

Comisión Costarricense de Cooperación con la UNESCO
Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva, UCR

Proyecto Buenas Prácticas de Alfabetización Mediática en Costa Rica

Módulo de capacitación en alfabetización mediática para docentes

Grupo 1
Laboratorio de cómputo 2
8:30 a.m. – 3:30 p.m.

Docentes

Dra. Lidieth Garro Rojas	lidieth.garro@ucr.ac.cr	Consultas vía correo electrónico y presencial previa cita
M.Sc. Yanet Martínez Toledo	yanet.martinez_t@ucr.ac.cr	Consultas vía correo electrónico y presencial previa cita

Presentación del módulo

La comunicación más que un fenómeno propio de los medios de comunicación debe ser entendida como un proceso en el que se constituyen relaciones humanas. La comunicación es el espacio de interacción en el que confluyen medios tradicionales, las nuevas tecnologías, las relaciones grupales, interpersonales e individuales. La comunicación forma parte de nuestras prácticas cotidianas y construye nuestra cultura. Es un bien público, por tanto acceder a ella es un derecho humano.

Ante la presencia múltiple de los procesos comunicativos en nuestras vidas, se hace necesario generar formas de alfabetización mediática que potencien la lectura crítica de textos mediáticos a los cuales acceden docentes y estudiantes dentro y fuera de los espacios de educación formal. En el aprendizaje de cómo se producen e interpretan los discursos mediáticos la escuela juega un importante rol, al igual que los medios de comunicación masiva, los medios digitales y las redes sociales.

En este módulo introductorio se toma como punto de partida el diálogo entre estudiantes y docentes en relación con el tipo de medios y programaciones preferidas por ambos con el fin de generar puentes para una interpretación compartida de los contenidos mediáticos con una mirada crítica. Privilegia la sensibilización sobre el consumo mediático de las personas jóvenes, la lectura crítica de medios, la relación entre consumos y tecnologías y la apropiación de estos contenidos en la planificación y diseño de actividades que se basan en los conocimientos y habilidades de las personas participantes.

Consta de cuatro sesiones en las que se abordan los siguientes temas:

- Usos que hacen los y las estudiantes de los medios
- Elementos para la lectura crítica de medios
- Consumo de medios y convergencia tecnológica
- Diseño y planificación de actividades de lectura crítica de medios con estudiantes

Esta capacitación se realizará en forma coordinada entre la Comisión Costarricense de Cooperación con la UNESCO y la Escuela de Comunicación de la Universidad de Costa Rica.

Se ofrecerá un certificado de aprovechamiento emitido por ambas instituciones y con el respaldo de la Vicerrectoría de Acción Social y reconocido por el Servicio Civil.

Objetivos

Generales

Dotar a profesores y estudiantes universitarios, docentes de Educación general básica y funcionarios del Ministerio de Educación de herramientas conceptuales y prácticas que les permitan introducir en el aula la perspectiva de la lectura crítica de la información y contenidos mediáticos.

Capacitar a docentes y estudiantes universitarios, docentes de Educación general básica y funcionarios del Ministerio de Educación en la lectura crítica de medios en el aula tomando como punto de partida el diálogo con los usos y experiencias mediáticas de los y las estudiantes.

Específicos

- Dotar a profesores y estudiantes universitarios, docentes de Educación general básica y funcionarios del Ministerio de Educación de herramientas para comprender los usos que hacen los y las estudiantes de los medios de comunicación.
- Dotar a profesores y estudiantes universitarios, docentes de Educación general básica y funcionarios del Ministerio de Educación de herramientas que les permitan reconocer los diferentes elementos que pueden intervenir en la lectura de los medios de comunicación por parte de docentes y estudiantes.
- Facilitar a profesores y estudiantes universitarios, docentes de Educación general básica y funcionarios del Ministerio de Educación elementos para reconocer las características del consumo de medios de las personas jóvenes en la convergencia mediática.
- Proporcionar a las y los participantes herramientas operativas para realizar actividades de lectura crítica.

Metodología de trabajo

El módulo consta de cuatro sesiones de trabajo presenciales que serán enriquecidas con actividades virtuales que permitirán dar continuidad a las discusiones presenciales.

- **Sesiones presenciales.** El horario de las sesiones es de 8:30 am a 3:30 pm. En cada una se dará respuesta a un objetivo específico del módulo. Se seguirá la modalidad de talleres en las que se pone especial énfasis en la participación de los y las participantes y en la construcción de conocimiento relevante a partir de las experiencias docentes y la literatura proporcionada en la

antología del módulo.

- **Sesiones virtuales.** Complementarán las presenciales. Serán un espacio en el que los y las participantes podrán seguir compartiendo experiencias e inquietudes respecto de los contenidos abordados. Para el desarrollo de esta fase se hará uso de la herramienta colaborativa. Esta herramienta permite interactuar, subir textos a la web y dejar comentarios.

Cronograma y contenidos del módulo

Viernes 29 de julio			
Fecha	Contenidos	Actividades	Bibliografía
8:30 –10:30	Apertura y descripción de las características del módulo	Presentación de las personas participantes. Levantamiento de expectativas. Presentación de objetivos y sesiones del módulo	
10:30-11:00	Receso		
10:00–12:30	Medios de comunicación: objetivos, tipos y funciones Usos de medios y brechas generacionales	Charla de docentes y debate en plenaria Análisis de connotación y denotación. Lo que dicen y lo que infieren los textos.	Thompson, J. B. (1988) Algunas características de la «comunicación de masas». En: Los media y la modernidad. Paidós: Madrid (43-52) Garro, L. y Martínez, Y. (2011). Segundo avance. Proyecto: buenas prácticas para la alfabetización de la información mediática en Costa Rica. San José. UNESCO - Universidad de Costa Rica.
12:30 - 1:30	Almuerzo		
1:30-3:30	Alfabetización mediática Lectura de medios, Lectura crítica de medios, claves para la lectura crítica Análisis de connotación y denotación. Lectura de géneros mediáticos. Show y hechos noticiosos	Charla de docentes y debate en plenaria Construcción de los conceptos de lectura y lectura crítica de medios Análisis de casos	Hall, S. (2004) Codificación y decodificación en el discurso televisivo. En: Cuadernos de Información y comunicación, 9 (210-236) Aparicio, R. Sf. La educación para los medios de comunicación. La Noticia espectáculo. Tomado de: http://www.dailymotion.com/video/x6oxwj_la-noticia-espectaculo_news
30 de julio – 18 de agosto	Profundización en los contenidos de la sesión presencial	Participación en Foro-debate Prácticas individuales y grupales	Bibliografía recomendada en el Módulo
Viernes 19 de agosto			

8:30-10:30	Comunicación lineal y comunicación interactiva: el lugar de la tecnología Comunidades de consumo e identidades mediadas	Análisis de casos Se compartirán tres casos de productos mediáticos hechos para públicos infantil y juvenil enfatizando en la diversidad de medios. Cada subgrupo analizará un caso siguiendo la guía de análisis. Presentación en plenaria	García Canclini, N. (1992) Los estudios sobre comunicación y consumo. El trabajo interdisciplinario en tiempos neoconservadores. En Revista Diálogos de la Comunicación. 32, marzo. Versión digital descargada en: http://www.dialogosfelafacs.net/revista/dialogos_epocadet.php?ed=82&cod=16
10:30-11:00	Receso		
11:00-12:30	Características de los consumos mediáticos de niños, niñas y jóvenes Relaciones entre consumo de medios de niños/as y jóvenes y lo que los medios ofrecen	Trabajo en grupos Charla	
12:30-1:30	Almuerzo		
1:30-3:30	Planificación de contenidos y técnicas en el diseño de actividades Implementación y evaluación de resultados	Trabajo en grupos Charla y conclusiones grupales	
3:30-4:00	Cierre del módulo		

Bibliografía complementaria

Sesión 1

McQuail, D. (2000). Introducción a la teoría de la Comunicación de masas. Editorial Paidós.

Pérez, R. "Juventud, uso de medios y tiempo libre. Un estudio con jóvenes de las provincias de San José y Limón". *Revista de Ciencias sociales de la Universidad de Costa Rica*, 2000-2001, 90(IV)-91(V), 65-81.

Imbert, G. (2003) *El zoo visual. De la televisión espectacular a la televisión especular*. Madrid. Estudios de televisión, 18, Gedisa, pp. 19-33, 83-105, 161-180.

Monsiváis, C. (2009) *Los mil y un velorios. Crónica de la nota roja en México*. México: Fondo de Cultura económica, pp. 149-197.

Pinch. T. (1997). La construcción social de la tecnología: una revisión. En: M.J. Santos y R. Díaz (comps.), *Innovación tecnológica y procesos culturales. Nuevas perspectivas teóricas* (pp.20-35). México: FCE-UNAM.

Reijnders, S (2007) Media rituals and festive culture. *International Journal of Cultural Studies*. Volume 10(2): 225–242. Sage Publications.

Rodrigo Alsina, M. (2005). La producción de la noticia. Madrid: Paidós, nueva edición, pp. 21-58.

Silverstone, R. (1996) [1994]. La apropiación, la objetivación, la incorporación, la conversión. En *Televisión y vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorroutu, 212-220.

Voloshinov, V. (1992 [1929]) *El marxismo y la filosofía del lenguaje*. Madrid: Alianza Editorial, pp. 118-137.

Sesión 2

Franquet, Rosa y Prado, Emili. (2005) *Convergencia digital en el paraíso tecnológico: Claroscuros de una revolución*. Disponible en: <http://www.ehu.es/zer/zer4/prado1.htm>.

Hebdige, D. (2004) *Subcultura. El significado del estilo*. Barcelona: Editorial Paidós.

Irain Bowker, N. (2001) "Understanding online communities through multiple methodologies combined under a postmodern research endeavor". En: *Forum: Qualitative social research*. Vol. 2. No 1. 2001. <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/980>

Dufour, V. (2002) *La medición de audiencias en internet: conceptos, análisis y ejemplos*. http://banners.noticiasdot.com/termometro/boletines/docs/consultoras/interating/2002/interating_metodos_medicion.pdf

Lindlof, Thomas R. "Media audiences as interpretative communities", *Communication Yearbook*, 11, 81 - 107.

Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios* (pp.63-109). Barcelona: Paidós Comunicación.

Miguel de Bustos, J. C. (2005) Estrategia de los grupos de comunicación en la era de la convergencia. En C. Bolaño, G. Mastrini y F Sierra (Ed.), Economía política, comunicación y conocimiento (pp. 97-122). Buenos Aires: La Crujía.

Quiroz, M. T. y Ana Rosa Telado (1996) "Los videojuegos y los niños peruanos: tiempo libre y socialización". Estudios sobre las culturas contemporáneas, vol. II, núm.4, diciembre 1996, 95 - 123.

Siles González, Ignacio. "Blogueando" a la tica: una mirada al uso de los blogs en Costa Rica. http://www.eccc.ucr.ac.cr/pdf/Siles_BlogsCR.pdf

Zallo, R. (1992) El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación. pp. 103-132. Uzkadi: Gakoa.