**Programa Anual**

**Observatorio de Medios**

**5° B**

Año: 2018

Prof.: Lic. Pedro Ravera

Colegio San Ladislao

**OBJETIVOS DE APRENDIZAJE**

•  Apropiarse de métodos de investigación para el alcance de objetivos propuestos.

•  Desarrollar estrategias de participación grupal, con su respectivo compromiso y actividad solidaria con todos los miembros.

•  Comprender la importancia de la reflexión crítica en el análisis de la realidad de los fenómenos vinculados con la producción mediática.

•  Expresar reflexiones críticas surgidas del debate y la discusión abierta y creativa.

•  Comprometerse con su rol de ciudadano crítico frente a la comunicación de origen mediático.

•  Problematizar la realidad como vehículo de análisis y producción de significado.

**CONTENIDOS**

**Unidad N° 1: Análisis de propiedad de las industrias culturales. (Marzo – Abril - mayo)**

“Mapa de medios” en Argentina.

-  Concentración empresarial y servicios convergentes

-   Medios Públicos, Privados y Comunitarios

Ley de Servicios de Comunicación  Audiovisual

-  Democratización de los Medios vs. Ley de la Dictadura

**Unidad N° 2: Los Medios de comunicación como actores sociopolíticos (junio - julio-agosto)**

Rol de los medios

-  Los medios como puentes interpretativos de lo “real”.

-  Mediatización de la política: medios y participación política en las sociedades contemporáneas.

Sociedad del conocimiento/ Sociedad de la Información

-  La información como bien de cambio, consumo y coerción

**Unidad N° 3: Estrategias de producción discursiva de la información (septiembre-octubre)**

Debate Objetividad/ Subjetividad en la información.

-  Estrategia discursiva como “Construcción” de la información

Los medios como formadores de opinión

-  Línea editorial: la construcción de puntos de vista de los Medios.

-  Tensiones entre el derecho público a la información y los medios como organizaciones empresariales con fines de lucro.

-  Decisión editorial sobre temas  problemáticos: lo denotado y lo connotado.

**Unidad Nº4: Estudios sobre el uso social de los Medios (octubre - noviembre-diciembre)**

Aproximaciones a las formas de recepción y consumo

-  Multiplicidad de significados culturales y no la mera reproducción: Participación ciudadana en los medios de comunicación

-  Escenarios de coparticipación  del discurso de la información

El mundo virtual y el debate sobre cómo se construyen las prácticas sociales en un mundo digital

-  E-book, Blog, portales, como  nuevos horizontes de acceso a la información.

**Actividades**

* Guías de lectura
* Investigación bibliográfica
* Trabajos Prácticos
* Análisis de películas y documentales
* Realización de cuadros sintéticos y resúmenes.
* Explicaciones dialogadas
* Técnicas de recolección de datos: encuestas, entrevistas, observaciones, etc.
* Confección de un Informe de Investigación
* Realización y puesta al aire de un programa de radio en una emisora local.

**Criterios de evaluación**

• Interés por la búsqueda y la adquisición de nuevos conocimientos en fuentes tradicionales y alternativas.

• Creación colectiva de un ámbito armónico para el desarrollo de experiencias creativas y originales

• Nivel adecuado de participación grupal e individual.

• Cumplimiento de las pautas de entrega de las diversas instancias evaluatorias.

• Interacción responsable y comprometida con el funcionamiento del grupo.

• Adquisición de los conocimientos prácticos y teóricos de la materia.

**Bibliografía**

* Artículos periodísticos de los diferentes medios gráficos, audiovisuales, etc.
* Aparici, R. La Educación para los Medios de Comunicación. Disponible en

<http://www.wolkoweb.com.ar/apuntes/textos/educacion_medios.rtf>.

* Ayala, German. “Medios de Comunicación: Constructores de discursos que polarizan y desdibujan la otredad”. Revista Diálogos de la Comunicación N° 66 Lima, Felafacs, 2003.
* Becerra, Martín; Hernández, Pablo y Postolski, Glenn. “La concentración de las Industrias Culturales”, en Industrias Culturales: mercado y políticas públicas en Argentina. Ediciones Ciccus, Buenos Aires, 2003.
* BECERRA, Martín; “La sociedad de la información”, en Portal de la comunicación http://www.portalcomunicacion.com/esp/pdf/aab\_lec/11.pdf
* Noam Chomsky; “Diez estrategias de manipulación mediatica” Articulo
* Jose Pablo Feinmann; “La colonización de la subjetividad” Articulo
* CASTELLS, Manuel; La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol1. La Sociedad Red. Madrid, Alianza, 1997.
* Teresa Egger Brass, Maeisa Gallego, Gabriela Pedranti, Fernanda Salcito; Cultura y Comunicación” cap VII , editorial Maipue