



Universidad Nacional de Luján
REPUBLICA ARGENTINA

Nº DISPOSICION:

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD: La comunicación en las Redes Sociales

Docente Responsable: Mg. Carlos Javier Di Salvo	Cantidad de Horas: 10 Teóricas: 3 Prácticas: 7
OBJETIVOS GENERALES: - Reflexionar sobre los cambios sociales y culturales provocados por las Tecnologías de la Información y la Comunicación, especialmente por las Redes Sociales. - Analizar los nuevos lenguajes, soportes y herramientas que surgen al emplear las TIC como medios de comunicación y de trabajo colaborativo. - Aprender a utilizar diferentes espacios sociales que facilitan la circulación de la información y el trabajo en red.	
MODALIDAD: Taller Presencial.	
DESTINATARIOS: Personal Nodocente de la Universidad Nacional de Luján	
CANTIDAD MÁXIMA DE ALUMNOS: 30 personas. El cupo se debe a las posibilidades de equipamiento de las salas de informática y conectividad a Internet.	
REQUISITOS: - Tener conocimiento de cómo navegar en Internet y poseer una cuenta de correo electrónico. - Poder crear cuentas en distintos espacios web. - Participar de alguna red social	
CANTIDAD DE ENCUENTROS: Dos encuentros presenciales de 5 horas de duración cada uno.	
RECURSOS NECESARIOS: Computadoras Conectividad a Internet Acceso a las Redes Sociales en el aula de trabajo, incluido Facebook.	

FUNDAMENTACIÓN



La llegada de la web 2.0 y el desarrollo de las redes sociales han impulsado el surgimiento de nuevas herramientas potentes e innovadoras para el trabajo en red y colaborativo que permiten conformar verdaderas comunidades.

En este contexto, las redes sociales se constituyen como un medio de comunicación interactivo sin barreras de tiempo ni espacio, estando ésta disponible las 24 hs. del día y siendo posible de acceder desde cualquier computadora con conexión a internet.

"La verdadera comunicación no está dada por un emisor que habla y un receptor que escucha, sino por dos o más seres o comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos (aunque sea a distancia a través de medios [o canales] artificiales. Es a través de ese proceso de intercambio como los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria [...] Los medios masivos tal como operan actualmente en su casi totalidad no son medios de comunicación sino medios de información o de difusión. Podrían llegar a ser realmente de comunicación (y de hecho algunos pocos han logrado y demostrado serlo); pero para ello tendrían que transformarse profundamente [...] el proceso de la comunicación debe realizarse de modo que dé a todos la oportunidad de ser alternativamente emisores y receptores. Definir qué entendemos por comunicación equivale a decir en qué clase de sociedad queremos vivir" (Mario Kaplún)

En los medios de comunicación tradicionales se hace necesario conocer la forma correcta de interactuar con una audiencia que ya no es pasiva y que puede comunicarse por distintos canales. Se deben distinguir los distintos espacios sociales posibles de utilizar, como así también su formato, la forma adecuada de llegar a la audiencia y como generar emociones de tal forma que permitan crear una comunidad.

CONTENIDOS

- Cibersociedad.
- Nuevas formas de participación en la Web.
- Transmedia.
- Plataformas de Redes Sociales.
- Características de las Redes Sociales. Diferentes tipos y usos.
- Entornos personales de aprendizaje.
- La Radio Expandida.
- Las redes sociales en los medios de comunicación.
- La audiencia en la Web.
- El rol del Community Manager.
- Herramientas de la web 2.0 para el trabajo en red.
- Estrategias para repensar los espacios sociales institucionales.

Objetivos:

- Conocer la filosofía de la Web 2.0.
- Comprender la forma de interactuar y el contenido a publicar en las Redes Sociales más populares.
- Analizar las distintas tareas a llevar adelante para construir, gestionar y administrar una comunidad online.
- Entender a las Redes Sociales como espacios de trabajo colaborativo e inteligencia colectiva.



- Lograr una participación comprometida en distintos espacios sociales.
- Compartir recursos apropiados con colegas con intereses comunes.

METODOLOGIA

Se irá desarrollando cada uno de los contenidos ya mencionados, poniendo en diálogo la teoría y la práctica real a partir de realizar distintas producciones utilizando las herramientas que en cada charla se presenten. Se establecerán espacios de discusión e intercambio para compartir logros, dificultades, experiencias. Se presentarán y analizarán casos, elegidos por su riqueza tanto organizativa como tecnológica, que propicien intercambios fecundos y significativos que respondan para qué y por qué utilizar las Redes Sociales en los espacios de trabajo. Cada participante luego de la presentación de las herramientas y/o metodologías de comunicación por parte del equipo docente, deberá desarrollar actividades o propuestas, de manera apropiada y contextualizada a su espacio habitual de trabajo. Se buscará favorecer los intercambios horizontales, la circulación de la información, la cooperación entre distintos actores, la colaboración en las tareas, en definitiva la apropiación pertinente de las TIC en las tareas que a cada uno le compete.

FORMA DE EVALUACIÓN.

Evaluación práctica: Participación en los espacios sociales con las actividades solicitadas durante las jornadas y presentación de una planificación de trabajo en base a los conceptos vistos.

BIBLIOGRAFIA

Blog XarxaTIC (2012) "El nuevo modelo de lucha pasa por las redes sociales". Disponible en: <http://www.xarxatic.com/el-nuevo-modelo-de-lucha-pasa-por-las-redes-sociales/>

Coll, César y otros (2008). Análisis de usos reales de las TIC en contextos educativos formales: una aproximación socio-cultural. REDIE. Revista Electrónica de Investigación Educativa. Vol. 10 N° 1- Disponible en: <http://redie.uabc.mx/index.php/redie/issue/view/22>.

Castells, M. (1997) "La era de la información: economía, sociedad y cultura". Madrid, Alianza Editorial.

Pierre Lévy (2004), "Inteligencia colectiva". Disponible en: <http://inteligenciacolectiva.bvsalud.org/public/documents/pdf/es/inteligenciaColectiva.pdf>

Cobo, Cristóbal "La Revolución Web". México. Disponible en: <http://ergonomic.wordpress.com/>

Galindo Cáceres, L. (2003) "Cibercultura en la investigación. Intersubjetividad y producción de conocimiento". Revista TEXTOS de la CiberSociedad, 3.

[Handwritten signature]

Reggini, Horacio (2011) "Los social media según Marshall McLuhan: El mundo al compás de Twitter". Disponible en: <http://manuelgross.bligoo.com/20111214-los-social-media-segun-marshall-mcluhan-el-mundo-al-compas-de-twitter#content-top>

[Handwritten signature]