



Misión del Instituto Superior Bonó
Formar personas "con y para los demás"
a través de las humanidades, ciencias sociales y la filosofía,
promoviendo un pensamiento crítico y una sensibilidad intercultural,
en el contexto de la sociedad tecnológica contemporánea,
mediante la docencia, la investigación y el debate público,
desde la tradición pedagógica de la Compañía de Jesús.

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA: Medios de Comunicación Social I

I. DATOS GENERALES

Clave: MCS-101

Prerrequisitos: —

Primer período académico

Cuatrimestre: Primero

Créditos: 3

Horas semanales: 4

Horas teóricas: 30

Horas prácticas: 30

Total de horas: 60

II. FUNDAMENTACIÓN Y DESCRIPCIÓN

Una característica de nuestro mundo es la demanda de una mayor participación en todos los ámbitos de la vida. A escala de los medios electrónicos, tradicionales y modernos, este fenómeno se refleja en el aumento de programas con participación directa de las audiencias. La interactividad es un "signo de los tiempos", pero no menos una estrategia de mercado. La radio y el teléfono son aliados inseparables y la palabra de la audiencia es la materia prima. En la República Dominicana, cientos de programas de radio y televisión son usados por el público para hablar de sus problemas y exigir soluciones. Por otro lado, el Internet ha pasado a la web 2.0, que no es otra cosa que la utilización de sus posibilidades para una mayor interactividad

El ciudadano no es solo el receptor, es también productor de comunicación. Es aquel que busca expresar su visión y su versión de los acontecimientos. Las industria electrónica mejora cada día las tecnologías "consumer". Cámaras de video, de fotografía, reproductores de música, etc., tienen precios cada vez más asequibles. En este contexto se generan dos tipos de demandas: a) la educación para la recepción y b) la educación o alfabetización para la expresión multimedia.

La presente asignatura busca potenciar en sus participantes la expresión multimedia. Reforzar la capacidad de expresión pública del estudiante-ciudadano.



Por ello, abordaremos los aspectos teóricos de la comunicación desde los problemas concretos que se generan en el terreno de la producción de contenidos para los medios tradicionales y modernos.

III. PROPOSITOS DE LA ASIGNATURA

Al final de este curso el/la estudiante, tendrá las siguientes competencias:

Cognitivas:

- Explicar el funcionamiento y la importancia social de las multimedia
- Reconocer las estrategias del mercado presentes en las multimedia, sus oportunidades y peligros

Procedimentales:

- Producir contenidos multimedia para la prensa, la radio, la televisión y el internet
- Analizar críticamente los contenidos multimedia
- Distinguir los valores de la comunicación

Interpersonales:

- Utilizar de manera receptiva y activa los multimedia de acuerdo a los valores de la educación ignaciana
- Educar a otros para la recepción y la expresión multimedia

IV. CONTENIDOS

Tema 1. Teoría de los medios de comunicación

- 1.1 Enfoques en la investigación en comunicación.
- 1.2 La propuesta de John B. Thompson
- 1.3 Tecnología, Comunicación y Cultura

Tema 2. Prensa escrita

- 2.1 Evolución del lenguaje
- 2.2 Evolución de la escritura
- 2.3 La imprenta
- 2.4 La prensa en República Dominicana
- 2.5 La función de la prensa
- 2.6 El papel de la prensa escrita (Opinión pública)
- 2.7 Géneros: entretenimiento, deporte, cultura, sociedad.

Tema 3. La radio



- 3.1 Radio y Sociedad dominicana contemporánea.
- 3.2 El lenguaje radiofónico
- 3.3 Radio educativa y Radio Comercial

Tema 4. La televisión

- 4.1 TV educativa y TV comercial
- 4.2 El Lenguaje televisivo
- 4.3 Realidad de la televisión en Republica Dominicana

Tema 5. Internet

- 5.1 Historia
- 5.2 Nuevo modelo de comunicación
- 5.3 Webblogs. Youtube, google, Messenger.

V. METODOLOGÍA

La metodología de la asignatura responde a su carácter teórico-práctico, y a la importancia de la participación activa del estudiantado en el proceso de enseñanza-aprendizaje que se acentúa de una forma especial en la parte de la producción de contenidos multimedia. Se hará ampliamente uso del salón multimedia y del centro de computación del Instituto Filosófico Bonó.

El curso se estructura de forma modular. Se proponen cuatro: 1) La Prensa Escrita 2) La Radio 3) La Televisión y 4) Internet. En cada uno de ellos habrá lecturas básicas obligatorias y se desarrollarán talleres para la producción de contenidos que deberán ser entregados al término del periodo asignado al módulo.

El modelo educativo a seguir es el Paradigma Pedagógico Ignaciano.

Las clases se organizarán en torno a las siguientes actividades en conformidad con los propósitos de la asignatura:

- interacción entre las exposiciones del facilitador y las intervenciones del estudiantado
- lectura crítica de textos indicados, para esto se les facilita a los estudiantes una selección de textos de acuerdo a los temas que se tratan, el estudio y la discusión de estos textos son el eje de la asignatura
- producción de contenidos de acuerdo a los diferentes talleres con la orientación del/la facilitador/a



VI. ACTIVIDADES

Las actividades corresponderán a los contenidos de los temas y se realizarán atendiendo a la duración de quince semanas previstas para el cuatrimestre de acuerdo a las normativas establecidas.

VII. AULA VIRTUAL

Los estudiantes podrán preparar cooperativamente sus trabajos e interactuar con el facilitador a través del "foro" que ofrece el aula virtual del curso.

VIII. EVALUACIÓN

Esta asignatura evaluará de manera continua, acumulativa, reflexiva y transparente. En consonancia con las políticas generales del Instituto, se tomarán en cuenta el uso correcto de la expresión oral y escrita y las metodologías propias del discurso filosófico académico (conceptos, categorías, citas, referencias, contextualización en la tradición filosófica). Las políticas del curso serán tomadas en cuenta en la ponderación de la evaluación.

Por el carácter teórico-práctico se tomara en cuenta de una forma especial la producción multimedia por los estudiantes en los diferentes talleres

Ponderaciones de los instrumentos de evaluación

Total de pruebas parciales:

- | | |
|----------------------|------|
| a) pruebas y tareas: | 35%; |
| b) prácticas: | 35% |
| - Prueba final: | 30% |

Las calificaciones porcentuales de los instrumentos de evaluación se dan de acuerdo al peso que cada uno tiene dentro del curso. La prueba final debe reflejar que el estudiante ha podido integrar los propósitos del curso.

IX. POLÍTICAS DEL CURSO

Las políticas del curso se establecen de acuerdo a los reglamentos a partir de un diálogo entre el facilitador y los estudiantes. En este marco, se toma en cuenta:

- la participación activa del estudiantado
- la asistencia puntual de las clases



- comportamiento adecuado en el desarrollo de las sesiones; se ruega que mientras se desarrolle la sesión, no se interrumpan las clases con mensajes provenientes del exterior, sea presencial, sea por celular.
- que todo trabajo que sea plagiado de Internet recibirá una calificación de "0" (cero), y no habrá derecho a reclamación. Si el estudiante suspendido en plagio vuelve a cometer la falta, será suspendido del curso, sin derecho a reclamo.
- el buen uso de las metodologías de la investigación de la disciplina (conceptos, categorías, citas, referencias bibliográficas, contextualización en la tradición filosófica).
- para la evaluación, el uso correcto de la expresión oral y escrita (ortografía, sintaxis, léxico y composición).

X. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y RECURSOS MULTIMEDIA

- BAUMAN, ZYGMUNT. *La cultura en el mundo de la modernidad líquida*, Bogotá, Fondo de Cultura Económica, 2013
- BIAGI, SHIRLEY. *Impacto de los medios de comunicación*, Mexico, D.F., Cengage Learning Editores, 2009
- BRIGGS, ASA/BURKE, METER. *De Gutenberg a Internet. Una historia Social de los medios de Comunicación*. Madrid, Taurus, 2002.
- CEBRÍAN, JUAN LUÍS, *La Red. Como cambiaran nuestras vidas los nuevos medios de comunicación*, Barcelona, Círculo de lectores, 1998
- DE FLEUR Y BALL-ROKEACH. *Teorías de la comunicación de masas*, Nueva York, edición revisada 1993
- DUCH, LLUÍS; CHILLÓN, ALBERT. *Un ser de mediaciones: Antropología de la comunicación. Vol. 1*, Barcelona, Herder S. A., 2012
- ECHANIZ, ARANTZA/PAGOLA, JUAN. *Ética del profesional de la Comunicación*, España, Centros Universitarios de la Compañía de Jesús, 2004
- ESPADA, ARCADI. *Periodismo Práctico*, Madrid, Espasa - Calpe, 2008
- ESPADA, ARCADI; HERNÁNDEZ BUSTO, ERNESTO (EDITORES). *El fin de los periódicos: Crisis y retos del periodismo actual*, Barcelona, Duomo Ediciones, 2009
- LÓPEZ VIGIL IGNACIO, *Ciudadana Radio. El poder del periodismo de intermediación*, Caracas, UCAB, 2004
- MATTELART, ARMAND. *Historia de la sociedad de la información*, Barcelona, Paidós Ibérica, S.A., 2007
- MATTELART, ARMAND; MATTELART, MICHÈLE. *Historia de las teorías de la comunicación*, Barcelona, Paidós Ibérica, S.A., 1995



MCLUHAN, MARSHALL. *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*, Barcelona, Paidós Ibérica, S.A., 1996

MONTAGUT, ALBERT. *Newspaper: Cómo la revolución digital transforma la prensa*, Bilbao, Ediciones deusto, s. A., 2012

OROZCO GÓMEZ, GUILLERMO. *La televisión entra al aula: guía del maestro de educación básica*, Mexico, D.F., Fundación SNTE para la cultura del Maestro Mexicano, 1998

SÁNCHEZ-TABERNERO, ALFONSO. *Los contenidos de los medios de comunicación: Calidad, rentabilidad y competencia*, Bilbao, Ediciones Deusto, S. A., 2008

THOMPSON, JOHN B. *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. España, Paidós, 1998

Además se utilizarán ampliamente recursos multimedia