

ÁREA: Comunicación Social

AÑO: 2010

ESPACIO CURRICULAR: Comunicación Social

HORAS SEMANALES: 2 (dos) horas

CURSO /DIVISIÓN: todos los 9nos Año

PROFESORES A CARGO: Benasayag, Natalia – Casanova, Gustavo - Correa, Mariela - Cruz, Claudia - Flores, Carlos - Gómez, Silvina- Guiñazu, Graciela - Marino, Mariana- Peña, Claudio - Utrero, Cecilia

PROGRAMACIÓN

Fundamentación

Nuestro espacio curricular involucra a la comunicación como un proceso en el que participan dos sujetos: un sujeto singular o colectivo que quiere/n decir y otro, que quiere comprender. Este proceso se da siempre en una situación comunicativa enmarcada por un ámbito o contexto sociocultural que, a veces, la condiciona ya que no es la misma para todos los sujetos que participan del proceso de comunicación. Esto es así, porque involucra conocimientos, creencias e ideas compartidas o no por ambos sujetos.

Por eso se trabajará el enfoque de la comunicación centrado en la comunicación interpersonal y grupal. Así como también se estudiará el campo vinculado con la comunicación como fenómeno social relacionada al fenómeno de la comunicación masiva y mediática. El estudio analítico de ésta se conoce como “**educación sobre los medios de comunicación**” y requiere ser abordado en forma sistemática por la educación formal.

Otra perspectiva ligada a la anterior se vincula con la posibilidad de utilización, en forma expresiva y creativa de las herramientas tecnológicas y discursivas de los medios de comunicación para producir discursos propios mencionados como “**educación en medios de comunicación**”.

Todos los aprendizajes abordados desde comunicación social intentan desarrollar la **competencia comunicativa**, pues ella es clave para el desarrollo cognitivo y social de los alumnos. Incluye saberes conceptuales, procedimentales y actitudinales relacionados con los lenguajes, códigos y sus formas de producción discursiva, así como también con la capacidad para “leer objetos de sentido”, producidos por la cultura. Para que esto sea posible **los alumnos deben reconocerse como audiencia y como productores de mensajes, identificando las mediaciones que se establecen entre la producción y el consumo**. Estas nuevas formas de participación e intervención en la realidad, no configuradas en currículos anteriores, descubren nuevos ámbitos poco explorados. Entre ellos el relacionar artes, comunicación, realidad socio histórica, hábitos de consumos, medios masivos y cultura adolescente.

PROPÓSITOS GENERALES

Durante el presente ciclo lectivo el equipo docente se propone construir marcos de interpretación a través de la propuesta pedagógica que promueva la reflexión y el juicio crítico desde el análisis del proceso de comunicación en sus diversas instancias: interpersonal, grupal, mediada y mediática. Como consecuencia de estas propuestas, los alumnos adquirirán conocimientos que les permitan crear sus propios productos.

INDICADORES DE LOGRO

El alumno debe lograr y demostrar que aprendió las siguientes habilidades:

UNIDAD DIDÁCTICA 1: Elaborar un afiche aplicando todos los conceptos teóricos y las técnicas estudiadas durante el primer bloque.

UNIDAD DIDÁCTICA 2: Reconocer y aplicar diferentes lenguajes (imagen-texto) en un soporte gráfico: la fotografía y el afiche.

UNIDAD DIDÁCTICA 3: Buscar, analizar y seleccionar información para la participación en una conferencia de prensa sobre los medios.

PROYECTO INTEGRADOR ANUAL : “Educación en consumo”

En el marco del proyecto de “Educación en consumo” se plantea un análisis crítico sobre los estilos de consumo culturales (consumismo, consumo responsable, saludable y sustentable) a través de la educación en valores en el 1º eje; una muestra de afiches en el 2º eje y la participación en una conferencia de prensa organizada por el Área de Comunicación Social en la que participarán distintos periodistas de los medios de comunicación locales, en el 3º eje. De esta manera las alumnas y los alumnos podrán comprender cómo impactan los medios de comunicación según sus distintas características en los modos de vida y las prácticas cotidianas de la ciudadanía.

CONTENIDOS

BLOQUE 1 : LA COMUNICACIÓN HUMANA

Introducción A LA COMUNICACIÓN HUMANA. La cultura y la comunicación .Comunicación y Comunicación Social. Modelo Clásico de Comunicación. Modelo Alternativo de Comunicación: Enfoque Semiótico. Significar – Comunicar. Elementos del proceso de la comunicación: sujetos o actores, ámbito sociocultural (contexto), texto y lenguaje. Esquema. TIPOS DE COMUNICACIÓN: Según los lenguajes: verbal, no verbal o mixto. Según la relación de los participantes: grupal, interpersonal (directas o indirectas). Según la presencia / ausencia de dispositivos tecnológico: mediática e interactiva. Competencia comunicativa. **TRABAJO EVALUATIVO DE INTEGRACIÓN Y APLICACIÓN:** Elaborar un afiche aplicando todos los conceptos teóricos y las técnicas estudiadas durante el primer bloque. **NOTICIAS DE LA SEMANA:** Selección, análisis e interpretación.

BLOQUE 2 : LA IMAGEN Y EL CONSUMO

La imagen. Concepto. Niveles de iconicidad. Aspectos técnicos: plano, ángulo, encuadre, luz. Signo. Definición y tipos: ícono, símbolo e índice. La publicidad y su diferencia con la propaganda y la promoción. Funciones de la publicidad. La marca, el eslogan. Recursos. Dossier “Educación en consumo”: Consumo sustentable. Necesidades y deseos. Derechos del consumidor. Publicidad ilícita (desleal, engañosa o subliminal). **TRABAJO EVALUATIVO DE INTEGRACIÓN Y APLICACIÓN:** Muestra de FOTOGRAFÍAS “EDUCACIÓN EN CONSUMO”. **NOTICIAS DE LA SEMANA:** Selección, análisis e interpretación.

BLOQUE 3: LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

Introducción a los medios masivos de comunicación. Historia y evolución de los medios: diario, radio, tv Medios Masivos de Comunicación y Medio de Comunicación. Características Características de los medios: Códigos, Afinidades y Diferencias. Análisis de las principales Agencias de información

Medio Gráfico: El Diario. Concepto. Características Principales. Formatos: tabloide, sábana , bolsillo y digital La Noticia. Valor Social. Relatividad de la noticia. Estructura de la Noticia. Pirámide Invertida: Fundamentos Los Géneros periodísticos: Informativos, entretenimiento y opinión. **TRABAJO EVALUATIVO DE INTEGRACIÓN Y APLICACIÓN:** entrevistas a PERIODISTAS EN CONFERENCIA DE PRENSA. **NOTICIAS DE LA SEMANA:** Selección, análisis e interpretación.

PROCEDIMIENTOS TRANSVERSALES Y PROPIOS DEL ÁREA

- Comprensión e Interpretación de textos
- Visión tecnológica de la producción de mensajes masivos
- Debate sobre situaciones cotidiana a partir de la lectura de las noticias semanales

CONTENIDOS ACTITUDINALES INSTITUCIONALES

- Respeto y cumplimiento de las normas de convivencia
- Valoración de las opiniones de los demás como aspectos esenciales para la construcción democrática del conocimiento

ACLARACIONES METODOLÓGICAS

1) CON RESPECTO AL DOCENTE: Se trabaja en equipos para la realización de los documentos específicos de cada bloque. Por lo que, cada año se trabaja con cuadernillos actualizados en función de las demandas institucionales y las necesidades detectadas.

2) CON RESPECTO AL ALUMNO: Las estrategias de enseñanza privilegiadas son: la exposición oral y crítica del hacer informativo internacional, nacional y provincial; el análisis pormenorizado de los documentos de trabajo de la cátedra; el acercamiento a la realidad del espacio en la vida cotidiana, previa mediación docente; la presentación de los productos finales por bloque y un trabajo de síntesis integradora en cada uno de ellos.

EVALUACIÓN

El equipo docente intenta, a través de estas propuestas de planificación, enfatizar una evaluación no sólo por resultados sino con alto privilegio de lo procesual. De esta manera, se observa estrategias de evaluación que promueven el seguimiento continuo del proceso de enseñanza y aprendizaje. Además se instala como necesidad que el alumno reconozca junto con el profesor el camino recorrido durante el dictado de la unidad. Haciendo visible el cómo se aprendió, las dificultades para no comprender y el reconocimiento efectivo del propio proceso de aprendizaje. Se promedian al menos dos (2) notas, una de las cuales corresponderá a una evaluación escrita.