con una larga lista de las producciones realizadas, sin embargo consideramos que una muestra como ésta, refleja las líneas de participación que más interesan al alumno del Colegio, y que en un afán de investigación y expresión propio queda plasmado su trabajo en el campo de la literatura -Diles que no me maten; Querido Diego te abraza Quiela; la sexualidad - el sida, el aborto; educación sexual en los jóvenes-, los movimientos sociales y fenómenos naturales -feminismo; delincuencia; drogadicción; los eclipses-, y la cultura general -radio periódico y sus diferentes secciones; voces interiores-, campos de conocimiento que los coloca como actores activos y conscientes de su realidad inmediata, y con ello queda abierta la posibilidad

de que con su capacidad, asuman una actitud más crítica frente a su vida y en su contexto social, modificando con ello sus hábitos y formas de acercarse a los medios y fenómenos comunicativos.

Pensamos que estas experiencias por demás significativas, muestran que los medios y la comunicación participativa también son posibles, cuando el sujeto cuenta con las bases más elementales para no dejarse manipular por los embates de la comunicación dominante, experiencia que permite a nuestros alumnos tener una visión más amplia de las posibilidades de uso de los medios alternativos que, aún con limitaciones y carencias, es posible su funcionamiento a partir de las inquietudes, capacidad creadora y necesidades de expresión de cualquier sector de nuestra sociedad, tan compleja y llena de manifestaciones en todos los planos de la actividad del hombre.

Esta es pues, una parte de la experiencia del trabajo grupal efectuada en el Taller de Análisis de la Comunicación II, no lo es todo, falta mucho por hacer y las posibilidades están dadas cada vez que nos encontramos frente a frente con nuestros grupos, en constante retroalimentación y con la apertura y riqueza que nos ofrece siempre el trabajo colectivo.

CONCLUSIONES.

Entre las finalidades del Taller de la Comunicación, destacan las que se orientan hacia el desarrollo de las habilidades y capacidad de análisis del alumno, que le permitan evaluar y producir mensajes en los medios impresos y audiovisuales, así como la de ampliar su cultura básica a partir del estudio de la comunicación en la sociedad mexicana.

Para tales fines, y en el caso del Taller de Análisis de la Comunicación II, TAAC II, se ha desarrollado el presente trabajo que propone dos vertientes para abordar el estudio y análisis de mensajes del medio radiofónico.

La primera línea se da en términos del desarrollo histórico de la radio en nuestro país. Consiste en la realización de una investigación escolar a nivel grupal, acerca de los antecedentes, desarrollo y origen económico de la radiodifusión en México por una parte, y por otra el estudio de la radio como medio de comunicación, su definición, características desde los puntos de vista auditivo, sociológico, psicológico, y de producción, así como los formatos que posibilitan la práctica informativa de la radiodifusión y la importancia de la música, los sonidos y los efectos.

Se sugiere sobre esta última parte, el ejercicio práctico de musicalización de poemas y cuentos cortos, el diseño y producción de sonidos y efectos que en orden lógico y coherente, signifiquen una narración de cualquier acontecimiento con una estructura y cierto sentido.

La segunda línea se centra en el estudio del proceso de producción, distribución y consumo de mensajes, enfocado específicamente en los programas radiofónicos de carácter informativo, caracterizados por sus propios contenidos, ya que deben ser de interés general, y abordar temas en los ámbitos del quehacer social: cultura, educación, política, economía, orientación social, historia, ecología, etc.

Sabemos la complejidad que implica el análisis y estudio de los procesos de comunicación en nuestra sociedad, y por ello se propone en este trabajo, abordar por etapas el estudio del proceso de producción, distribución y consumo de mensajes. Así, se ha diseñado una serie de instrumentos que aplicados para cada aspecto, en la práctica y en su conjunto, revelan un panorama general que nos permiten conocer al emisor y sus modelos de interpretación de la realidad.

Para estudio de la producción de mensajes, se han preparado algunos instrumentos que nos permitan identificar la estructura externa de la emisora: nombre, lema, siglas, frecuencia, banda, potencia y horario de transmisión, tipo de emisora, grupo radiofónico al que pertenece, domicilio y número telefónico.

Asimismo se propone identificar la programación de la emisora, escuchándola y grabándola según su horario de transmisión, lo que permite a los equipos de trabajo organizarla y clasificarla para luego estar en condiciones de seleccionar un programa informativo específico, que se ajuste a la intención del TAAC.

Para esta misma etapa, sugerimos que como instrumento de trabajo que bien puede apoyar la ubicación de la programación radiofónica en la ciudad de México, se recurra a la consulta de Radio Tips de México, revista mensual editada y publicada por Tips radiofónicos, S.A. de C.V.

Esta publicación contiene entre otros, una clasificación de la programación de la gran mayoría de las emisoras de A.M y F.M, y ocupa por tal motivo, un buen espacio en sus páginas; la programación se clasifica en géneros musicales, noticieros, programas de interés político y social, de economía y finanzas, de interés general, de orientación social, deportivos, de arte, cultura, e historia, para desvelados, radionovelas, astrología, cómicos, concursos, espectáculos y femenina.

Pensamos que básicamente puede ser un apoyo para el coordinador del Taller, y a su juicio pudiera ser consultado por los equipos de trabajo.

De igual forma se ha diseñado un modelo gráfico que recoge las características del programa seleccionado para su estudio: nombre y fecha de transmisión; estructura: presentación, secciones, espacios abiertos para participación del público, formato radiofónico utilizado, horario de transmisión periodicidad, programa en vivo o pregrabado, e identificación de los responsables del programa: conductores, entrevistados, guionistas, controles técnicos, entre otros.

En cuanto al estudio de la distribución de mensajes radiofónicos, se han diseñado una serie de técnicas que permiten registrar y describir el programa seleccionado en el estudio de la etapa de producción; así se utilizan láminas que piden que el alumno registre el nombre, horario y duración del programa, el tema que tratan en la fecha seleccionada, la descripción general del contenido, su ubicación en la barra programática, la frecuencia y número de cortes para identificar el programa y los patrocinadores.

Asimismo se propone el registro e identificación de cortes para anuncios publicitarios y propagandísticos, su frecuencia, duración y el tiempo total de transmisión, lo que nos revela el tiempo real de duración de un programa.

Por otro lado se proponen algunos elementos para el estudio del consumo de mensajes; es aquí donde de lleno se pasa a estudiar el contenido de mensajes, en esencia difundidos por medio del lenguaje verbal.

Inspirado en gran parte por Daniel Prieto Castillo, y considerando los contenidos de la materias antecedentes del TAAC -Taller de Lectura y Redacción y Literatura-, decidimos adoptar dos recursos para el análisis de mensajes: el plano estilístico y el ideológico.

Así, el plano estilístico tiene como objetivo identificar en el discurso radiofónico, registrándolo en fichas, el uso de los recursos expresivos de universalización, tópicos, redundancia, la pregunta, amplificación, atenuación, el sentido de la oportunidad y la inferencia inmediata por un lado; y por otro identificar y registrar el uso de algunas figuras retóricas: comparación, metáfora, sinécdoque, hipérbole, antítesis, gradación e hipérbaton.

Por su parte, el plano ideológico se orienta hacia la identificación de modelos interpretativos y valorativos que se proponen a lo largo del discurso radiofónico, y que constituyen el matiz y la postura del emisor ante hechos y situaciones concretas.

Las propuestas del programa radiofónico estudiado, las orientaciones y posturas sobre el tema que la misma emisión abordó, deben ser registradas en una lámina que recoja la descripción del problema, las soluciones propuestas, así como las observaciones e interpreta

ciones que los equipos de trabajo hagan, y que habrán de ser integradas con todos los recursos e instrumentos expuestos en este trabajo, y según la capacidad crítica y valorativa de nuestros alumnos.

Finalmente, pensamos que el diseño de los recursos aquí presentados son útiles para ayudarnos a identificar las tendencias del emisor respecto a algo, un tema, un problema, una situación o cualquier acontecimiento; tales tendencias nos señalan la postura y el papel que el sujeto o la institución desempeñan ante hechos concretos y nos permiten ubicarlos en los diferentes procesos comunicativos que día a día estamos viviendo.

Igualmente pensamos que mientras más recursos posea cualquier sujeto para interpretar y estudiar los hechos comunicativos, menos probabilidades habrá para que sea objeto fácil de persuasión, de manipulación, que en este caso nos referimos concretamente a nuestros alumnos del Colegio, quienes se encuentran aún en un proceso de definición y formación intelectual, física y emocional, y por eso precisamente, pueden ser presa fácil de los no poco atractivos esquemas de interpretación que de la realidad se manejan y difunden por los medios de información.

Asimismo estamos convencidos de que, el hecho de que nuestros alumnos estén en condiciones de aprender a estudiar y a analizar mensajes, muy bien pueden utilizar lo aprendido para elaborar otros, cuestión que se demuestra en las terceras unidades del TAAC, y que se ha descrito en el último apartado de este trabajo. Y como lo bien aprendido nunca se olvida, suponemos que esa capacidad de interpretación y elaboración irá creciendo al lado mismo de nuestros alumnos, a quienes debemos la vitalidad del trabajo docente.

A N E X O S

- 1.- Programa de estudio correspondiente a la materia: Ciencias de la Comunicación I, V semestre, Colegio de Bachilleres. Dirección Académica, México, 1976.

- 2.- Programa de estudios correspondiente a la materia: Ciencias de la Comunicación II, Colegio de Bachilleres. Dirección Académica. México, 1976.

COLEGIO DE BACHILLERES

* CIENCIAS DE LA COMUNICACION 1 *

V SEMESTRE

1976

INTRODUCCION:

El programa de Ciencias de la Comunicación, pretende que el estudiante tenga una participación activa, por lo que el profesor deberá ser un moderador que coordine los trabajos y oriente las discusiones que lleven al alumno a la comprensión de la materia, como un instrumento que le de la capacidad de juzgar y de valorar continuamente las comunicaciones a las que está expuesto durante su vida y porqué no, la enseñanza que recibe, en la cual poca o nula participación tiene; es por ésto que el programa de ciencias de la comunicación no debe ser un programa rígido.

Si ésta materia lograra volver al alumno un poco más crítico de tal forma que al comunicarse con los demás tomará en cuenta las características de las personas a las que se dedica para darse a entender mejor, esta cumpliría su propósito.

MANEJO DEL PROGRAMA:

Este programa para su más fácil manejo, presenta una serie de columnas que se relacionan entre sí y se leen en forma horizontal. Los objetivos de aprendizaje correspondientes a cada tema y subtema se presentan en el orden en que deberá adquirirlo el alumno. A cada objetivo le corresponde un elemento de aprendizaje que está constituido por ejercicios que servirán de punto de referencia para que el profesor elabore los propios y propicie la ejecución de la conducta señalada en los mismos o bien, el alumno sugiera los suyos; también, cada objetivo señala la actividad que desarrollará el alumno y que en la mayoría de las cosas será de investigación bibliográfica y de análisis de la comunicación en situaciones individuales de grupo y de masas que tiene lugar en la vida cotidiana; en tanto que las actividades que desarrollará el profesor son las de moderador de discusiones de grupo y coordinador de trabajos de investigación y de análisis. Por último, se sugieren las formas a través de las cuales se evaluará cada actividad realizada por el alumno, así como también la bibliografía que podrán consultar alumno y profesor.

COLEGIO DE BACHILLERES

* CIENCIAS DE LA COMUNICACION I *

V SEMESTRE

1976

Elaborado por los Profesores: Joaquín Lavarte.
Sergio Gortari.
Emiliano Orozco.

Asesorado por: Centro de Planeación y Evaluación.
Psic. Sandra Rocha.

INTRODUCCION:

El programa de Ciencias de la Comunicación, pretende que el estudiante tenga una participación activa, por lo que el profesor deberá ser un moderador que coordine los trabajos y oriente las discusiones que lleven al alumno a la comprensión de la materia, como un instrumento que le de la capacidad de juzgar y de valorar continuamente las comunicaciones a las que está expuesto durante su vida y porqué no, la enseñanza que recibe, en la cual poca o nula participación tiene; es por ésto que el programa de ciencias de la comunicación no debe ser un -- programa rígido.

Si ésta materia lograra volver al alumno un poco más crítico de tal forma que al comunicarse con los demás tomará en cuenta las características de las personas a las que se de dica para darse a entender mejor, esta cumpliría su propósito.

MANEJO DEL PROGRAMA:

Este programa para su más fácil manejo, presenta una serie de columnas que se relacionan entre sí y se leen en forma horizontal. Los objetivos de aprendizaje correspondientes a cada tema y subtema se presentan en el orden en que deberá adquirirlo el alumno. A cada objetivo le corresponde un elemento de aprendizaje que está constituido por ejercicios que servirán de punto de referencia para que el profesor elabore los propios y propicie la ejecución de la conducta señalada en los mismos o bien, el alumno sugiera los suyos; también, cada objetivo señala la actividad que desarrollará el alumno y que en la mayoría de las cosas será de -- investigación bibliográfica y de análisis de la comunicación en situaciones individuales de -- grupo y de masas que tiene lugar en la vida cotidiana; en tanto que las actividades que desarrollará el profesor son las de moderador de discusiones de grupo y coordinador de trabajos de investigación y de análisis. Por último, se sugieren las formas a través de las cuales se evaluará cada actividad realizada por el alumno, así como también la bibliografía que podrían consultar alumno y profesor.

CONTENIDO:

UNIDAD 1. PROCESO DE LA COMUNICACION.

1. Definición de Comunicación.
 - 1.1. Importancia de la comunicación en la vida humana.
 - 1.2. Formas de comunicación del hombre.
 - 1.3. Ciencias relacionadas con la comunicación:
Psicología, Lingüística, Semántica, Sociología,
Antropología y Filosofía.
2. Elementos que intervienen en la comunicación.
 - 2.1. Emisor. Características
 - 2.2. Mensaje. Definición
 - 2.3. Canal. Definición
 - 2.4. Receptor. Habilidades del receptor. Relación entre emisor y receptor.
3. Marcos de referencia.
 - 3.1. Nivel socio-cultural
 - 3.2. Condiciones ambientales.
 - 3.3. Lenguaje utilizado.
4. Retroalimentación
 - 4.1. Definición y propósito.
 - 4.2. El receptor se convierte en emisor de una nueva comunicación.
5. Propósitos de la comunicación.
 - 5.1. Tipos de propósito: Perasucción, Consumatorio e Instrumental, Publicitario, Publicrelacionista y propagandístico.

- 5.2 Tipos de comunicación según Maletzke. Directa e indirecta, unilateral y bilateral ó recíproca, - pública o privada.
6. Barreras de la Comunicación
- 6.1 Conceptos no definidos
 - 6.2 Ruido o distorsión de la información
7. Diferencia entre información y Comunicación.
- 7.1 Retroalimentación, elemento distintivo entre comunicación e información.
8. Técnicas para eliminar el Ruido
- 8.1 Redundancia.
 - 8.2 Aclaración de conceptos
 - 8.3 Evitación de prejuicios.
- UNIDAD II. MODELOS DE LA COMUNICACION.
- 1. La Retórica de Aristóteles.
 - 2. Diagrama de Lasswell.
 - 3. Diagrama de Lasswell con modificaciones de Nixon.
 - 4. Diagrama de un sistema general de Comunicación Eléctrica de Shannon y Weaver.
 - 5. Schramm
 - 5.1 Schramm. Adaptación del Modelo de Shannon y Weaver al sistema de Comunicación Humana.

5.2 Schramm. Modelo de los Campos Comunes de experiencia.

6. Berlo

UNIDAD III. TEORIAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL.

1. Teoría de las Categorías Sociales
2. Teoría de las Relaciones Sociales
3. Teoría de las Normas Culturales
4. Teoría de las Diferencias Individuales
5. Teoría de la Disonancia Cognoscitiva.

OBJETIVOS GENERALES:

El Alumno:

- Analizará el proceso de comunicación en situaciones individuales de grupo y de masas.

- Evaluará la importancia de la comunicación en situaciones individuales, de grupo y de masas.

UNIDAD I. PROCESO DE LA COMUNICACION.

OBJETIVO DE UNIDAD: El Alumno:

- 1.- Analizará las comunicaciones a las que estuvo expuesto durante un día, describiendo si se cumplió o no el propósito de las mismas y por qué.

TIEMPO POR UNIDAD
EN HORAS

26

T E M A	S U B T E M A	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DEL ALUMNO	ACTIVIDADES DEL PROFESOR
1. Definición de comunicación.	<p>1.1. Importancia de la comunicación en la vida humana</p> <p>1.2. Formas de comunicación del hombre</p> <p>1.3. Ciencias relacionadas con la comunicación: Psicología, Lingüística, Semántica, Sociología, antropología y Filosofía.</p>	1.1, 1.2 y 1.3. Elaborará su propia definición de comunicación, a partir una discusión sobre ejemplos de la misma.	<p>1.1 - <u>Concluir</u> a través de un ejercicio de "concentración", la poca atención prestada a los mensajes, la presión que ejerce el grupo, la presión del tiempo y la necesidad de la redundancia en la comunicación.</p> <p>1.1, 1.2 y 1.3. <u>Investigar</u> en equipo, en varios autores, el concepto de comunicación, las formas de comunicación del hombre y las ciencias relacionadas con la comunicación.</p> <p>1.1, 1.2 y 1.3. <u>Exponer</u> en equipo la investigación realizada.</p> <p>1.1, 1.2 y 1.3. <u>Concluir</u> en equipo su propia definición de comunicación</p>	<p>1.1- Proporcionar la "Prueba de concentración"</p> <ul style="list-style-type: none"> - Moderar la discusión - Orientar conclusiones. <p>1.1, 1.2 y 1.3 - Proporcionar las referencias bibliográficas y orientar la investigación.</p> <p>1.1, 1.2 y 1.3. Organizar y moderar la discusión.</p> <p>1.1, 1.2. y 1.3. Supervisar las conclusiones.</p>

FORMAS DE EVALUACION	BIBLIOGRAFIA
1.1. Exposición de conclusiones	<p>1.1, 1.2 y 1.3: DAVID K. BERLO <u>EL PROCESO DE LA COMUNICACION</u> - INTRODUCCION A LA TEORIA Y A LA PRACTICA BIBLIOTECA NUEVAS ORIENTACIONES DE LA EDUCACION. EDITORIAL " EL ATENE" BUENOS AIRES. <u>TEORIA DE LA IMAGEN BIBLIOTECA</u> SALVAT NO. 29. <u>DICCIONARIOS Y ENCICLOPEDIAS.</u> <u>EL LENGUAJE EDUARD SAPIR. FCE.</u> <u>COMUNICACION SOCIAL Y DESARROLLO. MENENDEZ UNAM - FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES - SERIE ESTUDIOS 24.</u> <u>COMUNICACION Y OPINION PUBLICA</u> EULALIO FERRER. <u>LA CIENCIA DE LA COMUNICACION</u> SCHRAMM, WILBER HUMANA ED. ROBLE. MEXICO D. F. 1966.</p>
1.1, 1.2 y 1.3. Trabajo de síntesis que contenga los siguientes aspectos: Concepto de Comunicación y ciencias relacionadas con la comunicación.	
1.1, 1.2 y 1.3. Exposición de la investigación realizada.	
1.1, 1.2 y 1.3. Exposición de conclusiones.	

T E M A	S U B T E M A	O B J E T I V O S D E A P R E N D I Z A J E	A C T I V I D A D E S D E L A L U M N O	A C T I V I D A D E S D E L P R O F E S O R
2. Elementos que intervienen en la comunicación.	2.1. Emisor. Características. 2.2. Mensaje. Definición. 2.3. Canal. Definición. 2.4. Receptor. Habilidades del Receptor.	2.1, 2.2, 2.3 y 2.4. A partir de ejemplos de Comunicación, identificar los elementos que integran el proceso de comunicación.	<p>2.1, 2.2, 2.3 y 2.4:</p> <p>- Investigar en equipo en varios autores, los elementos proceso de comunicación</p> <p>2.1, 2.2, 2.3 y 2.4:</p> <p>- Describir con base en la observación de situaciones individuales, de grupo y de masas cada uno de los elementos del proceso de la comunicación.</p> <p>2.1, 2.2, 2.3 y 2.4:</p> <p>- Analizar y concluir en equipo sobre los casos investigados.</p>	<p>2.1, 2.2, 2.3 y 2.4:</p> <p>- Proporcionar las referencias bibliográficas y orientar la investigación.</p> <p>2.1, 2.2, 2.3 y 2.4:</p> <p>- Organizar y moderar la discusión, supervisar las conclusiones.</p>

FORMAS DE EVALUACIÓN	BIBLIOGRAFIA
<p>2.1, 2.2, 2.3 y 2.4: - Trabajo de síntesis que con tenga los siguientes aspectos: Características del emisor, de finición de mensaje y canal y habilidades del receptor.</p>	<p><u>Comunicación, Ciclo de Comunicación y materiales audiovisuales</u> ARMO.</p> <p>Comunicaciones Social y desarrollo Antonio Menendez - UNAM - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales-- Serie 24.</p>
<p>2.1, 2.2, 2.3 y 2.4: - Trabajo de análisis de casos sobre los elementos del proceso de comunicación: Emisor, mensaje, canal y receptor.</p>	<p>La ciencia de la comunicación humana. Wilber, Schramm, Ed. Roble --- México, D.F. 1976.</p>
<p>2.1, 2.2, 2.3 y 2.4: - Exposición de conclusiones.</p>	

FORMAS DE EVALUACION	BIBLIOGRAFIA
<p>3.1, 3.2 y 3.3. Trabajo de análisis de anuncios de televisión en donde se describa el nivel socio-económico al que van dirigidos, las formas en que influyen las condiciones ambientales y el lenguaje utilizado.</p> <p>3.1, 3.2 y 3.3., Exposición de conclusiones y trabajo escrito sobre los casos analizados.</p>	<p>- <u>Comunicación</u> <u>Ciclo de Comunicación y</u> <u>materiales audiovisuales</u> ARMO.</p>

T E M A	S U B T E M A	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DEL ALUMNO	ACTIVIDADES DEL PROFESOR
4. Retroalimentación.	<p>4.1. Definición y propósito.</p> <p>4.2. El receptor se convierte en emisor de nueva comunicación.</p>	<p>4.1 y 4.2. Elaborará su propia definición de retroalimentación, tomando en cuenta su función principal.</p>	<p>4.1 y 4.2. Investigar en equipo en varios autores: la definición de retroalimentación, su propósito y cómo el receptor se convierte en emisor de una nueva comunicación.</p> <p>4.1 y 4.2. Describir ejemplos de comunicación, indicando cómo ocurre el proceso de retroalimentación y cómo el receptor se convierte en emisor de una nueva comunicación.</p> <p>4.1 y 4.2. Analizar y concluir en equipo, sobre los ejemplos descritos.</p>	<p>4.1 y 4.2. Proporcionar las referencias bibliográficas y orientar la investigación.</p> <p>4.1 y 4.2. Organizar y moderar la discusión, supervisar las conclusiones.</p>

FORMAS DE EVALUACION	BIBLIOGRAFIA
<p>4.1 y 4.2. Trabajo de síntesis que contenta la defipición de -retroalimentación, su propósito y cómo el receptor se cpnvierte en emisor de una nueva <u>conversa</u>ción.</p> <p>4.1 y 4.2. Trabajo de análisis de casos de comunicación en don de se describa como ocurre el -proceso de retroalimentación, <u>a</u> sí como el receptor se convierte en emisor de una nueva <u>conversa</u>ción.</p> <p>4.1 y 4.2. Exposición de <u>Conclu</u>siones.</p>	

T E M A	S U B T E M A	O B J E T I V O S D E A P R E N D I Z A J E	A C T I V I D A D E S D E L A L U M N O	A C T I V I D A D E S D E L P R O F .
5. Propósitos de la comunicación.	5.1 Tipos de propósitos: persuasión, consumidor e instrumental, publicitario, publicirrelacionista y propagandístico.	5.1 A partir de ejemplos de comunicación, determinará cuál es el propósito de cada uno.	<p>5.1 Investigar en equipo los tipos de propósitos en varios autores: persuasivo, consumidor, instrumental, publicirrelacionista, propagandístico, publicista.</p> <p>5.1 Exponer en equipo, la investigación realizada.</p> <p>5.1 Analizar en equipo, ejemplos de comunicación en los que señale cuáles es el tipo de propósito que persigue y porqué: persuasivo, consumidor e instrumental, publicitario, publicirrelacionista y propagandístico.</p>	<p>5.1 Proporcionar la bibliografía y orientar la investigación.</p> <p>5.1 Conducir la discusión, aclarar conceptos y orientar las conclusiones.</p> <p>5.1 Conducir la discusión, y orientar las conclusiones.</p>

FORMAS DE EVALUACION	BIBLIOGRAFIA	
5.1 Trabajo de investigación sobre los propósitos de la comunicación.	<p><u>El proceso de la comunicación, introducción a la teoría y a la práctica</u> - David K. Berlo.</p> <p><u>Comunicación y opinión Pública</u>, Eulalio Ferrer.</p>	
5.1 Exposición de conclusiones.	<p><u>La Publicidad.</u> Biblioteca Salvat # 69</p>	
5.1 Trabajo de análisis de ejemplos de comunicación en los que se describa el tipo de propósito de los mismos.	<p><u>Pero ¿Qué es la Publicidad?</u> Eulalio Ferrer Rodríguez - Herrero Hnos. Sucesores, S.A. México.</p>	

TEMA	SUBTEMA	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DEL ALUMNO	ACTIVIDADES DEL PROF.
5. Propósitos de la comunicación.	5.2 Tipos de comunicación según Maletzke., directa e indirecta, unilateral y bilateral ó recíproca, pública y privada.	5.2 Distinguirá los diferentes tipos de comunicación según Maletzke, en ejemplos.	<p>5.2 Investigar en equipo los tipos de comunicación de Maletzke, describiendo ejemplos de cada uno de estos tipos de comunicación.</p> <p>5.2 Realizar un "ejercicio de grupo", primero individualmente y después en grupo describiendo sus conclusiones.</p>	<p>5.2 Proporcionar la Bibliografía y orientar la investigación.</p> <p>5.2 Conducir el "ejercicio de grupo" - (NASA) y orientar las conclusiones.</p>

FORMAS DE EVALUACION	BIBLIOGRAFIA	
<p data-bbox="80 161 369 267">5.2 Trabajo de investigación, que describe ejemplos de cada uno de los tipos de comunicación según Maletzke.</p> <p data-bbox="80 344 369 412">5.2 Exposición de conclusiones sobre el "ejercicio de grupo" (NASA).</p>	<p data-bbox="465 161 702 225"><u>Comunicación, Ciclo de Comunicación y Materiales audiovisuales. ARMO.</u></p>	

T E M A	S U B T E M A	O B J E T I V O S D E A P R E N D I Z A J E	A C T I V I D A D E S D E L A L U M N O	A C T I V I D A D E S D E L P R O F .
6. Barreras de la comunicación.	6.1 Conceptos no definidos. 6.2 Ruido o distorsión de la información.	6.1 y 6.2 A partir de ejemplos de comunicación - identificará las barreras más comunes.	6.1 y 6.2 Investigar en equipo, en varios autores, las barreras de comunicación: conceptos no definidos y ruido o distorsión de la formación, e ilustrar con ejemplos cada una. 6.1 y 6.2 Analizar en equipo, casos de comunicación en donde se describa el tipo de barrera que presentan. 6.1 y 6.2 Elaborar en equipo, trabajos ilustrados gráficamente - a través de los cuales se presenten interacciones fallidas de comunicación.	6.1 y 6.2 Proporcionar las referencias bibliográficas y orientar la investigación. 6.1 y 6.2 Conducir la discusión, aclarar conceptos y orientar las conclusiones. 6.1 y 6.2 Supervisar los trabajos.

FORMAS DE EVALUACION	BIBLIOGRAFIA	
6.1 y 6.2 Trabajo de investigación en el que se presenten ejemplos de conceptos no definidos y distorsión de la información.		
6.1 y 6.2 Exposición de conclusiones.		
6.1 y 6.2 Trabajo gráfico que ilustre cada uno de los tipos de barreras.		

TEMA	SUBTEMA	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DEL ALUMNO	ACTIVIDADES DEL PROF.
Diferencia entre <u>información</u> y <u>comunicación</u> .	7.1 Retro-alimentación elemento distintivo entre <u>comunicación</u> e <u>información</u>	<p>7.1 A partir de ejemplos elaborará su propia definición de <u>información</u>.</p> <p>7.1 Discriminaré cuándo el <u>mensaje original</u> es puramente <u>informativo</u> y cuándo es <u>comunicativo</u>.</p>	<p>7.1 Investigar en equipo en varios autores, - el concepto de <u>información</u>.</p> <p>7.1 Exponer en equipo la <u>investigación</u> realizada.</p> <p>7.1 Concluir en equipo - su propia definición de <u>información</u> a partir de ejemplos dados por el mismo.</p> <p>7.1 A partir de mensajes investigados por él mismo, describir por qué algunos son <u>informativos</u> y otros <u>comunicativos</u>.</p>	<p>7.1 Proporcionar las referencias <u>bibliográficas</u> y orientar la <u>investigación</u>.</p> <p>7.1 Conducir la <u>discusión</u> y aclarar conceptos.</p> <p>7.1 Conducir el <u>análisis</u> de casos y orientar las <u>conclusiones</u>.</p> <p>7.1 Conducir el <u>análisis</u> de mensajes y orientar las <u>conclusiones</u>.</p>

FORMAS DE EVALUACIÓN	BIBLIOGRAFIA	
7.1 Trabajo de investigación sobre el concepto de información.		
7.1 Exposición del trabajo		
7.1 Exposición de conclusiones		
7.1 Trabajo de análisis de - casos sobre información - y comunicación. - Exposición de conclusiones.		

TEMA	SUBTEMA	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DEL ALUMNO	ACTIVIDADES DEL PROF.
8. Técnicas para eliminar el ruido.	8.1 Redundancia 8.2 Aclaración de conceptos. 8.3 Evitación de prejuicios.	8.1, 8.2 y 8.3 A partir de ejemplos en donde existen barreras de comunicación, identificará el tipo de técnica apropiada para eliminar el ruido.	8.1, 8.2 y 8.3 Investigar en equipo las técnicas de la redundancia, aclaración de conceptos y evitación de prejuicios. 8.1, 8.2 y 8.3 Concluir en equipo, el tipo de técnica que se puede utilizar para eliminar el ruido, en una serie de ejemplos presentados por el profesor. 8.1, 8.2 y 8.3 Describir ejemplos de situaciones reales, en donde señala el tipo de técnicas que es adecuada para eliminar el ruido.	8.1, 8.2 y 8.3 Proporcionar las referencias bibliográficas y orientar la investigación. 8.1, 8.2 y 8.3 Proporcionar ejemplos en donde existan barreras de comunicación, conducir las discusiones, aclarar conceptos y orientar conclusiones.

FORMAS DE EVALUACION	BIBLIOGRAFIA	
<p>8.1, 8.2 y 8.3 Trabajo de investigación que describa las técnicas de <u>redundancia</u>, aclaración de conceptos y evitación de prejuicios.</p>		
<p>8.1, 8.2 y 8.3 Exposición de conclusiones.</p>		
<p>8.1, 8.2, 8.3 Trabajo de análisis de - ejemplos de comunicación en donde - se presenten barreras y se señale - el tipo de técnica necesaria para eliminar el ruido.</p>		

UNIDAD II. MODELOS DE LA COMUNICACION

OBJETIVO DE UNIDAD: El alumno

1. Elaborará su propio modelo de comunicación tomando como referencia los modelos de comunicación expuestos en clase.

TIEMPO POR UNIDAD

EN HORAS 18

T E M A	SUBTEMA	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DEL ALUMNO	ACTIVIDADES DEL PROF.
<p>1. La Retórica de Aristóteles.</p>		<p>1. Evaluará en ejemplos - dados por él mismo, el esquema de la Retórica de Aristóteles, de acuerdo con los conceptos que se dieron de los elementos que integran el proceso de la comunicación.</p>	<p>1. Investigar - exponer - ante el grupo, las características del Modelo de la Retórica de Aristóteles.</p> <p>1. Sobre ejemplos proporcionados, distinguir - en equipo, cada uno de los componentes -- del esquema de la Retórica de Aristóteles.</p> <p>1. Analizar en ejemplos - proporcionados por él mismo, el esquema de la Retórica de Aristóteles.</p>	<p>1. Proporcionar la bibliografía, orientar la investigación y moderar la discusión.</p> <p>1. Proporcionar los ejemplos de comunicación y conducir la discusión.</p>

FORMAS DE EVALUACION	BIBLIOGRAFIA	
<p>1. Trabajo de investigación sobre los elementos que componen el Modelo de la Retórica de Aristóteles y Exposición del trabajo.</p> <p>1. Exposición de conclusiones.</p> <p>1. Trabajo de análisis de ejemplos dados por el alumno en el que - señale cuáles son los elementos que los integran de acuerdo con la Retórica de Aristóteles, y de acuerdo con los conceptos dados sobre los elementos que intervienen en el proceso de la comunicación, señalar si este esquema es completo o no y porqué, - así como su propósito fundamental.</p>	<p><u>Comunicación Social y Desarrollo,</u> Antonio Menéndez U.N.A.M. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Serie - Estudios # 24.</p>	

T E M A	SUBTEMA	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DEL ALUMNO	ACTIVIDADES DEL PROF.
2. Diagrama de Lasswell		2. Evaluará en ejemplos dados por él mismo, el Diagrama de Lasswell, de acuerdo con los conceptos que se dieron de los elementos que integran el proceso de la comunicación.	<p>2. Investigar y exponer en equipo, el Diagrama de Lasswell.</p> <p>2. Sobre ejemplos proporcionados por el profesor, distinguir en equipo, cada uno de los componentes del Diagrama de Lasswell.</p> <p>2. Analizar en ejemplos proporcionados por él mismo, el Diagrama de Lasswell..</p>	<p>2. Proporcionar la bibliografía, orientar la investigación y las discusiones.</p> <p>2. Proporcionar ejemplos de comunicación y conducir la discusión.</p>

FORMAS DE EVALUACION	BIBLIOGRAFIA	
<p>2. Trabajo de investigación sobre los elementos que componen el Diagrama de Lasswell y exposición del mismo.</p>		
<p>2. Exposición de conclusiones</p>		
<p>2. Trabajo de análisis de ejemplos dados por el alumno en el que señale cuáles son los elementos que los integran de acuerdo con el Diagrama de Lasswell, y de acuerdo con los conceptos dados sobre los elementos que intervienen en el proceso de la comunicación, señalar si este esquema es completo o no y por qué.</p>		

T E M A	SUBTEMA	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DEL ALUMNO	ACTIVIDADES DEL PROFR.
<p>3. Diagrama de Lasswell con modificaciones de Nixon.</p>		<p>3. Evaluará el Diagrama de Lasswell con modificaciones de Nixon, en ejemplos dados por él mismo y de acuerdo con los conceptos que se dieron de los elementos que intervienen en el proceso de la comunicación.</p>	<p>3. Investigar y exponer en equipo, el Diagrama de Lasswell con modificaciones de Nixon.</p> <p>3. Sobre ejemplos proporcionados por el profesor, distinguir en equipo, cada uno de los componentes, del Diagrama de Lasswell con modificaciones de Nixon.</p> <p>3. Analizar en ejemplos proporcionados por él mismo, el Diagrama de Lasswell con modificaciones de Nixon.</p>	<p>3. Proporcionar la bibliografía, orientar la investigación y las discusiones.</p> <p>3. Proporcionar ejemplos de comunicación y conducir la discusión.</p>

TEMA	SUBTEMA	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DEL ALUMNO	ACTIVIDADES DEL PROFR.
<p>4. Diagrama de un Sistema General de Comunicación Eléctrica de Shannon y Weaver.</p>		<p>4. Evaluará el esquema de Shannon y Weaver, en ejemplos proporcionados por él mismo y de acuerdo con los elementos que intervienen en el proceso de la comunicación.</p>	<p>4. Investigar y exponer en equipo, el Diagrama del Sistema General de Comunicación Eléctrica de Shannon y Weaver.</p> <p>4. A partir de ejemplos proporcionados por el profesor, distinguir en equipo, cada uno de los componentes del Modelo de Shannon y Weaver.</p> <p>4. Analizar en ejemplos proporcionados por él mismo, el Diagrama de un Sistema General de Comunicación Eléctrica de Shannon y Weaver.</p>	<p>4. Proporcionar la bibliografía, orientar la investigación y las discusiones.</p> <p>4. Proporcionar ejemplos de comunicación y conducir la discusión.</p>

TEMA	SUBTEMA	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DEL ALUMNO	ACTIVIDADES DEL PROFER.
<p>5. Schramm. Adaptación del Modelo de Shannon y Weaver al Sistema de Comunicación Humana.</p>		<p>5.1 Evaluará el esquema de Schramm de adaptación de Shannon y Weaver al Sistema de Comunicación Humana, en ejemplos dados por él mismo y de acuerdo con los conceptos de los elementos que intervienen en el proceso de la comunicación.</p>	<p>5.1 Investigar y exponer en equipo en qué consiste el esquema de Schramm de adaptación al Modelo de Shannon y Weaver.</p> <p>5.1 A partir de ejemplos proporcionados por el profesor, distinguir en equipo, cada uno de los componentes del esquema de Schramm de adaptación al Modelo de Shannon y Weaver.</p> <p>5.1 Analizar en ejemplos proporcionados por él mismo, el esquema de Schramm al Modelo de Shannon y Weaver.</p>	<p>5.1 Proporcionar la bibliografía, orientar la investigación y las discusiones.</p> <p>5.1 Proporcionar ejemplos de comunicación y conducir la discusión.</p>

FORMAS DE EVALUACION	BIBLIOGRAFIA	
<p>5.1 Trabajo de investigación sobre el esquema de Schramm de adaptación al modelo de Shannon y Weaver, - describiendo los elementos que lo componen, exposición del trabajo.</p>	<p><u>Comunicación Social y Desarrollo</u> Antonio Menéndez U.N.A.M, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Serie Estudios # 24.</p>	
<p>5.1 Exposición de conclusiones</p>		
<p>5.1 Trabajo de análisis de ejemplos - proporcionados por él mismo, en el que señale cuáles son los elementos que los integran de acuerdo con el esquema de Schramm de adaptación al modelo de Shannon y Weaver, y de acuerdo con los conceptos dados sobre los elementos que intervienen - en el proceso de comunicación, señalar si este esquema es completo o no y por qué.</p>		

T E M A	SUBTEMA	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DEL ALUMNO	ACTIVIDADES DEL PROF.
	<p>5.2 Modelo de Schramm sobre los Campos Comunes de Experiencia .</p>	<p>5.2 Evaluará el esquema de Schramm que sostiene que el proceso de comunicación personal es posible cuando existen Campos Comunes de Experiencia , entre el comunicador y el receptor en ejemplos dados por él mismo y de acuerdo con los conceptos de los elementos que intervienen en el proceso de la comunicación.</p>	<p>5.2 Investigar y exponer en equipo qué es el Modelo de Schramm de los Campos Comunes de Experiencia.</p> <p>5.2 A partir de ejemplos proporcionados por el profesor, distinguir en equipo, cada uno de los componentes del esquema de Schramm de los Campos Comunes de Experiencia.</p> <p>5.2 Analizar en ejemplos proporcionados por el mismo, el Modelo de Schramm de los Campos Comunes de Experiencia.</p> <p>5.2 Analizar en equipo , un ejemplo de comunicación para determinar si se cumplen o no las condiciones que el Modelo de Schramm para que el mensaje provoque las respuestas deseadas.</p>	<p>5.2 Proporcionar la bibliografía, -- orientar la investigación y las discusiones.</p> <p>5.2 Proporcionar ejemplos de comunicación y conducir la discusión.</p> <p>5.2 Orientar las discusiones y las conclusiones.</p>

FORMAS DE EVALUACION	BIBLIOGRAFIA	
<p>- 5.2 Trabajo de investigación sobre el esquema de Schramm de los Campos Comunes de Experiencia, describiendo los elementos que lo componen; exposición del trabajo.</p> <p>- 5.2 Exposición de conclusiones</p>	<p><u>Comunicación Social y Desarrollo.</u> Antonio Menéndez U.N.A.M. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Serie Estudios # 24.</p>	
<p>5.2 Trabajo de análisis de ejemplos proporcionados por él mismo, en el que señale cuáles son los elementos que los integran de acuerdo con el esquema de Schramm de los Campos Comunes de Experiencia, y de acuerdo con los conceptos dados sobre los elementos que intervienen en el proceso de comunicación, señalar si este esquema es completo o no y por qué.</p>		

T E M A	SUBTEMA	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DEL ALUMNO	ACTIVIDADES DEL PROF.
6. Berlo		6. Evaluaré el Modelo del Proceso de comunicación de Berlo, en ejemplos dados por él mismo y de acuerdo con los conceptos de los elementos -- que intervienen en el -- proceso de la comunicación.	<p>6. Investigar y exponer en equipo qué es el Modelo de Berlo.</p> <p>6. A partir de ejemplos proporcionados por -- el profesor, distinguir en equipo, cada uno de los componentes del Modelo de -- Berlo.</p> <p>6. Analizar en ejemplos proporcionados por -- él mismo, el Modelo de Berlo.</p>	<p>6. Proporcionar la <u>bi</u>bliografía y orientar la investiga--ción y las discu--siones.</p> <p>6. Proporcionar ejemplos de comunica--ción y conducir la discusión.</p>

FORMAS DE EVALUACION	BIBLIOGRAFIA	
<p>6. Trabajo de la investigación sobre el esquema de Berlo, describiendo los elementos que lo componen; exposición del trabajo.</p>	<p><u>Comunicación Social y Desarrollo</u> Antonio Menéndez U.N.A.M. Facultad de Ciencias - Políticas y Sociales, Serie Estudios # 24.</p>	
<p>6. Exposición de conclusiones</p>		
<p>6. Trabajo de análisis de ejemplos proporcionados por él mismo, en el que señale cuáles son los elementos que los integran de acuerdo con el Modelo de Berlo; y de acuerdo con los conceptos dados sobre los elementos que intervienen en el proceso de comunicación, señalar si este esquema es completo o no y por qué.</p>		

UNIDAD III. TEORIAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL.

OBJETIVO DE UNIDAD: El Alumno:

1. concluiré por sí mismo, cuáles son los factores que hacen posible la comunicación masiva.

TIEMPO POR UNIDAD
EN HORAS10

T E M A	S U B T E M A	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DEL ALUMNOS	ACTIVIDADES DEL PROFESOR
1. Teoría de las Categorías Sociales.		1. En anuncios de cine, radio y televisión, identificar si éstos se apoyan en la teoría de las Categorías Sociales.	<p>1. Investigar y exponer en equipo las características de la Teoría de las Categorías Sociales.</p> <p>1. A partir de ejemplos proporcionados por el profesor, explicar por qué se apoyan en la Teoría de las Categorías más Sociales.</p> <p>1. Analizar anuncios de cine, radio y televisión, seleccionados por él mismo, describiendo por qué se apoyan en la teoría de las Categorías Sociales.</p>	<p>1. Proporcionar la bibliografía, orientar la investigación y moderar la discusión.</p> <p>1. Proporcionar anuncios de cine, radio y televisión y conducir el análisis de los mismos.</p>

T E M A	S U B T E M A	O B J E T I V O S D E A P R E N D I Z A J E	A C T I V I D A D E S D E L A L U M N O	A C T I V I D A D E S D E L P R O F E S O R
2. Teorías de las Relaciones Sociales.		2. En anuncios de cine, radio y televisión, identificará si éstos se apoyan en las teorías de las Relaciones Sociales.	<p>2. Investigar y exponer en equipo, las características de la teoría de las Relaciones Sociales.</p> <p>2. A partir de ejemplos proporcionados por el profesor, explicar por qué se apoyan en la teoría de las Relaciones Sociales.</p> <p>2. Analizar anuncios de cine, radio y televisión, seleccionados por él mismo, describiendo por qué se apoyan en la teoría de las Relaciones Sociales.</p>	<p>2. Proporcionar la bibliografía, orientar la investigación y moderar la discusión.</p> <p>2. Proporcionar anuncios de cine, radio y televisión y conducir el análisis de los mismos.</p>

FORMAS DE EVALUACION	BIBLIOGRAFIA
<p>2. Trabajo de investigación que contenga las características de la Teoría de las Relaciones Sociales y exposición de las mismas.</p> <p>2. Exposición de conclusiones.</p> <p>2. Trabajo de análisis de enunciados de cine, radio y televisión en donde se explique cómo se apoyan en la teoría de las Relaciones Sociales.</p>	<p>DE FLEUR, VELVIN, L. <u>TEORIAS DE LA COMUNICACION MASIVA</u>. EDITORIAL PAIDOS, BUENOS AIRES ARGENTINA 1972.</p> <p>MAZA ENRIQUE. <u>LOS MEDIOS DE INFORMACION-- COLECTIVA EN MEXICO</u>. IMPRENTA MEXICANA- MEXICO 1968.</p>

T E M A	S U B T E M A	O B J E T I V O S D E A P R E N D I Z A J E	A C T I V I D A D E S D E L A L U M N O	A C T I V I D A D E S D E L P R O F E S O R
<p>3. Teoría de las Normas Culturales.</p>		<p>3. En anuncios de cine, radio y televisión, identificará si éstos se apoyan en la Teoría de las Normas Culturales.</p>	<p>3. Investigar y exponer en equipo, las características de la Teoría de las Normas Culturales.</p> <p>3. A partir de ejemplos proporcionados por el profesor, explicar por qué se apoyan en la Teoría de las Normas Culturales.</p> <p>3. Analizar anuncios de cine, radio y televisión, seleccionados por él mismo, describiendo por qué se apoyan en la Teoría de las Normas Culturales.</p>	<p>3. Proporcionar la bibliografía, orientar la investigación y moderar la discusión.</p> <p>3. Proporcionar anuncios de cine, radio y televisión y conducir el análisis de los mismos.</p>

FORMAS DE EVALUACION	BIBLIOGRAFIA
<p>3. Trabajo de investigación que contenga las características de la teoría de las Normas Culturales; - exposición de la misma.</p> <p>3. Exposición de conclusiones.</p>	<p>DE FLEUR, VELYNL. . <u>TEORIA DE LA COMUNICACION MASIVA</u> EDITORIAL PAIDOS BUENOS AIRES 1972.</p> <p>MAZA ENRIQUE. <u>LOS MEDIOS DE INFORMACION COLECTIVA EN MEXICO.</u> IMPRENTA MEXICANA-MEXICO 1968.</p>

T E M A	S U B T E M A	OBJETIVOS DE APRENDIZAJE	ACTIVIDADES DEL ALUMNO	ACTIVIDADES DEL PROFESOR
4. Teoría de - las Diferencias Individuales.		4. En anuncios de cine, radio y televisión, identificar si éstos se apoyan en la teoría de las Diferencias Individuales.	<p>4. Investigar y exponer en equipo las características de la Teoría de las Diferencias Individuales.</p> <p>4. A partir de ejemplos proporcionados por el Profesor, explicar por qué se apoyan en la Teoría de las Diferencias Individuales.</p> <p>4. Analizar anuncios de cine, radio y televisión, seleccionados por él mismo, describiendo por qué se apoyan en la teoría de las Diferencias Individuales.</p>	<p>4. Proporcionar la bibliografía, orientar la investigación y moderar la discusión.</p> <p>4. Proporcionar anuncios de cine, radio y televisión y conducir el análisis de los mismos.</p>

FORMAS DE EVALUACIÓN	BIBLIOGRAFIA
<p>4. Trabajo de investigación que contenga las características de la Teoría de las Diferencias Individuales; Exposición de la misma.</p>	<p>DE FLEUR, VELVIN L. <u>TEORIAS DE LA COMUNICACION MASIVA.</u> EDITORIAL PAIDOS BUENOS AIRES 1972</p>
<p>4. Exposición de conclusiones.</p>	<p>MAZA ENRIQUE. <u>LOS MEDIOS DE INFORMACION COLECTIVA EN MEXICO.</u> IMPRENTA MEXICANA- MEXICO 1968.</p>
<p>4. Trabajo de análisis de anuncios de cine, radio y televisión, en donde se explique cómo se apoyan en la Teoría de las Diferencias Individuales.</p>	

T E M A	S U B T E M A	O B J E T I V O S D E A P R E N D I Z A J E	A C T I V I D A D E S D E L A L U M N O	A C T I V I D A D E S D E L P R O F E S O R
<p>5. Teoría de la Disonancia Cognoscitiva</p>		<p>5. En anuncios de cine, radio y televisión, identificaré si éstos se apoyan en la Teoría de la Disonancia Cognoscitiva.</p>	<p>5. Investigar y exponer en equipo, las características de la Teoría de la Disonancia Cognoscitiva.</p> <p>5. A partir de ejemplos proporcionados por el profesor, explicar por qué se apoyan en la Teoría de la Disonancia Cognoscitiva.</p> <p>5. Analizar anuncios de cine, radio y televisión, seleccionados por él mismo describiendo por qué se apoyan en la Teoría de la Disonancia Cognoscitiva.</p>	<p>5. Proporcionar la bibliografía, orientar la investigación y moderar la discusión.</p> <p>5. Proporcionar anuncios de cine, radio y televisión y conducir el análisis de los mismos.</p>

FORMAS DE EVALUACIÓN	BIBLIOGRAFIA
<p>5. Trabajo de investigación que contenga las características de la Teoría de la Disonancia Cognoscitiva.</p>	<p>DE FLAUR, VELVIN, L. <u>TEORIA DE LA COMUNICACION MASIVA.</u> EDITORIAL PAIDOS BUENOS AIRES 1972</p>
<p>5 Exposición de conclusiones.</p>	<p>MAZA ENRIQUE. <u>LOS MEDIOS DE INFORMACION, COLECTIVA EN MEXICO.</u> IMPRENTA MEXICANA- MEXICO 1968.</p>
<p>5 Trabajos de análisis de anuncios de cine, radio y televisión en donde se explique cómo se apoyan en la teoría de la Disonancia Cognoscitiva.</p>	

* B°I°B°L°I°D°G°R°A°F°I°A°

°A°D°I°C°I°O°N°A°L°

1. DAVID K. BERLO- EL PROCESO DE LA COMUNICACION. EDITORIAL EL ATENEO, BUENOS AIRES 1971.
2. CHERRY, COLIN. ON HUMAN COMMUNICATION. THE M.I.T PRESS MASSACHUSETTS 1961.
3. HUND, WULF D. COMUNICACION Y SOCIEDAD. EDICION DE COMUNICACION. SERIE B. MANUALES. MADRID 1970.
4. SMITH, ALFRED G. COMMUNICATION AND CULTURE. HOLT, RINEHART AND WINSTON. U S A 1966.
5. HARTLEY, EUGENE L. LA IMPORTANCIA Y NATURALEZA DE LA COMUNICACION. EN STEINBERG S. CHARLES. LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL. EDITORIAL ROBLE. MEXICO 1969.
6. SHANNON, CLAUDE. THE MATHEMATICAL THEORY OF COMMUNICATION. THE UNIVERSITY OF OLLINOIS PRESS 1949.
7. CLAUSSE ROGER. PSICOLOGIA DE LA INFORMACION. CIESPAL. QUITO, ECUADOR 1968.
8. MALLETZKE, GERHARD. SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION COLECTIVA. CIESPAL, QUITO, ECUADOR 1965.
9. MILLER, GEORGE. PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION, EDITORIAL PAIDOS, BUENOS AIRES.
10. SCKRAMM . WILBUR LA CIENCIA DE LA COMUNICACION HUAMANA. EDITORIAL ROBLE. MEXICO 1972.
11. STEWARTL, D. K. PSICOLOGIA DE LA COMUNICACION. EDITORIAL PAIDOS, BUENOS AIRES.
12. SAPIR EDWARD. EL LENGUAJE INTRODUCCION AL ESTUDIO DEL HABLA, BREVARIIO 96 DEL FONDO DE CULTURA ECONOMICA. MEXICO 1971.
13. HAYAKAWA, S. I. EL LENGUAJE EN EL PENSAMIENTO Y EN LA ACCION, U.T.E.H.A. MEXICO 1964.
14. GIRAUD PIERRE. LA SEMANTICA. FONDO DE CULTURA ECONOMICA MEXICO 1960.

15. OSOGOOD, CHARLES E. UNA EXPLORACION EN EL ESPACIO SEMANTICO. En, SCHRAMM WILBUR. LA CIENCIA DE LA COMUNICACION HUMANA. EDITORIAL ROBLE, MEXICO 1972.
16. FAGEN, RICHARD R. POLITICA Y COMUNICACION. EDITORIAL PAIDOS BUENOS AIRES 1969.
17. MC. QUAIL DENIS. SOCIOLOGIA DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACION, EDITORIAL PAIDOS BUENOS AIRES 1972.
18. CAZENEUVE, JEAN. SOCIOLOGIA DE LA RADIO-TELEVISION. EDITORIAL PAIDOS BUENOS AIRES 1967.
19. CAZENEUVE, JEAN. LES POUVOIRS DE LA TELEVISION. GALLINARD PARIS 1970.
20. RIEGMAN DAVID. LA MUCHEDUMBRE SOLITARIA. EDITORIAL PAIDOS, BUENOS AIRES 1968.
21. VERON ELISEO. IDEOLOGIA Y COMUNICACION DE MASAS, EDICIONES NUEVA VISION. BUENOS AIRES 1969.
22. VERON ELISEO. CONDUCTA, ESTRUCTURA Y COMUNICACION. EDITORIAL TIEMPO CONTEMPORANEO. BUENOS AIRES 1972
23. PASQUALI ANTONIO. COMUNICACION Y CULTURA DE MASAS. MONTE AVILA EDITORES. VENEZUELA 1972.
24. MC. LUHAN MARSHALL. EL MEDIO ES EL MENSAJE. EDITORIAL PAIDOS BUENOS AIRES 1972.
25. MC LUHAN MARSHALL. LA COMPRESION DE LOS MEDIOS COMO LAS EXTENSIONES DEL HOMBRE. EDITORIAL DIANA, MEXICO 1964.
26. KATTAN, BAUDRILLARD, MORIN, RIESMAN Y OTROS. ANALISIS DE MARSHALL MC LUHAN. EDITORIAL TIEMPO CONTEMPORANEO, BUENOS AIRES 1972.
27. MENENDEZ ANTONIO. COMUNICACION Y DESARROLLO. FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES U.N.A.M., SERIE ESTUDIOS No. 24 MEXICO 1972.
28. MAZA ENRIQUE. LOS MEDIOS DE INFORMACION COLECTIVA EN MEXICO. IMPRENTA MEXICANA. MEXICO 1968.
29. SILVA LUDOVICO. TEORIA Y PRACTICA DE LA IDEOLOGIA. EDITORIAL NUESTRO TIEMPO MEXICO 1971.
30. MANNEHEIM KARL. IDEOLOGIA Y UTOPIA EDITORIAL AGUILAR 1966.

31. MATTELART, BIEDMA Y FUNES. COMUNICACION MASIVA Y REVOLUCION SOCIALISTA. EDITORIAL DIOGENES MEXICO 1972.
32. MATTELART, ARMAND. LOS MEDICOS DE COMUNICACION DE MASAS. CUADERNOS DE LA REALIDAD NACIONAL. CEREN UNIVERSIDAD CATOLICA DE CHILE. MARZO DE 1970.
33. MATTELART, ARMAND. AGRESION DESDE EL ESPACIO. CULTURA Y NAPALIN EN LA ERA DE LOS SATELITES; EDITORIAL - SIGLO XXI. MEXICO 1973.
34. MATTELART ARMAND. LA INDUSTRIA CULTURA NO ES UNA INDUSTRIA LIGERA. REVISTA CASA DE LAS AMERICAS, No. 77 AÑO XIII MARZO-ABRIL 1973.
35. MATTELART ARMAND. LAS EMPRESAS MULTINACIONALES Y LA AGRESION CULTURAL. DESLINDE No. 41, CUADERNOS DE POLITICA UNIVERSITARIA. U.N.A.M. SEPTIEMBRE DE 1973.
36. MATTELART ARMAND. PLAZA SESAMO. PROLOGO A LA TELEPRESENTACION DEL AÑO 2000. COMUNICACION Y CULTURA No. 1 BUENOS AIRES, SANTIAGO DE CHILE 1973.
37. DUHALT KRAUSS, MIGUEL F. TECNICAS DE COMUNICACION ADMINISTRATIVAS. U.N.A.M. FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES, MEXICO D. F. 1971.
38. GUTIERREZ FRANCISCO. EL LENGUAJE TOTAL. ED. HUMANITAS .
39. EULALIO FERRER. COMUNICACION Y OPINION PUBLICA
40. LA TELEVISION . SALVAT EDITORES No. 14
41. LA PUBLICIDAD. BIBLIOTECA SALVAT No. 69
42. EULALIO FERRER RODRIGUEZ. PERO ¿ QUE ES LA PUBLICIDAD? HERRERO HERMANOS SUCESORES, S.A. MEXICO.
43. TEORIA DE LA IMAGEN. BIBLIOTECA SALVAT No. 29
44. LAS NOTICIAS Y LA INFORMACION . BIBLIOTECA SALVAT No. 9
45. CINE CONTEMPORANEO .SALVAT No. 35

46. CINE ARTE E INDUSTRIA. SALVAT
47. LITERATURA DE LA IMAGEN. SALVAT
48. LAS FORMAS OCULTAS DE LA PROPAGANDA. VINCE PACKARD .

COLEGIO DE BACHILLERES
DIRECCION ACADEMICA

PROGRAMA DE ESTUDIOS CORRESPONDIENTE A LA MATERIA:

CIENCIAS DE LA COMUNICACION II

MEXICO
1976

INTRODUCCION

Con el primer programa de la materia de "Ciencias de la Comunicación", se ha pretendido proporcionar al alumno las bases y teorías fundamentales, a fin de que aplique el proceso de la comunicación con el medio que lo circunda.

Con base en la experiencia del programa anterior y continuando el plan inicial que se planteó desde la elaboración del mismo, se presenta ahora el segundo y último programa que se ha de cursar en el sexto semestre de Bachillerato. Se ha tenido en cuenta, al programar estas unidades, las opiniones de maestros especializados en esta materia y se concluyó la necesidad de proyectar al alumno una visión objetiva y práctica, fundamentada obviamente, en los conocimientos adquiridos en el semestre introductorio, que lo guíe a comprender la importancia de la comunicación humana en la vida social en la que se desenvuelve. Para lograr este objetivo, se ha dividido el presente programa en tres unidades.

La primera unidad contiene los conceptos y conocimientos prácticos y necesarios al alumno para utilizar las ayudas visuales como herramienta útil y adecuada en las exposiciones de los trabajos solicitados por el maestro durante el curso.

La segunda unidad comprende medios masivos de comunicación. Se pretende que los alumnos logren analizar cada uno de estos medios con prácticas fundamentadas y regidas por la teoría, de tal forma que ésta sea el instrumento principal que lleve al alumno a un análisis práctico, guiado por el maestro y logre así una actitud consciente y real acerca de la utilización de los medios de comunicación.

Se ha considerado necesario incluir en la tercera unidad el tema de la comunicación en las organizaciones. La determinación en la elección de este contenido está fundamentada en las características propias de la materia que se estudia, además de que ha resultado esencial, después de una reflexión cuidadosa, el proporcionar al alum-

no el conocimiento de la importancia de la comunicación en las organizaciones, que son medios comunes para desarrollarse en esta sociedad. El omitir este tema equivaldría a romper la unidad que se pretendió desde el inicio del programa y quedaría éste incompleto, ya que la mayor parte de los alumnos que cursan esta materia no continuarán cursos superiores que los especialicen en Comunicación o Información. Resulta, por tanto, ésta una de las únicas oportunidades que tiene el alumno para percatarse de la importancia que tiene la comunicación en las organizaciones y es indudable que el enfoque que se le dé a este tema, pertenece a Ciencias de la Comunicación.

Se recuerdan las sugerencias que se propusieron en el programa anterior, en lo que se refiere a la participación activa de los alumnos, para lograr los propósitos enunciados; a las evaluaciones que han de ser prácticas y basadas en los trabajos e intervenciones de los mismos alumnos. Por último, se debe tener presente que aunque este programa presenta objetivos definidos, el enriquecimiento del mismo se logrará con las aportaciones de los maestros que lo apliquen y con las iniciativas que se propongan para el mejoramiento del mismo.

INSTRUCCIONES PARA EL MANEJO DE ESTE PROGRAMA

El presente programa por objetivos ha sido diseñado para que el profesor de la asignatura y los alumnos conozcan con precisión los resultados que se esperan del aprendizaje.

El programa está estructurado con los siguientes elementos:

1. **EVALUACION DIAGNOSTICA**, destinada a determinar el grado en que los alumnos poseen los conocimientos y prerrequisitos necesarios para iniciar el desarrollo de este curso. Los resultados de esta evaluación proporcionan información, tanto al profesor como al alumno, de lo que deberá repasarse antes de iniciar el curso (prerrequisitos), y de lo que deberá omitirse porque ya se domina. Indudablemente, la información que se obtenga será de utilidad para la planeación de las actividades de enseñanza-aprendizaje.
2. **OBJETIVOS GENERALES DE LA MATERIA**.- Es la descripción de los resultados del aprendizaje que podrán obtenerse al término del curso semestral.
3. **UNIDAD PROGRAMATICA**.- Se han señalado los objetivos a alcanzar al término de cada una de las unidades, cuyo desarrollo concreto se expone a través de tres columnas:
 - 3.1 la de **CONTENIDO**, en la cual están anotados los temas y subtemas de las unidades.
 - 3.2 la de **OBJETIVOS**, en la que se describen los resultados observables y mensurables del aprendizaje, en términos de lo que los alumnos podrán realizar.
 - 3.3 la de **ACTIVIDADES SUGERIDAS**, en la que se indican las posibles actividades del profesor y los alumnos, de acuerdo con los objetivos que se tratan de alcanzar.
4. **BIBLIOGRAFIA BASICA Y COMPLEMENTARIA**.- De cada unidad programática, se han indicado los libros que pueden consultarse para investigación o ampliación del tema.
5. **EVALUACION FORMATIVA**.- Al término de las unidades programáticas, servirá para que el alumno se autoevalúe y detecte su grado de aprovechamiento, permitiéndole corregir sus fallas y aprovechar sus aciertos. Es conveniente enfatizar que la evaluación formativa está destinada a retroalimentar las actividades de enseñanza y aprendizaje y no a obtener una calificación o promoción.

EVALUACION DIAGNOSTICA

Esta prueba tiene la finalidad de medir el grado en que tú dominas los objetivos del programa de Ciencias de la Comunicación I, ya que estos conocimientos son esenciales para que prosigas tus estudios en esta ciencia.

Cada pregunta tiene cuatro opciones. Lee detenidamente cada una de ellas y elige la que concierdes correcta.

- 1.- Aristóteles define a la retórica como la:
 - a) Facultad de los seres vivos para comunicarse
 - b) Base de toda relación humana
 - c) Búsqueda de todos los medios de persuasión - posible
 - d) Transmisión de ideas para modificar la conducta
- 2.- Cuando un mensaje es interpretado en base a la experiencia con que contamos, estamos hablando de:
 - a) Los marcos de referencia
 - b) La retroalimentación
 - c) Propósito consumatorio
 - d) Barrera psicológica
- 3.- Canal en comunicación, es:
 - a) La distancia entre el emisor y receptor
 - b) Un proceso
 - c) Un conducto
 - d) Los medios
- 4.- La retroalimentación, es:
 - a) Información
 - b) Reacción de un receptor provocado por la emisión de la fuente
 - c) Relación entre emisor y receptor
 - d) Los marcos de referencia
- 5.- Es un tipo de propósito instrumental:
 - a) Una encuesta
 - b) Votación
 - c) Discurso en público
 - d) Noticiero de cine
- 6.- Una conversación entre dos personas, es:
 - a) Directa unilateral - privada
 - b) Indirecta unilateral - pública
 - c) Indirecta bilateral - privada
 - d) Directa bilateral - privada
- 7.- Una comunicación colectiva, como prensa, cine, radio, televisión, es:
 - a) Directa bilateral - pública
 - b) Indirecta unilateral - privada
 - c) Indirecta bilateral - pública
 - d) Indirecta - unilateral - pública
- 8.- El diagrama de Laswell con modificaciones de Nixon comprende los siguientes elementos:
 - a) Quien - que - quien
 - b) Fuente - cifrador - señal - descifrador - destino
 - c) Quien - que - quien. Canal con efectos. Con que intenciones - Bajo que condiciones
 - d) Quien - que - canal - quien - con que efectos

9.- El no estar de acuerdo entre lo que se piensa y como se obra, y buscar una justificación es:

- a) Distorsión de la información
- b) Factor de selectividad
- c) Disonancia cognoscitiva
- d) Retroalimentación

10.- "Los grupos interactúan y, para efectos de comunicación, son influidos por un líder de opinión". El enunciado anterior pertenece a la teoría de las:

- a) Normas culturales
- b) Diferencias individuales
- c) Categorías sociales
- d) Relaciones sociales

VERIFIQUE SUS RESPUESTAS EN EL APENDICE A

CIENCIAS DE LA COMUNICACION II

OBJETIVOS GENERALES:

- El alumno analizará la importancia de la comunicación en la vida humana.
- Enmarcará a la Comunicación dentro de un contexto de disciplinas sociales.
- Deducirá el papel que tienen los medios masivos de comunicación en la sociedad.
- Inferirá que el propósito fundamental de la comunicación es provocar una respuesta en el receptor y que el mensaje no es el que nosotros mandamos sino el que el receptor capta.

Importancia de la Comunicación no verbal.El alumno: Utilizará los medios necesarios para lograr una comunicación más eficaz.

CONTENIDO	OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES SUGERIDAS
TEMA 1. Audiovisuales	1. Utilizando apoyos audiovisuales, el alumno <u>desarrollará</u> algunas de las actividades requeridas durante el curso.	1. Breve explicación del maestro sobre la forma de elaborar un audiovisual, mediante la <u>conju</u> gación de la <u>im</u> agen, la voz, la <u>m</u> úsica, <u>p</u> uen-tes musicales, tiempo, etc. Elaborar un audiovisual.
TEMA 2. Apoyos Visuales: rotafolio, frane- lógrafo, pizarrón, retroproyector - de cuerpos opacos y filminas.	2. El alumno utilizará los apoyos - visuales para <u>desarrollar</u> algu- nos temas requeridos durante el curso.	2. Breve explicación del maestro sobre la forma de elaborar apoyos visuales. Explicar la <u>im</u> portancia de apoyos visuales - mediante su elaboración.
TEMA 3. Comunicación "No verbal": movimiento del - cuerpo, contac- tos de ojos, ex- presión facial - gestos postura,- etc.	3. El alumno <u>explicará</u> la <u>im</u> portan- cia de la <u>co</u> municación no verbal como fuente trasmisora de mensa- jes, mediante la utilización de ésta para comunicarse.	3. Investigación bibliográfica para presentar - una exposición sobre la <u>im</u> portancia de la <u>co</u> <u>m</u> unicación no verbal. Ejercicios demostrativos en los cuales el - alumno conozca la aplicación práctica del <u>te</u> <u>ma</u> .

EVALUACION FORMATIVA
UNIDAD I

Esta prueba tiene la finalidad de medir el grado en que tu has alcanzado los objetivos correspondientes de la unidad I.

Cada pregunta tiene 4 opciones. Lee detenidamente cada una de ellas y elige la que consideres correcta.

- 1.- La función del puente musical es:
 - a) Introducir un nuevo tema
 - b) Subrrayar alguna idea.
 - c) Introducir un personaje
 - d) Darle varación al programa
- 2.- Un receptor comprende más cuando se utiliza:
 - a) Un medio oral
 - b) Un medio visual
 - c) Un medio oral y visual
- 3.- Los apoyos visuales tienen la finalidad de:
 - a) Que el receptor se distraiga del objetivo central
 - b) Que la imagen tenga mayor importancia que la palabra
 - c) Que la comprensión de la idea de mayor
 - d) Utilizar mayores canales de comunicación
- 4.- El primer elemento para elaborar un audiovisual es:
 - a) La música
 - b) El locutor
 - c) La imagen
 - d) El guión literario
- 5.- Un ejemplo de comunicación no verbal es:
 - a) Un libro
 - b) Un fonilógrafo
 - c) Una película
 - d) La pantomina

CONFIRMA TUS RESPUESTAS EN EL APEÑICE

OBJETIVO:

- 1.- El alumno analizará los medios de comunicación masiva como generadores de mensajes e ideológicas

CONTENIDO	OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES SUGERIDAS
<p>TEMA 1. Prensa</p> <p>1.1 Breves antecedentes históricos del Periodismo Mundial y en México.</p> <p>1.2 Tratamiento de una Noticia.</p>	<p>1. El alumno: comparará el manejo de la información en el periodismo de antaño con el periodismo actual, destacando el carácter noticioso y de opinión pública.</p> <p>2. El alumno identificará la forma de tratar una noticia de cada uno de los periódicos, mediante el seguimiento de un acontecimiento de interés nacional, durante un lapso de tiempo determinado, para poder concluir la forma en que la prensa maneja la información y así, determinar las tendencias de cada uno de los periódicos.</p>	<p>1. Breve exposición del maestro sobre la historia del Periodismo.</p> <p>Mediante la investigación hemerográfica en periódicos, tales como: El Diario del Hogar, El País, El Imperial, se hará una comparación con los periódicos actuales.</p> <p>Presentar un resumen de los datos históricos del periodismo.</p> <p>Discusión dirigida en relación con los temas que el alumno investigó.</p> <p>2. Durante 15 días el alumno seguirá una noticia señalada por el maestro, en los siguientes periódicos: Excelsior, Novedades, El Universal, El Herald, El día y El Nacional.</p> <p>Discusión dirigida para analizar la forma del tratamiento de una noticia.</p> <p>Presentación de las conclusiones de su análisis en un trabajo.</p>

CONTENIDO	OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES SUGERIDAS
<p>2.4 Cine Mexicano</p>	<p>10. Identificará los principales - autores del cine nacional, determinando las tendencias seguidos por éstos y la problemática que han querido plantear en sus películas.</p>	<p>10. Visita a la Cineteca Nacional para documentarse sobre los diferentes autores y sus tendencias.</p> <p>Analizar las siguientes películas:</p> <p>Yanko, Los Caifanes, Nosotros los pobres, La Celestina, concluyendo cuáles son los valores que está transmitiendo el cine nacional.</p>

CONTENIDO	OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES SUGERIDAS
<p>TEMA 3. Radio</p> <p>3.1 Antecedentes históricos de la radio.</p> <p>3.2 Función de la radio en la sociedad.</p>	<p>El alumno</p> <p>1. Mencionará los antecedentes históricos de la radio y sus repercusiones sociales, en cuanto a contenido.</p> <p>2. Analizará la radiodifusión en México para determinar el tipo de mensaje que está produciendo, a través de la elaboración de ejemplos.</p>	<p>1. Investigación bibliográfica acerca del tema. Presentación de un trabajo.</p> <p>2. Investigar varias estaciones radiodifusoras; - por ejem: XEW, XEX, radio chapultepec, XLA - radio 5, para clasificar la programación de tales radiodifusoras.</p> <p>Mediante encuestas dirigidas por el maestro, - seleccionar un público representativo de todas las clases sociales para determinar qué estación escuchan más, concluyendo cuáles son los gustos de la gente y qué tipo de mensajes está aceptando.</p>
<p>TEMA 4. Televisión</p> <p>4.1 Antecedentes históricos.</p> <p>4.2 Técnicas para elaborar un programa</p>	<p>3. El alumno explicará los principales antecedentes históricos de la televisión y su evaluación en cuanto a técnica.</p> <p>4. Explicará un programa de televisión clasificando los elementos que lo componen: Guión literario, guión técnico que comprende de cámara, el tiempo parcial, la imagen, el tipo de toma, el audio y el tiempo total.</p>	<p>3. Investigación bibliográfica acerca del tema.</p> <p>4. A partir de un programa de televisión, analizar qué tipos de tomas se usan y qué movimientos de cámara se utilizan.</p> <p>El alumno escribirá un guión para televisión.</p>

CONTENIDO	OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES SUGERIDAS
<p>4.3 Función de la televisión en la sociedad contemporánea.</p> <p>4.4. Televisión educativa y comercial</p>	<p>5. Explicará los principios fundamentales de la composición en televisión distinguiendo algunos de los elementos de tipo psicológico.</p> <p>6. Analizará la función de la televisión en la sociedad contemporánea, explicando porqué es generadora de conductas y estereotipos</p> <p>7. El alumno clasificará las principales características de la televisión educativa y de la televisión comercial, a través de la elaboración de ejemplos.</p>	<p>5. Breve explicación del maestro acerca del tema. Investigación bibliográfica.</p> <p>6. Mediante una encuesta a una muestra representativa de la sociedad determinar la preferencia del público por determinado tipo de programas, concluyendo cuáles son los principales mensajes y valores que trasmite la televisión.</p> <p>7. Investigación bibliográfica para definir las características de la televisión educativa y de la televisión comercial.</p> <p>En base a una programación semanal de televisión, obtener el porcentaje del tiempo que se dedica a televisión de tipo comercial y de tipo educativa.</p> <p>Con base en los conocimientos adquiridos de la manera de hacer un programa de televisión, preparar un programa de tipo educativo con un programa de tipo comercial para determinar el horario en que pasa, los recursos que se utilizan y el patrocinador.</p>

CONTENIDO	OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES SUGERIDAS
4.5 Cursos de interés.	8. A partir de un programa de televisión el alumno analizará las curvas de interés, a través de la elaboración de definiciones y ejemplos.	8. Explicar cómo se maneja la atención en la televisión en el radio, en el teatro, en la literatura, etc.

CONTENIDO	OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES SUGERIDAS
<p>5. Publicidad</p> <p>5.1 Función de la Publicidad.</p> <p>5.2 Publicidad subliminal.</p>	<p>9. El alumno analizará la función de la publicidad en la sociedad contemporánea para determinar la influencia que está ejerciendo, a través de la elaboración de ejemplos.</p> <p>10. Explicará los fundamentos en que se basa la publicidad para satisfacer las necesidades.</p>	<p>9. Investigación bibliográfica para determinar la función de la publicidad para determinar los mensajes que está generando.</p> <p>10. Investigación bibliográfica.</p> <p>Determinar mediante una investigación de campo (supermercado), qué productos son los que se están vendiendo más o los que solicita más la gente y si guarda esto alguna relación de que el producto se esté anunciando masivamente.</p> <p>Entrevista a consumidores para saber por qué compran el producto que resulto con mayor demanda.</p>

EVALUACION FORMATIVA

UNIDAD II

Esta prueba tiene la finalidad de medir el grado en que tú has alcanzado los objetivos correspondientes a la unidad dos.

Cada pregunta tiene 4 opciones. Lee detenidamente cada una de ellas y elige la que consideres correcta.

- 1.- La información en un periódico se mide horizontalmente por:
- Lineas ágata
 - Cuadratines
 - centímetros
 - pulgadas
- 2.- A quien se atribuye la invención del cine:
- Lumiere
 - Eninsea
 - Chaplin
 - Orson Wells
- 3.- Un representante del cine de autor es:
- Luis Buñuel
 - Eninistein
 - Luis de Funes
 - Lando Buzanca
- 4.- Un ejemplo de estación radiodifusora cultural en México es:
- XFX
 - XELA
 - XEW
 - Radio 590
- 5.- Un ejemplo de toma de televisión es:
- Dolly
 - Desolencia
 - Corte Directo
 - Close Up
- 6.- Un tipo de movimiento de cámara es:
- Fade In
 - Panning
 - Midshot-long
 - shot
- 7.- Un guión literario es aquel que encierra:
- Las temas, tipos de tomas, movimientos de cámara .
 - El argumento del programa
 - La música
 - Las locaciones
- 8.- Los cursos de interés, a través de un programa de televisión maneja:
- Los momentos de atención del programa
 - El audio
 - El video
 - Las tomas y movimientos de cámara

9.- Una película mexicana con tema revolucionario es:

- a) Lo que el viento se llevo
- b) Cumbres borrascosas
- c) Aguila o Sol
- d) El Principio

10.- Una agencia de noticia mundial es:

- a) Latin
- b) Rintex
- c) Nueva China
- d) Notimex

VERIFIQUE SUS RESPUESTAS EN EL APENDICE . C

UNIDAD III: Comunicación en la organización

OBJETIVOS:

- 1.- El alumno explicará los tipos de comunicación que se dan en una organización.

CONTENIDO	OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES SUGERIDAS
<p>TEMA 1: Tipos de Comunicación en las organizaciones.</p> <p>1.1 Comunicación formal.</p>	<p>1.- El alumno definirá, con sus propias palabras, qué es la comunicación formal en una organización.</p> <p>2.- El alumno explicará por qué se da la comunicación informal en una organización y si, ésta puede ser sofocada o cómo la puede utilizar la organización para dirigirla hacia la productividad de la misma.</p> <p>3. El alumno diferenciará, a través de la elaboración de ejemplos y definiciones, los diferentes roles que tiene una persona en la comunicación: Líder de opinión Puente entre dos grupos Aislados Sociales</p>	<p>1.- Investigación bibliográfica para definir a la comunicación formal. Ejemplificación de comunicación formal.</p> <p>2. Investigación bibliográfica Clasificar la información existente en el Colegio como formal e informal.</p> <p>3. Mediante investigación bibliográfica, definir y ejemplificar en su medio cada uno de los términos: Líderes de opinión, Puente entre dos grupos y Aislados sociales.</p>

CONTENIDO	OBJETIVOS ESPECIFICOS	ACTIVIDADES SUGERIDAS
	<p>4. Explicará las causas de distorsión de la comunicación de la información en una organización y qué medios se pueden utilizar para reducir esta distorsión, a través de la elaboración de ejemplos.</p> <p>5. Explicará la importancia que tiene la capacitación como un factor que acerque los marcos de referencia de los integrantes de una organización y como un instrumento para mejorar la comunicación.</p> <p>6. Distinguirá el alumno entre comunicación interna y comunicación externa en una organización a través de la elaboración de definiciones y ejemplos.</p>	<p>4. Mediante investigación bibliográfica, analizar por qué se da la distorsión en las organizaciones. Sugerir medidas correctivas aplicables en su medio.</p> <p>5. Mediante investigación bibliográfica definir lo que es capacitación y la relación que guarda con la comunicación. A partir de una visita a una organización, explicar cuál es la función del departamento de comunicación dentro de una organización.</p> <p>6. En base a una visita a una organización, concluir y ejemplificar lo que es comunicación externa y comunicación interna.</p>

EVALUACION FORMATIVA

UNIDAD III

Esta prueba tiene la finalidad de medir el grado en que tú has alcanzado los objetivos correspondientes a la unidad dos.

Cada pregunta tiene 4 opciones. Lee detenidamente cada una de ellas y elige la que consideres correcta.

1.- Un memorándum es un ejemplo de:

- a) Comunicación informal
- b) Comunicación formal
- c) Líderes de opinión
- d) Puente entre dos grupos

2.- Un manual de bienvenida es un ejemplo de:

- a) Comunicación interna
- b) Comunicación externa
- c) Relaciones públicas
- d) Propaganda

3.- Cuál de estos elementos se encuentra fuera del área de comunicación:

- a) Boletín interno
- b) Tablero de avisos
- c) Manual de organización
- d) Periódico mural

4.- Un medio para reducir la distorsión es:

- a) Simplificar niveles de mando
- b) Ausentar niveles de mando
- c) Planificar la comunicación
- d) Centralizar la información

5.- Un líder de opinión es el que:

- a) Está más alejado de la fuente de información
- b) Está sobrecargado de información
- c) Finge como puente de dos grupos
- d) Está más cercano a la fuente de información

VERIFIQUE SUS RESPUESTAS EN EL APENDICE D

BIBLIOGRAFIA

- 1.- Comunicación en las organizaciones, Ricardo Ricard.
- 2.- Curso de redacción, teoría y práctica del estilo - del pensamiento a la palabra, Martín Vivaldi, Paraninfo.
- 3.- El aparato de propaganda política e ideológica del imperialismo, sus doctrinas y métodos, Georgui Arbatov, ed. Cartago.
- 4.- El cine, arte e industria, biblioteca Salvat de - Grandes temas.
- 5.- El cine contemporáneo, Biblioteca Salvat de Grandes Temas No. 38
- 6.- El periodismo en México 450 años de historia, María del Carmen Ruiz Castañeda.
- 7.- El periodismo en la Revolución Mexicana 1908-1917, Diego Arenas Guzmán Biblioteca del Instituto Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana.
- 8.- El periodismo en la Revolución Mexicana 1876-1903, Biblioteca del Instituto Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana.
- 9.- Hacia una comunicación administrativa integral, Sergio Flores de Gortari y Emiliano Orozco Gutiérrez. Ed. Trillas.
- 10.- La comunicación humana, José Luis Aranguren, Biblioteca para el hombre actual, Ed. Guadarrama.
- 11.- La comunicación de masas, Oliver Burgelin, Colección "Libros de comunicación social".
- 12.- La comunicación, Saundra Hybels, Richard L. Weaver, Lagos Consorcio editorial.
- 13.- La comprensión de los medios como las extensiones del hombre, Marshall Mc. Luhan, Ed. Diana.
- 14.- La muchedumbre solitaria, Riegman David, Paidós, Buenos Aires.
- 15.- Las noticias y la información, Biblioteca Salvat de - Grandes Temas, No. 9
- 16.- La publicidad, Biblioteca Salvat de Grandes Temas, No. 69.
- 17.- Las formas ocultas de la propaganda, Vance Packard.
- 18.- Literatura de la imagen, Biblioteca Salvat, No. 56
- 19.- Los medios de comunicación colectiva, Jaime Grodod, - Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, U.N.A.M.
- 20.- Los medios de información colectiva en México, Enrique Mazo, Imprenta Mexicana.
- 21.- Pero ¿que es la publicidad?, Eulalio Ferrar Rodríguez Herrero Hermanos Sucesores, México.
- 22.- Regeneración, Bartra.
- 23.- Sociología de los medios masivos de comunicación, Mc. Anil Denis, Ed. Paidós, Buenos Aires.
- 24.- Sociología de la radio y televisión, Cajentave Jean, Ed. Paidós, Buenos Aires.
- 25.- Técnicas de comunicación administrativa, Duhalt Krauss Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, U.N.A.M.
- 26.- Teorías de la comunicación masiva, M.L. de Fleur, Ed. - Paidós.
- 27.- Teoría de la imagen, Biblioteca Salvat de Grandes Temas, No. 29

APENDICE A

1.- B
2.- A
3.- C
4.- A
5.- D
6.- D
7.- D
8.- C
9.- C
10.- D

APENDICE B

1.- A
2.- C
3.- C
4.- D
5.- D

APENDICE C

1.- B
2.- A
3.- A
4.- B
5.- D
6.- B
7.- B
8.- A
9.- D
10.- B

APENDICE D

1.- B
2.- A
3.- C
4.- A
5.- D

LIBROS.

- 1.- Alva de la Selva, Alma Rosa.- Radio e ideología. México, ediciones El Caballito, col. Fragua Mexicana, N° 49, 1982.
- 2.- Baena Paz, Guillermina.- Como escribir un guión radiofónico, México, UNAM FCPYS, 1989.
- 3.- Baena Paz, Guillermina.- Manual para elaborar trabajos de investigación documental, 5ª ed. México, editores unidos mexicanos, 1986.
- 4.- Duhalt Krauss, Miguel F.- Técnicas de comunicación administrativa (manual para jefes o supervisores), México, UNAM, FCPYS, textos universitarios, 1983.
- 5.- Fernández Christlieb, Fátima.- Los medios de difusión masiva en México, México, Juan Pablos editor, 1982.
- 6.- Goded, Jaime.- Los medios de comunicación colectiva. Antología de lecturas. México UNAM, FCPYS, Serie de Lecturas N° 1, 1976.
- 7.- Kaplum, Mario.- Comunicación entre grupos. el método del cassette foro. Buenos Aires, Argentina, editorial humanitas, 1990.
- 8.- Kaplum, Mario.- Producción de programas radiofónicos. CIESPAL, Quito, Ecuador 1978.
- 9.- Prieto Castillo Daniel.- Diseño y comunicación UAM-Xochimilco, México, 1982.

- 10.-Prieto Castillo, Daniel.- La Fiesta del Lenguaje, UAM-Xochimilco, México, 1986.
- 11.-Rebell Corella, Ma. Antonieta.- et. al.- Perfiles del cuadrante, experiencias de la radio, México, editorial Trillas, 1989.
- 12.-Romo, Cristina.- Introducción al conocimiento y práctica de la radio. Guadalajara, México, ITESO, 1982.
- 13.-Vilar, Josefina y Villegas Teodoro.- El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica. México, UAM-Xochimilco, IMER-Plaza y Valdes, 1988.

Diccionarios.

- 1.- Diccionario Enciclopédico Grijalbo.- Ediciones Grijalbo, S.A. Barcelona, España 1986.

Documentos.

- 1.- Lavarte, Joaquín.- et. al.- Programa de estudios correspondiente a la materia de Ciencias de la Comunicación I. Colegio de Bachilleres. Dirección Académica, México, 1976.
- 2.- Nerici Imedeo G.- Aspectos fundamentales para un método o técnica de enseñanza. Documento N° 5 del curso "Didáctica y Docencia". Colegio de Bachilleres Dirección de Planeación Académica. Centro de Actualización y Formación de Profesores. Departamento Académico. México, D.F., octubre de 1990.
- 3.- Pérez Morales, Alfonso. et. al. Programa de la asignatura Taller de Análisis de la Comunicación II. Colegio de Bachilleres, Dirección de Planeación Académica. México D.F., febrero de 1988.

- 4.- Diario Oficial de la Federación, Artículo 3º del Acuerdo N° 71, por el que se determinan objetivos y contenidos del ciclo bachillerato. SEP, 24 de mayo de 1982.
- 5.- Consideraciones sobre la orientación, estructura y operación de las materias optativas. Colegio de Bachilleres. Dirección de Planeación Académica. Departamento de Análisis y Desarrollo Curricular. México, D.F., noviembre de 1987
- 6.- Estatuto General del Colegio de Bachilleres.- Título Primero, personalidad y fines. Colegio de Bachilleres, México, D.F., 1973.
- 7.- Esto es el sistema de enseñanza Abierta.- Colegio de Bachilleres.- Dirección de Planeación Académica. Centro de Enseñanza Abierta (s.f.).
- 8.- Lineamientos para la evaluación del aprovechamiento escolar.- Colegio de Bachilleres. Secretaria General Académica. Dirección de Planeación Académica. Centro de Planeación Académica, México, D.F., 1980.
- 9.- Objetivos Generales del Colegio de Bachilleres.- Colegio de Bachilleres. Centro de Evaluación y Planeación Académica. México D.F., 1980.
- 10.- Programa de estudios correspondiente a la materia de Ciencias de la Comunicación II. Colegio de Bachilleres, Dirección Académica, México, 1976.