



Departamento de Ciencias Sociales. Programa Libre

Carrera: Profesorado en Comunicación Social.

Año: 2012

Curso: Taller de Análisis y realización de campañas educativas.

Créditos: 10

Núcleo al que pertenece: Electivo de formación para la intervención.

Tipo de asignatura: teórico-práctica.

Presentación:

Enmarcándose en el enfoque de la comunicación y la educación, el taller se presenta como un espacio de análisis y producción de campañas educativas.

¿Cómo se vinculan dialógicamente la educación y la comunicación? Cuando nos referimos a esta conjunción disciplinar queremos enfatizar en la importancia que tiene el campo de intervención de la comunicación en la educación, y viceversa. Los comunicadores sociales, al igual que los educadores no están situados en el entramado social como actores neutrales, por lo que la responsabilidad de sus discursos, de sus acciones e intervenciones, está dotada de un poder tan magnífico como peligroso. Comunicar y educar son acciones que comprometen siempre a un "otro", intentan provocar, estimular y transformar.

Sin embargo, ambas disciplinas se constituyen con lenguajes distintos y propios que las determinan, pero que con más frecuencia conviven y se enlazan con naturalidad.

En este sentido, podemos evidenciar que el lenguaje de la comunicación ha ingresado a la escuela: la necesidad de *formar con los lenguajes de la comunicación y las nuevas tecnologías* ya dejó de ser una expresión de deseo para convertirse en una urgente necesidad educativa. Asimismo, la discusión sobre una *televisión educativa*, o la emergencia de los contenidos educativos para la televisión pública ponen en escena esta convivencia disciplinar.

En este marco teórico en que se sostiene el curso, la propuesta es que los alumnos discutan, identifiquen, reflexionen y se interioricen sobre una problemática educativa para luego, a través del lenguaje radial y audiovisual diseñen y produzcan una campaña que evidencie el problema, provoque estímulos en otros y genere conciencia.

El curso que contempla estudiantes de varias áreas (provenientes de la comunicación social, las ciencias sociales y la educación) tiene como objeto central posicionar a los estudiantes como futuros profesionales, que pudiendo trabajar en el ámbito de la gestión pública, se encuentren capacitados para diseñar y ejecutar una campaña educativa-comunicacional.

Objetivos:

De los estudiantes:

- Que adquieran herramientas teóricas y conceptuales para analizar, discutir y reflexionar sobre la problemática educativa.
- Que adquieran competencias para relacionarse entre pares y consolidar vínculos en el trabajo colectivo.
- Que puedan apropiarse de una propuesta de práctica profesional.
- Que adquieran herramientas metodológicas y técnicas que les permitan desarrollar y diseñar una propuesta de campaña.

- Que se interioricen en el lenguaje comunicacional y educativo.
- Que puedan otorgarle significado futuro a la experiencia del curso.
- Que puedan articular, relacionar e interactuar con las propuestas y contenidos de otras materias.

Del Curso:

- Promover el ejercicio de pensar, reflexionar y *deconstruir* los textos que se presentan en el curso.
- Promover el trabajo en equipo y el compromiso colectivo.
- Posicionar a los estudiantes como futuros profesionales de las ciencias sociales capaces de desarrollar y producir: proyectos, materiales y distintas propuestas institucionales que apelen a la transformación y/o identificación de una problemática.
- Incentivar la participación activa, el diálogo, el intercambio y la discusión.
- Promover los abordajes teóricos interdisciplinarios.

Contenidos Mínimos:

Tipos de campañas comunicacionales y educativas. Campañas regionales y nacionales. Análisis de la conformación de los mensajes y de la recepción de los mismos. Contexto de intervención, públicos y planificación comunicacional de campañas. Información y prevención. Identificación de problemas educativos ¿Qué es un problema educativo? Diseño de propuestas comunicacionales en función de esos problemas. Lectura educativa de las audiencias. Educación y medios. Propuestas de televisión educativa: Presentación de experiencias del Canal Encuentro. Nuevos medios, nuevos discursos y nuevos actores. Modelos de educación y modelos de comunicación.

Contenidos Temáticos o Unidades:

Unidad 1. La educación en problemas o los problemas en educación ¿Qué es un problema educativo?

Esta primera unidad está dedicada a la discusión, análisis y reflexión sobre los problemas educativos. ¿Cuáles son? ¿Cuándo y cómo se constituyen como problemas? ¿A quiénes afectan, cómo y por qué? Los problemas y el paso del tiempo: ¿Qué era un problema educativo antes? ¿Qué problemas son los que perduran en el tiempo? ¿Cuáles son los que cambian?

Se trabajará sobre distintos textos, ensayos, perspectivas pedagógicas, y noticias mediáticas que discutan y reflexionen sobre algunas de las problemáticas educativas contemporáneas: El aburrimiento escolar, la motivación de alumnos, el malestar docente, la violencia escolar, las juventudes, la autoridad, la deserción escolar, la diversidad, las formas de lo escolar; entre otros problemas.

El objetivo de esta Unidad es que los estudiantes, considerando el carácter multidisciplinar del grupo, puedan distinguir, analizar, reflexionar y posteriormente profundizar sobre un problema educativo que luego será desarrollado en la propuesta de campaña.

Unidad 2. Educar y comunicar: Disciplinas en diálogo.

Planteamiento teórico del campo disciplinar.

En esta Unidad se planteará el campo disciplinar de la comunicación y la educación. La comunicación y la educación como disciplinas en diálogo permanente, enfatizando en la importancia de esta convivencia. Comunicar para educar, educar para comunicar. El lenguaje de la

comunicación y el lenguaje de la educación. Las pedagogías de la imagen. La educación y los medios. Los medios y la escuela.

El objetivo de esta Unidad es presentar el enfoque educativo-comunicativo que será el marco de análisis referencial del todo el curso.

Unidad 3. La Campaña Educativa. Diseño y análisis de materiales.

Esta Unidad estará dedicada al análisis de distintas campañas educativas, radiales, gráficas y audiovisuales. Se proyectarán materiales de campañas y se trabajará colectivamente en la discusión y análisis de cada una de ellas: ¿Cómo se plantea el problema? ¿Qué efectos produce? ¿Qué características tiene la propuesta estética de la campaña? ¿Qué recursos utiliza? ¿A quién está dirigida? A su vez, se profundizará en el diseño y planificación para el desarrollo de la propuesta final.

El objetivo de esta Unidad es que los estudiantes puedan interiorizarse en los diversos formatos de campañas, con el fin de diseñar y planificar el trabajo final.

Bibliografía Obligatoria:

Unidad 1:

- Abramowski, A (2010). Maneras de querer. Los afectos en las relaciones pedagógicas.

Cap. 3: *El amor en tiempos de fragilidad: tensiones éntrela escuela y la familia.*

- Bonal, X (2011). Sociología de la Educación. Una aproximación crítica a las corrientes contemporáneas. Cap 5. El escenario actual de la sociología de la educación.
- Corea, C; Lewcovicz, I (2010) Pedagogía del aburrido. Escuelas destituidas. Familias perplejas. Cap 3. El agotamiento de la subjetividad pedagógica. Cap 13. ¿Qué hacen los chicos con la tele? Cap. 14 Buenos y malos modelos un esquema educativo agotado.
- Dustchazki, S. Birgin, A (2007) ¿Dónde está la escuela? Ensayos sobre la gestión institucional en tiempos de turbulencia. Cap. 5. Los bordes de lo escolar.
- Fernández Enguita M, (1995) La escuela a examen. Un análisis sociológico para educadores y otros interesados.
- Gringberg, S; Levy, E (2010) Pedagogía Currículo y Subjetividad entre pasado y futuro. Cap. III ¿Para qué y quién forma la escuela hoy? Cap. IV. ¿Qué es ser niño y qué es ser joven en el siglo XXI?. Cultura, identidad y desigualdad en la escuela. Los menores, la pobreza y la escuela.
- Landreani, Nélica (2000) Alienación y trabajo docente en la educación neoconservadora. en revista Crítica Educativa. Año 3. N 4 Bs As.
- Pérez Gómez, J; Sacristán, G (1985) Comprender y transformar la enseñanza Cap 1: Las funciones sociales de la escuela.
- Pineau, P. (2005). ¿Por qué triunfó la escuela?, o la modernidad dijo: "Esto es educación", y la escuela dijo "Yo me ocupo". En La escuela como máquina de educar. Tres escritos sobre un proyecto de la modernidad.
- Saintout, F. (2009) Jóvenes el futuro llegó hace rato: Percepciones de un tiempo de cambios. Familia, escuela, trabajo y política. Pág 17 a 47; 49 a 57; 125 a 151.

- Saviani, Dermerval (1982) Teorías de la educación y el problema de la marginalidad en Latinoamérica. Revista Argentina de educación Año II N 3. Pp. 7 a 29. Bs. As Edic. Agge.
- Siede, I (2007) Normas, libertad y autonomía. En Explora Pedagogía. Programa de capacitación Multimedial. Documento de trabajo del Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología.
- Tenti Fanfani, E. (2009). Sociología de la Educación. Cap: III, IV, V.

Unidad 2:

- Abramowski, A (2010) La escuela y las imágenes: variaciones de una vieja relación. En "Aportes de la Imagen en la formación docente. Abordajes conceptuales y pedagógicos" Instituto Nacional de Formación Docente. Documento de trabajo.
- Barbero, J.M, Heredando el futuro. La educación desde la comunicación, en Rev. *Nómadas*, Santafé de Bogotá (Colombia), Univ. Central, 1997.
- Colle, R. (1978) La educación: un proceso de Comunicación. Edit. Osorno.
- Corea, Lewcowicz (2010) Pedagogía del aburrido. Escuelas destituidas. Familias perplejas. Cap 2. Pedagogía y comunicación en la era del aburrimiento.
- Huergo, J. Comunicación/Educación del desorden cultural al proyecto político, La Plata, Ed. de Periodismo y Comunicación (UNLP)
- Igarzábal, B (2010) Televisión, audiencias y sus tensiones con la escuela. En Aportes de la Imagen en la formación docente. Abordajes conceptuales y pedagógicos" Instituto Nacional de Formación Docente. Documento de trabajo.
- Kaplun, M (1996). El comunicador popular, Bs. As., Lumen-Humanitas.

Unidad 3:

- Ampuero, J. (1992) Reflexiones sobre la comunicación y la educación con medios gráficos. En Los medios sí pueden educar. Lima, Asociación de Comunicadores Sociales Calandria.
- Balán y otros (2000). Manual de Comunicación Comunitaria. En Barrio Galaxia. Buenos Aires, Centro Nueva Tierra. Pp- 33-63.
- Castelló Mayo, E. (2010) Las campañas de educación Vial de la Dirección General del tráfico: de la sensibilización a la victimización.
- Fernández, B. Cómo incidir en políticas públicas educativas. Lecciones aprendidas desde la sistematización de las experiencias de campaña educativa en América Latina y el Caribe (2002-2003). Documento de trabajo de Ayuda en Acción.
- Kaplún, G. (2002) Contenidos, itinerarios y juegos. Tres ejes para el análisis y la construcción de mensajes educativos. Ponencia ALAIC. Asociación Latinoamericana de investigadores en comunicación. Santa Cruz de La Sierra, Bolivia. 2002.
- León, J.L (1996). Los efectos estéticos de la publicidad. Edit. Ariel. Barcelona 1996.
- López Vigil, José Ignacio (1997): El Lenguaje de la radio. En manual Urgente para radialistas apasionados. Quito, Ecuador. Pp. 45-90.
- Prieto Castillo, D. Comprender la comunicación en la educación. En La comunicación en la educación. 2da Ed. Buenos Aires, La Crujía, 2004, pp 49-67.

- Saintout, F; Ferrante, N (2006) ¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre el público. La crujía. *Cap. 1 Los estudios de Recepción: De un modo de Investigar, a una moda, y de ahí a muchos modos*. Orozco Gómez, G. *Cap2. Las tram(p)as de los estudios de recepción y opinión pública*. De la Peza Casares, Ma. C.

Documentos:

- Análisis de los anuncios televisivos de las campañas de prevención de drogodependencias y su incidencia en la población adolescente y juvenil. Documento de trabajo del servicio de investigación social del Gobierno Vasco (2010)
- Manual de Comunicación y visibilidad. Programa de emergencia "Ran". Embajada de Italia en Guatemala.

Visionado de materiales:

- Compilado audiovisual y radiofonico de campañas educativas argentinas y extranjeras.
- Miniserie de 13 Capítulos "Yo puedo, vos podés" J.J Campanella. Canal Encuentro. 2010

Bibliografía de Consulta:

- Antelo, E. (2007). Variaciones sobre el espacio escolar. En *Las formas de lo escolar*. Ricardo Baquero, Gabriela Diker, Graciela Frigerio (Comps.) Ciudad de Buenos Aires. Del estante editorial.
- Bourdieu, P. y Passeron, J.C. (1995) La reproducción: elementos para una teoría del sistema de enseñanza, México, Fontamara. Libro 1: Fundamentos de una teoría de la violencia simbólica.
- Cornu, Laurence: "La confianza en las relaciones pedagógicas", en Frigerio, Graciela, Poggi, Margarita y Korinfeld, Daniel (comps.) (1999) *Construyendo un saber sobre el interior de la escuela*. Ediciones Novedades Educativa. Bs. As.
- Cullen, Carlos (1997) Críticas a las razones de educar. Bs. As. Ed. Paidós
- Da Silva, T. (1995), "El proyecto Educativo Moderno: ¿identidad terminal?", en *Revista Propuesta Educativa*.
- Flecha, R. (1994) Las nuevas desigualdades educativas. En AA.VV, *Nuevas perspectivas críticas en educación*, Barcelona, Paidós.
- Freire, P.(1985) Las virtudes del educador.
- Freire, P. (1970). Pedagogía del Oprimido. *Cap III*.
- Freire, P. (2009) La educación como práctica de la Libertad. *Cap. Educación y Concienciación* Edit. Siglo XXI
- Gentile, P. (1998) El consenso de Washington y la crisis de la educación en América Latina. En Álvarez Uría y otros (comp.) *Neoliberalismo versus democracia*. Madrid, La Piqueta.



- Giroux, H. (1990) Los profesores como intelectuales, Paidós, Barcelona. Caps. 3, 7 y 9.
- Huergo, J. Hacia una genealogía de Comunicación/Educación, La Plata, Ed. de Periodismo y Comunicación (UNLP), 2005; *Capítulos 4, 5 y 6.*
- Huergo, J., (2000) De la escolarización a la comunicación en la educación, en J. Huergo y M. B. Fernández, *Cultura escolar, Cultura mediática / Intersecciones*, Bogotá, Universidad Pedagógica Nacional.
- Landreani, N. (1998) La deserción escolar, una manera de nombrar la exclusión social.
- McLaren, P. y H. Giroux, Desde los márgenes. Geografías de la identidad, la pedagogía y el poder, en P. McLaren, *Pedagogía, identidad y poder*, Rosario, Homo Sapiens, 1998.
- McLaren, P (1994) Formación escolar del cuerpo posmoderno y Conocimientos de los medios de comunicación, ciudadanía guerrera y alfabetizaciones posmodernas, en *Pedagogía crítica, resistencia cultural y la producción del deseo*. Bs. As., Cuadernos Aique.
- Morduchowicz. R Paidós A mí la tele me enseña muchas cosas Papeles de Educación. 2001.
- Kaplún, Mario: El Video en la Educación Popular IPAL Instituto para América Latina.
- Kaplún, Mario: A la educación por la comunicación. UNESCO / Orealc, 1992, pp. 20-47. □
- Orozco Gómez, G: La Audiencia frente a la pantalla. Diálogos de Comunicación. FELAFACS.
- Rancière, Jacques (2005) *El maestro ignorante*. Barcelona, Alertes, cap. 1

- Torres, C. (2001) Grandezas y miserias de la educación latinoamericana del siglo XX. En Torres, C. (comp.). Paulo Freire y la agenda de la educación latinoamericana en el siglo XXI. Buenos Aires, CLACSO.

Evaluación:

Para la acreditación del curso en su modalidad libre los estudiantes deberán rendir un examen escrito presencial referido a la Unidad 1 y 2 del programa. Una vez aprobada esa instancia, deberán presentar una carpeta de trabajo del proyecto de campaña que contendrá:

1. Descripción de la situación problemática: deberá describirse el problema educativo al que refiere la campaña, argumentándolo teóricamente y evidenciando profundidad, conocimiento y análisis del problema seleccionado.
2. Propuesta estética de la campaña: Refiere al carácter de la campaña, cómo se contará el problema, con qué recursos estéticos, estilísticos, mediáticos, y visuales contará. Debe referir la justificación de cada recurso elegido.



3. Cronograma y dinámica: deberá especificarse a quiénes está destinado, en qué tiempos y dónde será presentado, cómo será presentada la campaña, justificando el lugar y el momento en que se hace la intervención.
4. Producción de la campaña: en un cd, se deberá adjuntar la campaña radiofónica sobre el problema y la campaña audiovisual.

Los estudiantes deberán aprobar las dos instancias. No podrán presentar la campaña si no cuentan con la aprobación de la instancia anterior de evaluación.

La nota final resulta del promedio del examen escrito, y de la presentación de la carpeta/proyecto.