

Plan 367 Master Oficial en comunicación con fines sociales: Estrategias y campañas.

Asignatura 51042 LA ACCION EDUCATIVA EN LA COMUNICACION CON FINES SOCIALES

Grupo 1

Presentación

La Educación en materia de comunicación es un concepto reconocido por la UNESCO desde finales de los años setenta del siglo pasado. Ya en 1977 este organismo publicó un texto titulado *Media Studies in Education* y en 1984 editó un libro que compendia algunas de las experiencias más significativas a nivel mundial, desarrolladas a finales de los setenta y principios de los noventa en los cinco continentes. Se implantaba así el concepto de *Media Education*, denominación idéntica a la del libro al que se acaba de hacer referencia, que fue adaptado al castellano con el título de *Educación en Materia de Comunicación*. La *Media Education* o *Educación en Materia de Comunicación* permitió acuñar, fundamentalmente en el Reino Unido, Estados Unidos y Canadá, el término *Media Literacy*, en castellano *Alfabetización en medios*.

La educomunicación es el concepto más desarrollado a nivel contextual. Esta materia desarrolla contenidos vinculados con la educación en competencia mediática que trata de formar ciudadanos competentes en el conocimiento de los lenguajes, las técnicas y las formas de aprovechamiento social, educativo y cultural de la comunicación. Asimismo la educomunicación serviría para dar una orientación global acerca del diseño, producción y evaluación de proyectos multimedia orientados a la comunicación con fines sociales.

Programa Básico

Objetivos

- Describir la evolución del concepto de educomunicación en su relación con diferentes denominaciones manejadas en el campo de la acción educomunicativa: Educación en materia de comunicación, Media Literacy, Educación para los medios, educación en competencia comunicativa y educación mediática.
- Definir y comparar los diferentes modelos de educación y comunicación desde la perspectiva educomunicativa.
- Conocer los avances realizados por la neurociencia para definir la respuesta de los nuevos emisores-receptores (emirecs) desde la dialéctica emocional-racional.
- Aprender métodos básicos de análisis de los mensajes audiovisuales y multimedia.
- Conocer estrategias básicas para el diseño de materiales educomunicativos en el actual entorno digital.
- Aplicar estrategias básicas para el diseño de campañas con fines sociales desde estrategias educomunicativas.

Programa de Teoría

- La Educomunicación. De Freinet a Freire. Los precursores de la Educomunicación.
- Modelos de educación y comunicación. El modelo procesual en la formación de los nuevos emirec.
- Aportaciones a la Educomunicación desde la neurociencia: racionalidad y emoción.
- Educar en materia de comunicación en el contexto digital. Modelos educomunicativos desde la perspectiva de la alfabetización digital y la educación en competencia mediática.
- De la idea al diseño de estrategias para la realización de campañas educomunicativas: diseño, producción y explotación didáctica.

Programa Práctico

Las personas matriculadas deberán realizar una bitácora personal en la que describan su experiencia comunicativa y educativa tratando de identificar los modelos de educación y comunicación estudiados en el módulo y analizando cómo han influido estos en su propia experiencia personal.

Estudiarán la trayectoria de diferentes pedagogos y educomunicadores pioneros para analizar sus ideas y estudiar

cuáles son los planteamientos precursores y cómo aplicarlos en el contexto digital actual.

Los alumnos deberán definir estrategias educomunicativas aplicables a campañas que incorporen diseños de carácter multimedia.

Las prácticas finales serán presentadas y defendidas en el propio aula.

Evaluación

La evaluación se regirá por dos criterios básicos. Valoración de trabajos de clase: 40% de la nota, valoración de la calidad del trabajo fin de módulo y de la presentación del mismo, 50% y valoración de la activa participación en las clases del módulo 10%, de la nota final.

Bibliografía
