

Explorando los Medios: Proyecto de Comunicación Masiva

Lenguaje | Lectura | Aprendizaje Basado en Proyectos

Descripción

Este plan de clase tiene como propósito que los estudiantes de secundaria comprendan qué son los medios de comunicación masiva, cómo influyen en la sociedad y en su vida diaria, y desarrollen habilidades para analizar críticamente la información que reciben a través de estos medios. A partir de un proyecto colaborativo, ellos investigarán diferentes medios, sus características y funciones, para crear una campaña informativa que comparta con sus compañeros y la comunidad escolar. Este aprendizaje es relevante porque los medios están presentes en su entorno cotidiano y afectan sus opiniones, decisiones y relaciones sociales. Además, les permite ser consumidores activos y responsables de la información, fomentando su autonomía y pensamiento crítico. La metodología de Aprendizaje Basado en Proyectos facilita que los estudiantes trabajen en equipo, investiguen, reflexionen y produzcan un material tangible que muestre su comprensión del tema.

Objetivos de Aprendizaje

- Identificar y describir los diferentes tipos de medios de comunicación masiva y sus características.
- Analizar la influencia de los medios de comunicación en la sociedad y en la vida cotidiana de los estudiantes.
- Investigar y recopilar información relevante sobre un medio de comunicación específico para un proyecto colaborativo.
- Crear una campaña informativa que comunique de manera clara y creativa los aprendizajes sobre medios de comunicación masiva.
- Trabajar de forma colaborativa y autónoma para resolver un problema real relacionado con la comunicación.

Recursos Necesarios

- Pizarrón o pantalla digital para presentación.
- Marcadores, plumones de colores y hojas bond tamaño carta (mínimo 2 por grupo).
- Computadoras o tablets con acceso a internet (1 por grupo o al menos 2 para compartir).
- Proyector o equipo audiovisual para mostrar video.
- Video corto introductorio sobre medios de comunicación (3-4 minutos).
- Plantilla impresa para organizar la campaña informativa (incluye título, mensaje clave, imágenes).
- Cuaderno o libreta para tomar notas.

Requisitos Previos

- Conocimiento básico sobre tipos de textos y lectura comprensiva.
- Experiencia previa en trabajo en equipo y búsqueda de información simple.
- Habilidad para expresar ideas oralmente y por escrito.
- Familiaridad con el uso básico de internet para buscar información.

Actividades

Fase de Inicio

Tiempo estimado:

10 minutos

Propósito de la sesión:

Docente: Explica que hoy conocerán qué son los medios de comunicación masiva, por qué son importantes y cómo ellos mismos pueden crear un mensaje para informar a otros. Esto les ayudará a entender mejor la información que reciben diariamente.

Activación de conocimientos previos:

Docente: Pregunta a los estudiantes: "*¿Qué medios de comunicación conocen y utilizan en su día a día? ¿Para qué los usan?*" Anota las respuestas en el pizarrón para que todos las vean.

Estudiantes: Responden mencionando medios como televisión, radio, internet, redes sociales, periódicos, etc., y explican brevemente su uso personal.

Motivación y enganche:

Docente: Presenta un dato curioso: "*¿Sabían que cada día se envían más de 500 millones de mensajes en redes sociales solo en nuestro país? Los medios están en todas partes y afectan lo que pensamos y hacemos.*" Luego muestra un video corto (3-4 minutos) que introduce los medios de comunicación masiva y su impacto.

Estudiantes: Observan el video con atención y se preparan para compartir ideas.

Contextualización:

Docente: Conecta el tema con su vida cotidiana: "*Los medios no solo nos informan, también nos entretienen y nos conectan con otros. Entenderlos nos ayuda a tomar mejores decisiones y a expresarnos con claridad.*"

Estudiantes: Reflexionan sobre cómo usan ellos y su familia diferentes medios, tomando notas breves.

Fase de Desarrollo

Tiempo estimado:

40 minutos

Presentación del contenido:

Docente: Introduce el proyecto: *"Vamos a formar equipos para investigar un medio de comunicación masivo: televisión, radio, prensa escrita, internet o redes sociales. Cada grupo creará una campaña informativa para explicar a otros qué es ese medio, sus características, y cómo influye en las personas."*

Estudiantes: Se organizan en grupos de 3-4 personas y eligen el medio a investigar.

Actividad 1: Investigación guiada del medio de comunicación

- **Objetivo:** Identificar y describir características del medio elegido.
- **Instrucciones:**
 - **Docente:** Indica que cada grupo use internet y recursos impresos para investigar: ¿Qué es su medio? ¿Cómo funciona? ¿Qué tipos de mensajes transmite? ¿A quiénes llega?
 - **Estudiantes:** Buscan información, anotan datos relevantes y preparan un resumen breve para compartir.
- **Organización:** Grupos de 3-4 estudiantes
- **Producto:** Resumen escrito con características y función del medio
- **Tiempo:** 15 minutos
- **Rol del docente:** Observa el trabajo, responde dudas, hace preguntas como: *"¿Cómo creen que este medio influye en las opiniones de las personas?"*

Actividad 2: Planificación de la campaña informativa

- **Objetivo:** Crear un mensaje claro y atractivo para comunicar lo aprendido.
- **Instrucciones:**
 - **Docente:** Entrega la plantilla para la campaña y explica: *"Deberán elegir un título, crear un mensaje clave que explique la importancia del medio, y diseñar imágenes o dibujos que acompañen su mensaje."*
 - **Estudiantes:** Debaten en grupo, redactan el mensaje y hacen bocetos para su campaña.
- **Organización:** Grupos de 3-4 estudiantes
- **Producto:** Boceto o esquema de la campaña informativa
- **Tiempo:** 15 minutos
- **Rol del docente:** Apoya con ideas, fomenta claridad y creatividad, pregunta: *"¿Cómo harán para que su mensaje sea fácil de entender?"*

Actividad 3: Presentación breve entre pares

- **Objetivo:** Comunicar y explicar su proyecto a otros compañeros, practicando habilidades orales.
- **Instrucciones:**
 - **Docente:** Indica que cada grupo presentará su campaña a otro grupo y escuchará sus comentarios.
 - **Estudiantes:** Presentan en 3 minutos, reciben retroalimentación y anotan sugerencias.

- **Organización:** Parejas de grupos (grupos enfrentados para presentación)
- **Producto:** Presentación oral y anotaciones de retroalimentación
- **Tiempo:** 10 minutos
- **Rol del docente:** Facilita el intercambio, observa participación y señala aspectos positivos y áreas de mejora.

Diferenciación:

- **Estudiantes que terminan antes:** Pueden elaborar un glosario con términos importantes de medios de comunicación o buscar ejemplos reales actuales para enriquecer su campaña.
- **Estudiantes que necesitan más apoyo:** Reciben ayuda directa del docente o un compañero tutor para organizar la información y redactar el mensaje de manera sencilla.

Transiciones:

Al finalizar la investigación, el docente motiva: *"Ahora que conocen bien su medio, vamos a pensar cómo comunicarlo para que todos lo entiendan y valoren."* Luego, tras planear la campaña: *"Es momento de compartir sus ideas y aprender de otros grupos."*

Fase de Cierre

Tiempo estimado:

10 minutos

Síntesis:

Docente: Propone un mapa mental colectivo en el pizarrón donde se anotan las ideas clave de cada medio presentadas por los grupos, organizadas por características, funciones e impacto.

Estudiantes: Participan aportando sus resúmenes y observaciones para construir el mapa.

Reflexión metacognitiva:

Docente: Hace las siguientes preguntas para que los estudiantes respondan oralmente o en su cuaderno:

- ¿Qué aprendieron sobre los medios de comunicación masiva que no sabían antes?
- ¿Cómo creen que la información que recibimos por estos medios puede influir en nuestras decisiones?
- ¿Qué fue lo más difícil y lo más divertido de trabajar en este proyecto?

Retroalimentación:

Docente: Felicita la creatividad y el trabajo en equipo, señala ejemplos concretos de mensajes claros y bien explicados, y sugiere áreas para mejorar en futuras presentaciones.

Transferencia:

Docente: Explica que la próxima sesión se profundizará en cómo evaluar la veracidad de la información en los medios, y les invita a observar durante la semana qué mensajes reciben y cómo reaccionan.

Tarea o reto:

Docente: Propone que cada estudiante anote en una hoja un ejemplo de un mensaje en medios que le haya llamado la atención esa semana y reflexione por qué cree que es importante o no.

Evaluación

Tipo de evaluación: Diagnóstica en la fase de inicio (activación de conocimientos previos); formativa durante el desarrollo (observación, preguntas guía, retroalimentación en presentaciones); y sumativa en el cierre (producto final del proyecto y reflexión metacognitiva).

Criterios de evaluación:

- Identifica correctamente tipos y características de medios de comunicación (Objetivo 1).
- Demuestra comprensión de la influencia social de los medios (Objetivo 2).
- Investiga y selecciona información relevante para el proyecto (Objetivo 3).
- Elabora un mensaje claro y creativo en la campaña informativa (Objetivo 4).
- Participa activamente y colabora en el trabajo en equipo (Objetivo 5).

Instrumentos sugeridos: Lista de cotejo para evaluar el trabajo en equipo y participación; rúbrica para valorar la calidad del mensaje y la presentación oral; observación directa durante actividades; portafolio con el resumen y campaña final; autoevaluación y coevaluación entre compañeros.

Evidencias de aprendizaje: Resumen escrito de la investigación, boceto de la campaña informativa, presentación oral a pares, aportaciones en el mapa mental colectivo y respuestas a las preguntas de reflexión.