



ESTRATEGIA DIDÁCTICA

El proceso de la comunicación



I. DATOS GENERALES

PROFESOR(A)	Josefina Escamilla Escobedo
ASIGNATURA	Taller de Comunicación I
SEMESTRE ESCOLAR	Quinto
PLANTEL	Colegio de Ciencias y Humanidades plantel Vallejo
FECHA DE ELABORACIÓN	3 de febrero de 2022

II. PROGRAMA

UNIDAD TEMÁTICA	UNIDAD II. El proceso de la Comunicación.
PROPÓSITO(S) DE LA UNIDAD	Comprenderá el proceso de la comunicación a través de la identificación de sus elementos para mejorar sus habilidades comunicativas.
APRENDIZAJE(S)	Aprendizaje indicativo Explica la comunicación como un proceso a partir de la identificación de sus elementos.
TEMA(S)	Del programa indicativo: Concepto y características del proceso de la comunicación: - Modelos lineales - Modelos horizontales Elementos básicos del proceso de comunicación - Emisor - Perceptor - Mensaje - Códigos - Canal (medio) - Contexto - Retroalimentación - Ruido

III. ESTRATEGIA

Desde los primeros semestres de la materia de TLRIID, se les enseña a conocer la situación comunicativa como la base de las relaciones humanas, pero en esta materia deben ubicar con más eficiencia los elementos que se les enseña desde primer semestre: emisor, receptor, mensaje y respuesta, pero ahora se les agregan otros para ser más específicos: contexto, código, canal/medio, redundancia, fidelidad y ruido, comunicación verbal y no verbal, información/comunicación y la importancia del uso de modelos y mapas en la Comunicación.

También localizarán y analizarán, en diferentes situaciones comunicativas, los elementos anteriormente aprendidos para entender su relación con la efectividad de un mensaje, para así plasmar el proceso de la



ESTRATEGIA DIDÁCTICA

El proceso de la comunicación



comunicación en un modelo (lineal, horizontal o circular), diseñado de manera colaborativa (Docs de Gmail).

Se promoverá la colaboración y relación del grupo para generar ambientes más dinámicos y de convivencia satisfactoria.

IV. SECUENCIA

TIEMPO DIDÁCTICO	10 horas en total. (5 clases, 4 en salón y 1 en aula de cómputo) Tiempo extra clase para lecturas.
DESARROLLO Y ACTIVIDADES	Inicio SESIÓN/CLASE 1 (2 horas) <ol style="list-style-type: none">1) Preguntar al grupo cuáles son los elementos del proceso de la comunicación que conocen. Obtener respuestas a manera de diagnóstico para ver cuáles elementos desconocen. Solicitar a un estudiante que vaya acomodando los elementos que conocen en un mapa mental o modelo que diseñe en el pizarrón, completamente a con su estilo para observar cómo acomodaría él los elementos.2) Ejemplificar, a través de una situación social o publicitaria, la importancia de la situación comunicativa, qué finalidad tiene ser un experto y conocer a los receptores, el contexto, etc.3) Estudiar los distintos modelos que representan a la comunicación (lineales, horizontales o circulares), a través de una lectura que compartirá la profesora. Después de esta lectura analizaremos el generado por el estudiante para ver a qué estilo se apega. Desarrollo SESIÓN/CLASE 2 (2 horas) <ol style="list-style-type: none">4) Conformar equipos de cinco personas máximo.5) Definir por equipo el concepto de comunicación y escribirlo en una hoja que entregarán a la profesora, documento que además incluirá los nombres de los integrantes del equipo.6) Planear por equipos un sociodrama que presente una situación comunicativa de cualquier tipo: correcta o comunicación fallida, pero que sirva para que, después de ser representado, se localicen los elementos que intervienen en el proceso de la comunicación.7) Presentar los sociodramas uno a uno durante el tiempo disponible), cada presentación se realizará por equipo y se leerán los conceptos que generaron para determinar qué estuvo erróneo o acertado.8) La profesora procurará la reflexión sobre la comunicación efectiva y qué repercusiones tiene, ello después de la presentación de los sociodramas.



ESTRATEGIA DIDÁCTICA

El proceso de la comunicación



	<p>SESIÓN/CLASE 3 (2 horas)</p> <p>Continuar con la presentación de sociodramas. Explicar las relaciones de cada elemento de la comunicación y, posteriormente, dejar que el grupo localice a los elementos: emisor, receptor, mensaje, código, canal, contexto, comunicación verbal/no verbal, información. Se les solicitará que comiencen a pensar cómo construir un modelo de comunicación basado en el estudio de la primera sesión sobre modelos lineales, horizontales o circulares, basado en su socio drama representado.</p> <p>SESIÓN/CLASE 4 (2 horas)</p> <p>Esta sesión se realizará en el Centro de Cómputo, la idea es solicitarles a los estudiantes que realicen su modelo de comunicación sobre los sociodramas (modelo lineal, horizontal o circular que represente el proceso de comunicación según lo hayan entendido). Se realizará de manera colaborativa en el Google Docs (tipo diapositiva), herramienta de Gmail. Se debe tener especial cuidado con el manejo de las relaciones entre los elementos, dónde se debe poner una línea, si es de dependencia o de correspondencia.</p> <p>Deberán concluir sus proyectos y enviarlos por correo a la profesora para que sean expuestos en la siguiente sesión.</p> <p>SESIÓN/CLASE 5 (2 horas)</p> <p>Con la ayuda de un proyector, se leerán todas las diapositivas generadas por los equipos para observar si fue correcto el acomodo de los elementos del proceso de comunicación, así como el correcto manejo de las relaciones entre estos, manejadas a través de líneas.</p> <p>En este sentido será importante señalarles a los jóvenes la característica de la comunicación con el manejo de modelos conceptuales, porque como ciencia, la comunicación tiende a este estilo de representación.</p>
ORGANIZACIÓN	<p>Se trabajará en salón de clase y centro de cómputo, así como en tiempo extraclase.</p> <p>Los grupos de comunicación tienen una asistencia aproximada de 30 estudiantes, se formarán alrededor de seis a siete equipos de trabajo, de cinco alumnos cada uno.</p> <p>Se pretende que la actividad se realice a manera de taller: por equipos realizar las actividades (definición de comunicación y sus elementos), presentarán sus sociodramas, colaborarán en el drive de Gmail para realizar su modelo de comunicación y discutir en plenaria cada representación y sus modelos.</p>



ESTRATEGIA DIDÁCTICA

El proceso de la comunicación



MATERIALES Y RECURSOS DE APOYO	<ul style="list-style-type: none">- Computadora para trabajo extra clase.- Computadora en centro de cómputo del plantel.- Herramienta de gmail: el drive de docs.- Cuenta de correo en Gmail para trabajar en la herramienta colaborativa de Google Docs .- Conexión a internet.- Escáner.- Cañón.- Memorias USB.- Bolígrafos.- Cañón y proyector blanco para la presentación de las exposiciones por equipo.- Plumones para pizarrón blanco.- Pizarrón y borrador.- Texto de lectura sobre Los modelos de comunicación de la Guía de Taller de Comunicación I (Escamilla y Arias, 2019).
EVALUACIÓN	<p>La evaluación de los aprendizajes correspondientes consta de varias fases:</p> <p>1) Evaluación al concepto entregado por los alumnos a través de una rúbrica para que se revisen entre equipos, cada una incluye los nombres de los integrantes.</p> <p>La rúbrica evalúa:</p> <ul style="list-style-type: none">a) El concepto de comunicación elaborado por cada equipo de trabajo.b) La creatividad de los equipos en cuanto a la temática de su <i>sociodrama</i> y las actuaciones logradas, que se sienta que hubo intención y esfuerzo.c) La conexión entre el concepto de comunicación construido y el sociodrama. <p>4) Se calificarán los modelos de la comunicación elaborados en Google <i>Docs</i>, permanecerá en la red para que sea descargado por la profesora y mostrarlo cada archivo de PowerPoint en el salón de clases con la ayuda de un cañón y computadora. De esa manera se explicará la importancia del uso de modelos comunicativos. Se evaluará la buena organización y el logro de resultados.</p>

V. REFERENCIAS DE APOYO

BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA PARA LOS ALUMNOS.	Bibliografía <p>Corral, M. de J. (2011). <i>Comunicación y vida I</i>. México: Edere.</p> <p>Cerrillos, J. Salvador. (coord.). (2009). <i>Taller de comunicación I</i>. Paquete didáctico. México: UNAM–CCH Oriente.</p> <p>Escamilla, J. y Arias, M.E. (coordinadores) (2019). <i>Guía de Estudios de Taller de</i></p>
---	---



ESTRATEGIA DIDÁCTICA

El proceso de la comunicación



	<p><i>Comunicación I</i>. CDMX: CCH Vallejo y Naucalpan.</p> <p>Mora, J. de la. (1999). <i>Explicación y análisis. Taller de comunicación I</i>. México: CCH-UNAM.</p> <p>González Alonso, Carlos (1989). <i>Principios básicos de la comunicación</i>. México: Trillas.</p> <p>Huerta Gómez, Flora <i>et al</i> (2010). <i>Taller de Comunicación I</i> (Guía para examen extraordinario). México: CCH Vallejo-UNAM.</p>
BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA PARA EL PROFESOR	<p>Bibliografía</p> <p>Escamilla, J. y Arias, M.E. (coordinadores) (2019). <i>Guía de Estudios de Taller de Comunicación I</i>. CDMX: CCH Vallejo y Naucalpan.</p> <p>Fournier Marcos, Carlos (1989). <i>Principios básicos de la Comunicación</i>. México: Trillas.</p> <p>Moles, Abraham A. (1991). <i>La imagen: comunicación funcional</i>. México: Trillas.</p> <p>Rangel Hinojosa, Mónica (1995). <i>Comunicación oral</i>. México: Trillas.</p>
COMENTARIOS ADICIONALES	<p>Es importante generar actividades que propicien una mejor relación entre los estudiantes de los grupos de 5to y 6to semestres; por experiencia he descubierto que son los grupos los que más les cuesta es relacionarse debido a que no están en todas las materias juntos, y a que ya tienen otros grupos de amigos fuera de sus horarios de clase. Por ello considero vital realizar actividades que provoquen una mejor interacción.</p>

VI. ANEXOS

Se incluyen todos los textos, rúbricas e imágenes completos en apoyo a la estrategia.

Por ejemplo:

Anexo 1: Lectura sobre El proceso de la comunicación y sus modelos extraído de

Escamilla, J. y Arias, M.E. (coordinadores) (2019). *Guía de Estudios de Taller de Comunicación I*. CDMX: CCH Vallejo y Naucalpan.

Aprendizaje 2

El alumno explica a la comunicación como un proceso a partir de la identificación de sus elementos.

Conceptos clave:

2.2.1 Concepto y características del proceso de comunicación

- Modelos lineales
- Modelos horizontales o circulares

2.2.2 Elementos básicos del proceso de la comunicación



ESTRATEGIA DIDÁCTICA

El proceso de la comunicación



- Emisor, receptor, mensaje, códigos, canal (medio), contexto, retroalimentación y ruido.

Sugerencias de actividades teórico prácticas

Realiza la lectura *Concepto y características del proceso de comunicación*.

2.2.1 Concepto y características del proceso de comunicación

Como recordarás, la comunicación es una herramienta que posibilita a los seres humanos expresar emociones, ideas y pensamientos. En este apartado revisaremos cómo utiliza diferentes elementos que interactúan y producen un fenómeno complejo.

En primer lugar, lee lo que dice el diccionario de la Real Academia Española sobre la palabra *proceso*:

1. m. Acción de ir hacia delante.
2. m. Transcurso del tiempo.
3. m. Conjunto de las fases sucesivas de un fenómeno natural o de una operación artificial.
4. m. *Der.* Conjunto de actos y trámites seguidos ante un juez o tribunal, tendentes a dilucidar la justificación en derecho de una determinada pretensión entre partes y que concluye por resolución motivada.
5. m. *Der.* causa criminal.

Proceso, proviene del latín: *processus* que remite a la idea de adelantar o progresar. Corral (2002) explica que en *comunicación*, un proceso corresponde a “la realidad que nos rodea: personas, modos de proceder de las instituciones de gobierno, educativas, religiosas, etcétera. En todas estas hay cambios como resultado de la influencia que ejercen las personas, las instituciones y los objetos” (pág. 55). Tal y como has podido apreciar a lo largo de esta guía.

Para Martín Serrano, el proceso de comunicación se da cuando todos los “sistemas [o elementos] que en ella participan”, operan todos los componentes, cada uno en el momento que le corresponde (Martín, pág. 153). De tal manera, que en esta guía entenderemos el proceso de Comunicación como una forma de interacción o intercambio de signos, datos o información que supone la participación de por lo menos dos actores que ocupan posiciones distintas y en el transcurso del acto comunicativo desempeñan funciones diferentes.

Para que entiendas cómo interactúan los actores comunicativos y qué elementos utilizan te invitamos a que revises los diferentes modelos que se han elaborado a lo largo de diversas etapas de la historia.

Los modelos

Un modelo es una construcción realizada por un investigador para comprender la estructura de una realidad. Los investigadores a través de modelos organizan, explican y simplifican la realidad a través de una representación (maqueta), idealización (esquema) o prototipo.

Martín, Piñuel, García y Arias proponen la siguiente definición de modelo: “un modelo es la representación de algún tipo de organización de alguna COSA. Para representar cualquier <<cosa>> es necesario tener en cuenta sus componentes y las relaciones que existen entre tales componentes” (1991, pág. 111).

Los modelos se producen en un momento histórico y en culturas determinadas, por eso, pueden cambiar, perfeccionarse o desecharse.

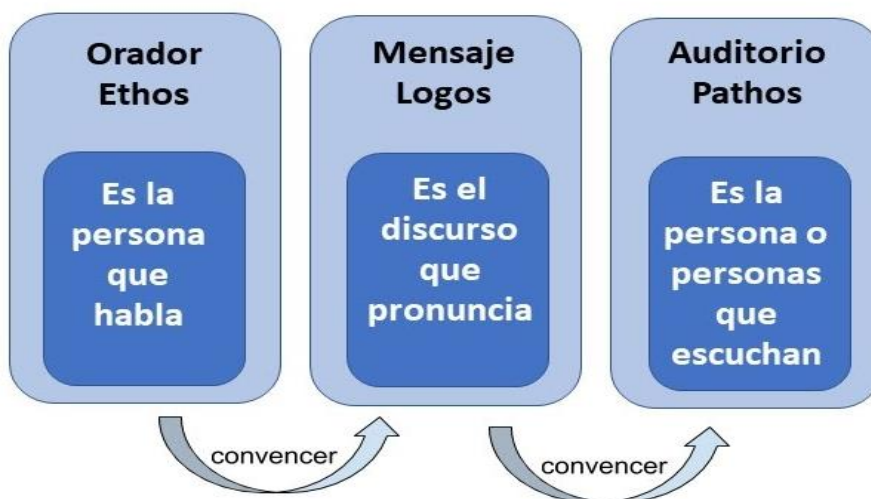
En comunicación, un modelo es una representación esquemática de diferentes elementos que integran un proceso y se pueden agrupar en dos grandes sectores:

Modelos lineales

El modelo lineal parte de la idea de que la comunicación es una serie de elementos encadenados en una dirección y en un sólo sentido.

Aristóteles (1998) consideraba que el objetivo central de la comunicación es la persuasión, es decir, un orador debe convencer a los demás para que tengan su mismo punto de vista. Esta manera de concebir a la comunicación como parte de la retórica se utilizó hasta la segunda mitad del siglo XVIII.

El modelo aristotélico utiliza como herramienta la comunicación y se basa en los siguientes elementos:



Castro y Moreno (2006) consideran que en el proceso aristotélico el *Ethos*, *Logos* y *Pathos* giran en torno a los intereses del orador, por tanto es un modelo de comunicación lineal.

Otro modelo, que se considera lineal, se concibió por Harold Dwight Lasswell en 1948, a través de un artículo titulado *Estructura y función de la comunicación de masas* en el que se plantea la Teoría de la aguja hipodérmica donde se propone que un mensaje con destino específico se recibe y acepta directamente en su totalidad por un sujeto. El ejemplo más común de la aguja hipodérmica es la propaganda que busca conseguir la adhesión de los sujetos a través de la manipulación de un mensaje.

Para Galeano, este modelo es lineal porque se sustenta en un Estímulo- Organismo-Respuesta. Y que se puede apreciar en el siguiente esquema que plantea Laswell:



ESTRATEGIA DIDÁCTICA

El proceso de la comunicación



1	2	3	4	5
Quién dice	Qué dice	Por qué canal	Para quién	Con qué efectos

1. Quién dice: es el sujeto que genera estímulos buscando una respuesta de uno o varios sujetos.
2. Qué dice: Es el estímulo comunicativo que aporta información y busca una reacción del sujeto o sujetos que estimula.
3. En qué canal: son los instrumentos físicos o técnicos que posibilitan la transmisión de los estímulos comunicativos.
4. A quién: son los sujetos que reciben los estímulos comunicativos y de los cuales se espera una reacción o respuesta.
5. Con qué efectos: respuesta obtenida en correspondencia con el estímulo. (Galeano, 1998)

Shannon y Weaver publicaron también en 1948 un modelo de comunicación que se pensó en el funcionamiento de las máquinas electrónicas y por ello se le conoce como modelo cibernético o matemático.

El modelo se compone de seis elementos: 1) fuente, 2) transmisor, 3) canal, 4) receptor 5) ruido y 6) destinatario final.

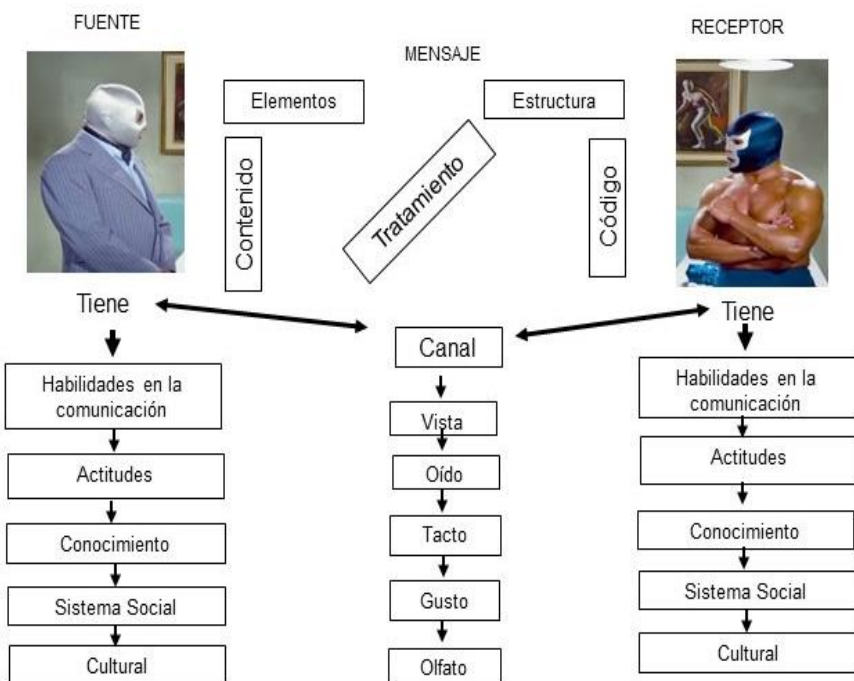
1. Fuente	El elemento inicial del proceso de comunicación; produce o emite signos que forman el mensaje a transmitir.
2. Transmisor	Es una máquina que transforma el mensaje emitido en un conjunto de señales o códigos que serán adecuados al canal encargado de transmitirlos.
3. Canal	Es el medio técnico que debe transportar las señales codificadas por el tránsito
4. Receptor	Se trata del receptor técnico, cuya actividad es la inversa de la del transmisor. Su función consiste en decodificar el mensaje transmitido y conducirlo por el canal, para transcribirlo en un lenguaje comprensible por el verdadero receptor que es llamado destinatario.
5. Ruido	Es un perturbador, que altera en diverso grado la señal durante su transmisión.

6. Destinatario	Es a quien está destinado el mensaje.
-----------------	---------------------------------------

No obstante, la sencillez, algunos investigadores de la comunicación consideran al modelo de Shannon y Weaver una ampliación de los modelos lineales.

El modelo de Berlo

David K. Berlo tomó elementos del modelo matemático de Shannon y Weaver y los adaptó a la comunicación humana. En este modelo el mensaje depende del bagaje social, cultural, conocimiento, actitudes y habilidades de la fuente, es decir de quien elabora el mensaje. Dicho mensaje es sometido a un tratamiento y codificación y decodificación que es recibido a través de los sentidos, por lo que cada individuo lo percibirá de acuerdo con sus habilidades de comunicación, sus actitudes, su conocimiento, su sistema social y su cultura.



En el modelo de Berlo **la fuente** es el sujeto que inicia la comunicación a partir de sus habilidades, actitudes y condiciones socioculturales.

El **mensaje** es el propósito de la fuente expresado de alguna manera. En él se consideran los siguientes elementos: código, contenido y tratamiento.

El **canal** son los sentidos que se utilizan para transmitir el mensaje.

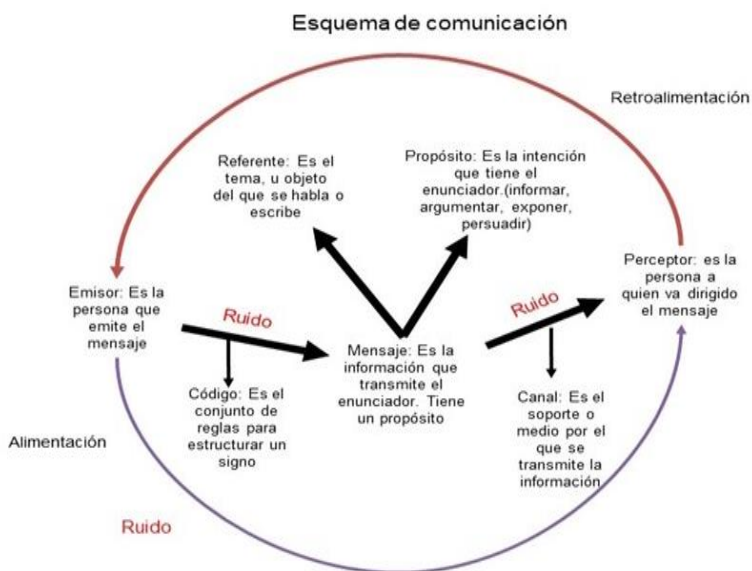
El **receptor** es la persona o grupo de personas que constituyen el objetivo de la comunicación.

Para algunos autores este modelo es lineal, para otros es circular, debido a que Berlo considera la comunicación como un proceso reglado que permite al ser humano negociar su posición en el entorno donde habita, por lo cual la comunicación persigue una respuesta.

Modelos circulares de comunicación

Los modelos circulares proponen que la comunicación es una interacción, un intercambio de significados e información entre varios sujetos comunicativos.

En el CCH la enseñanza de la lengua se enfoca en desarrollar la competencia comunicativa entre hablantes y contextos sociales e históricos reales y específicos. En los Talleres de Lectura y Redacción constantemente se hace referencia a la situación comunicativa. En el Taller de Comunicación se hacen algunos cambios al modelo para quedar como sigue (Corral, 2002, pág. 61-68).



Contexto Es todo lo que rodea un texto.

Físico: El lugar en el que se da la comunicación (página, calle, escuela, iglesia, parque)

Tiempo: La fecha, hora en que se produce la comunicación

Cultural: Son el conjunto de experiencias que tiene un individuo.

Semántico: Significado que adquiere una palabra de acuerdo a su posición en una oración.

Situacional: Corresponde a la jerarquía o posición social que posea el individuo

Modelo elaborado por Pedro David Ordaz con base en Corral (1985).



ESTRATEGIA DIDÁCTICA

El proceso de la comunicación



Anexo 2: Rúbrica para las actividades de elaboración de un concepto de comunicación y la representación de un sociodrama.

Elementos a evaluar	Excelente 10-9	Bien 8-7	Suficiente 6
Concepto elaborado que al menos contiene alguno de los elementos de la comunicación: emisor, receptor, propósito, mensaje, código, canal, contexto			
Representación creativa de una situación comunicativa en un sociodrama			
Vinculación del concepto elaborado de comunicación con el tema de su sociodrama			