

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CUYO
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS
DEPARTAMENTO DE APLICACIÓN DOCENTE

ÁREA: Comunicación Social

AÑO: 2012

ESPACIO CURRICULAR: Comunicación Social

HORAS SEMANALES: 2 (dos) horas

CURSO /DIVISIÓN: todos los 1° eros. Años

PROFESORES A CARGO: Benasayag, Natalia – Casanova, Gustavo - Correa, Mariela - Cruz, Claudia - Flores, Carlos - Gómez, Silvina- Guiñazú, Graciela - Marino, Mariana- Utrero, Cecilia- Sieg, Andrea.

PROGRAMACIÓN

Fundamentación

En este espacio curricular involucramos 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. El mismo siempre se da 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 o actores. Esto es así, porque involucra conocimientos, creencias e ideas compartidas o no por ambos.

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 estos aprendizajes apuntan al desarrollo de 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 “**Diario Digital**”

UNIDAD DIDÁCTICA 2: Reconocer y aplicar diferentes lenguajes (imagen-texto) en un soporte gráfico “**Propaganda y Publicidad**”

UNIDAD DIDÁCTICA 3: Investigar y seleccionar información para elaborar un producto multimedia que rescate el “**Buen Uso de las Redes Sociales**”

PROYECTO INTEGRADOR ANUAL: “El uso de las Redes Sociales”

En el marco del proyecto de “El uso de las Redes Sociales” se plantea un análisis crítico sobre los nuevos medios de comunicación, sus ventajas y desventajas en las relaciones sociales. Esta propuesta se presentará al estudiante a través del conocimiento de conceptos propios de la materia en el 1º eje; un trabajo crítico sobre el uso de la imagen en la propaganda y la publicidad en el 2º eje y la elaboración de un producto multimedia que integre todo lo aprendido durante el año 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.

COMPETENCIAS GENERALES

- ✓ Visualizar la necesidad y el derecho de acceso a lo comunicacional.
- ✓ Participar en diversas instancias de producción de medios escritos, sonoros. Audiovisuales y/o multimediales que promuevan la construcción y circulación de múltiples discursos.
- ✓ Desarrollar habilidades sociales para el trabajo.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

- ✓ Comprender los aportes de los medios en múltiples espacios.
- ✓ Reconocer y valorar sus conocimientos, destrezas y habilidades ligados al campo de la comunicación.
- ✓ Participar en procesos de democratización de la comunicación.
- ✓ Colaborar en el diagnóstico de problemas comunicacionales en diversas instituciones.
- ✓ Desarrollar la capacidad de escucha, diálogo y trabajo en equipo.
- ✓ Respeto a la diversidad cultural.
- ✓ Integrar equipos que desarrollen proyectos socio-comunitarios y campañas de bien público.

CONTENIDOS

Eje 1:

Comunicación: Comunicación como producción de sentido. Competencias comunicativas. Tipos de Comunicación. Medios de comunicación y su función social de formar, informar y entretener en el entorno local, regional, nacional e internacional. Medios Clásicos y Digitales y su relación con las Tecnologías de la Información y la Comunicación en distintas regiones, sectores sociales y distintos países. Condicionamientos económicos, geográficos, políticos y sociales relacionados con la comunicación y la tecnología. Versiones on line de los periódico, el hipertexto, el lenguaje multimedia y la construcción de comunidades.

NOTICIAS DE LA SEMANA: Selección, análisis e interpretación.

Eje 2:

Cultura multimedial en los medios de Comunicación: Medios de comunicación y su evolución: repercusiones (Rescate del concepto de imagen y signos) Construcción de la realidad social pública: del acontecimiento a la agenda (Noticia) Concepto de cultura. Cultura posmoderna. Cultura de consumo e individualismo. Cambio de roles ciudadano – consumidor, ciudadano – cliente. Industria cultural y su impacto en la circulación de los discursos. Publicidad, Propaganda y Promoción.

NOTICIAS DE LA SEMANA: Selección, análisis e interpretación.

Eje 3:

Nuevos medios de comunicación: Redes sociales. Cultura adolescente. Hábitos de consumo. Realidad socio histórica. Uso de las herramientas de internet: chat, correo. Foros. Producción de textos para la red. Posibilidades y límites de los buscadores actuales para rastrear información, experiencias y relatos. Formatos de producción narrativas. Proceso de producción radial, recursos de sonido. Radio en internet.

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 cotidianas 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. El uso de nuevas tecnologías en la elaboración y resolución de actividades que les permitan aprehender conocimientos a partir de la experiencia personal.

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.