

PROVINCIA DE CATAMARCA



Ministerio de Educación, Ciencia y Tecnología

Subsecretaría de Gestión Educativa

Dirección de Educación Superior

Dirección de Educación Pública de Gestión Privada y Municipal

DISEÑO CURRICULAR

**TECNICATURA SUPERIOR EN
COMUNICACIÓN SOCIAL ORIENTADA
AL DESARROLLO LOCAL**

AUTORIDADES

Gobernadora de la Provincia de Catamarca

Dra. Lucía Corpacci

Vice-gobernador

Dr. Dalmacio Mera

Ministro de Educación, Ciencia y Tecnología

Magíster José Ariza

Subsecretaria de Gestión Educativa

Lic. Ricardo Cuello

Directora de Educación Superior

Lic. María Gabriela Quiroga

Director Educación Pública de Gestión Privada y Municipal

Prof. Fabián Herrera

**TECNICATURA SUPERIOR EN COMUNICACIÓN SOCIAL
ORIENTADA AL DESARROLLO LOCAL**

PLAN DE ESTUDIO

CARRERA: Tecnicatura Superior en Comunicación Social orientada al Desarrollo Local.

TÍTULO: Técnico Superior en Comunicación Social Orientado al Desarrollo Local.

VALIDEZ: Nacional

DURACIÓN: 3 (tres años)

CONDICIONES DE INGRESO: Título de Educación Secundaria Completo; Polimodal Completo y Mayores de 25 años establecido por el Art N° 7 de la Ley de Educación Superior N° 24521.

FINALIDAD DE LAS TECNICATURAS SUPERIORES

Los cambios socio políticos producidos en el mundo han impactado en el ámbito de la economía y del trabajo, inaugurando nuevas perspectivas en los sistemas organizacionales, en los regímenes laborales y en la producción industrial y tecnológica. Al mismo tiempo, estos cambios determinan nuevos posicionamientos y estrategias desde las ofertas formativas del nivel Superior.

La Ley de Educación Superior N° 24.521 establece que la educación superior no universitaria se encuentra bajo la responsabilidad jurisdiccional de las provincias y de la ciudad de Buenos Aires, a quienes corresponde dictar las normas de creación, funcionamiento y cierre de instituciones de este nivel. Teniendo en cuenta el marco normativo vigente, mediante la Resolución N° 117, la Dirección General de Educación, Ciencia y Tecnología de la provincia de Catamarca se ha planteado la revisión y actualización de las tecnicaturas de modo de mejorar la calidad de la oferta, racionalizar y fortalecer la formación técnica profesional del nivel.

Por su parte, la Ley de Educación Técnico Profesional N° 26.058, en su artículo 7 establece los siguientes propósitos específicos:

a) Formar técnicos medios y técnicos superiores en áreas ocupacionales específicas, cuya complejidad requiera la disposición de competencias profesionales que se desarrollan a través de procesos sistemáticos y prolongados de formación para generar en las personas capacidades profesionales que son la base de esas competencias.

b) Contribuir al desarrollo integral de los alumnos y las alumnas, y a proporcionarles condiciones para el crecimiento personal, laboral y comunitario, en el marco de una educación técnico profesional continua y permanente.

c) Desarrollar procesos sistemáticos de formación que articulen el estudio y el trabajo, la investigación y la producción, la complementación teórico-práctico en la formación, la formación ciudadana, la humanística general y la relacionada con campos profesionales específicos.

d) Desarrollar trayectorias de profesionalización que garanticen a los alumnos y alumnas el acceso a una base de capacidades profesionales y saberes que les permitan su inserción en el mundo del trabajo, así como continuar aprendiendo durante toda su vida.

Bajo este marco normativo y, cumpliendo con los principios generales que establecen las políticas públicas relacionadas con la educación, se enmarca la carrera de Comunicación Social orientada al Desarrollo Local. Como característica distintiva de las Tecnicaturas Superiores Socio Humanísticas, se enfatizará la relación con el territorio y la promoción de escenarios de política pública integrada, sosteniendo los proyectos formativos en una construcción permanente de la responsabilidad social del Técnico Superior en el desarrollo de una ocupacionalidad que responda con especificidad técnica a las necesidades del territorio.

FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

a- Argumentos o razones que justifican la creación de la carrera

En la Argentina existen numerosas opciones formativas alrededor de conceptos como “comunicación social” y “periodismo”, entre carreras universitarias y terciarias, oficiales o no oficiales. Frente a este panorama, es obvio que proponer una nueva carrera en tan amplio terreno exige, por lo menos, una reflexión acerca de cómo se ejerce la tarea de comunicar y de formar comunicadores.

Un informe de FELAFACS y UNESCO marca algunas orientaciones que han asumido las propuestas formativas en comunicación en la región:

En la región del Cono Sur, se produjo desde los años noventa una multiplicación de programas de comunicación y periodismo, sobre todo en instituciones privadas que fueron respondiendo a las demandas del mercado en términos de profesionalización; lo que parece haber marcado el debilitamiento de la investigación crítica y creativa como elemento fundamental de su actividad académica (FELAFACS /UNESCO, 2009, p14).

El estudio desarrollado por esta entidad internacional ahonda sobre las características de instituciones universitarias y no universitarias que ofrecen carreras de comunicación en el continente y marca algunas debilidades particularmente en la región sur:

La comunicación aplicada en proyectos de educación o de desarrollo social, sobre todo en comunidades aisladas o de bajos ingresos, aparece como un asunto pendiente de las carreras de comunicación en el Cono Sur. Más bien, encontramos vínculos importantes entre los programas

universitarios de los grandes centros urbanos orientados a la industria tradicional de los medios y a la gestión comunicacional en empresas. (FELAFACS / UNESCO, 2009, p 19)

El tema no es menor: el mundo hoy gira alrededor de los medios de comunicación, se despereza al son de la radio y opina asomándose a la tapa del diario o a una pantalla de TV. Sin embargo, la elaboración de estos mensajes –en diarios, revistas, programas de radio y televisión, o en Internet– transcurre muchas veces signada por el apuro y la imposibilidad de reflexionar; a espaldas, muchas veces, de la propia percepción, la propia sensibilidad e identidad cultural, repitiendo impensadamente temas y clichés narrativos y estéticos copiados de producciones nacionales e internacionales no siempre valiosas.

El problema es que los mensajes así generados son, precisamente, los que llegan a todos los hogares, los que están siempre a mano, ofreciéndose como compañeros de todos los momentos; formando una huella -demasiado profunda para ser ignorada- en nuestra manera de vivir, de enfrentar el trabajo y el trato interpersonal; en el modo de elegir líderes y de resolver nuestras diferencias; en cómo nos vestimos y en los sueños que nos atrevemos a anhelar.

A esto se suma la ausencia de prácticas comunicativas relacionadas, precisamente, con el desarrollo local, comprometidas con las problemáticas, la cultura y los valores propios de cada región, de cada comunidad. Prácticas que (como en el caso de las radios mineras en Bolivia, o de algunas importantes experiencias en teatro y televisión comunitaria en Latinoamérica y África) han demostrado tener una influencia positiva en el mejoramiento de la calidad de vida, la resolución de conflictos, el crecimiento y participación social y comunitaria en dichas áreas.

Estos limitados usos de la comunicación se reflejan, a veces, en la manera en que se forman comunicadores.

Al parecer, en América Latina existen más de 300 escuelas universitarias de comunicación, con una población superior a los 20 mil alumnos. La mayor parte de estas escuelas buscan formar profesionales para los medios masivos, las actividades publicitarias, la denominada comunicación empresarial y las relaciones públicas. No existe una sola facultad que forme comunicadores para el desarrollo (...) o comunicadores pedagógicos. Y en parte ahí se encuentra la explicación a tanto desastre comunicacional como encontramos en esas actividades. Es difícil comprender por qué siguen proliferando esas escuelas o facultades de comunicación para cuyos graduados no hay fuente de trabajo. La sociedad necesita de escuelas que formen los comunicadores que no existen. ⁽¹⁾

Esta ausencia señalada por Calvello (2001) se comprueba en nuestro país, donde no existen carreras de comunicación que orientadas específicamente al desarrollo local, integren una oferta que incluya el ejercicio de técnicas de financiación independiente, un uso reflexivo y temprano de los medios técnicos o la ampliación y enriquecimiento de estructuras y modelos narrativos. Tampoco existen muchas propuestas comunicativas en las que se observe la inclusión de la propia historia personal, familiar o comunitaria como materia a investigar y narrar. Es que, en general, en una enseñanza centrada en las Teorías de la Comunicación o en consignas marcadamente tecnológicas, permanecen ausentes éstos y otros ejes fundamentales para una comunicación entendida como herramienta comunitaria: las particularidades regionales, la participación social o más allá del uso específico de un medio de comunicación u otro. La riqueza social y cultural de cada distrito, o el uso de la

¹ CALVELLO, Manuel (2001) en Alfonso Gumucio Dagrón, HACIENDO OLAS, Historias de comunicación participativa para el cambio social. Fund. Rockefeller, Plural Editores, La Paz, Bolivia.

comunicación como arma de desarrollo y conocimiento no han llegado, todavía, a constituirse como claros ejes formativos, pedagógicos ni curriculares centrales.

El resultado es que los estudiantes egresan con una imagen un tanto limitada de los alcances y enormes posibilidades de su profesión, o de cómo echar mano de sus propios recursos: esos que traen de casa y de sus tradiciones, de su capacidad de observación, de su sensibilidad e inquietudes, de sus urgencias o particularidades. Y esta falta no es menor. Porque aunque es bien conocida la posición de Paulo Freire, y de otros educadores populares, de fijar como punto de partida lo que los estudiantes son y saben al ingresar a una institución educativa, quizás no se ha insistido lo suficiente en que es desde allí, del conocimiento y apreciación de sí mismos, donde la comunicación se convierte en herramienta de la transformación personal, comunitaria, social.

El Gobierno Nacional convirtió en ley su política de comunicación y con este marco, se abren otros horizontes y demandas para el campo profesional. La Ley 26522, que fue aprobada en octubre de 2009, provocó un cambio histórico para el país y Latinoamérica. El proyecto de la Tecnicatura en Comunicación Social con orientación al Desarrollo Local se inspira en los mismos principios de democratización y participación impulsados por la nueva normativa.

Tal como lo señala Loreti (UBA, 2010), la nueva ley reemplaza a la Ley de Radiodifusión 22285 de la dictadura militar que se limitaba a regular el uso del espectro radioeléctrico. La disposición actual plantea principios más ambiciosos porque pretenden marcar una presencia del Estado en las actividades de comunicación a fin de impulsar los valores democráticos de pluralidad y diversidad cultural.

Muchas experiencias de radios escolares, universitarias, barriales, rurales, etc. fueron creadas por el entusiasmo de los propios miembros de la comunidad (Un ejemplo de ello fueron la FM UTN de Córdoba y FM Zona Sur de Villa Libertador que nacieron en los 80 y 90). Sin embargo, con el tiempo los mismos impulsores se dieron cuenta de que reproducían los mismos esquemas de elaboración y comercialización de sus productos que las radios tradicionales. La diferencia era solo de escala. Se requieren comunicadores que sean capaces de impulsar y acompañar a las comunidades, escuelas, centros de salud, gremios, municipalidades para que elaboren su propio relato, para que recuperen su historia, para que tengan voz.

En este contexto, resulta necesaria una propuesta que forme profesionales comprometidos con el desarrollo local poniendo en juego conocimientos curriculares en sintonía con una educación de la sensibilidad que ha quedado históricamente por fuera de la pedagogía tradicional, excesivamente preocupada por los contenidos curriculares intelectuales-racionalistas.

Esta educación de la sensibilidad es, sin embargo, un espacio político y ético de enorme importancia. Sobre todo porque en la formación de profesionales de la comunicación suele suceder, además, que aún en los casos donde se propone una reflexión ética en materias y contenidos curriculares, ésta no logra empapar las prácticas formativas y profesionalizantes, que se usarán después en la vida laboral.

b. Sustentabilidad de la carrera

La aplicación, uso y manejo del concepto “desarrollo” en el campo de la comunicación, ingresó en la agenda política –por impulso de los organismos internacionales- con firmeza en los últimos años de la década del cincuenta y

comienzos del sesenta en América Latina. Dicha iniciativa se efectuó bajo los programas y planes heterogéneos como “Alianza para el Progreso”, propuestas de reconstrucción en el continente Europeo denominado “Plan Marshall” luego de la segunda guerra mundial y otras iniciativas preparadas para contrarrestar el hambre en zonas deprimidas del mundo como la FAO, son algunas muestras de una concepción basada en el desarrollo.

Pero, en el campo de la política, el término apareció a finales del siglo XIX y su expansión en occidente, se efectúa luego de los conflictos bélicos de la década del cuarenta. Dichos escenarios produjeron transformaciones de la organización socio-territorial, en particular, a partir de la revolución industrial y que se expande bajo la idea de progreso hasta mediados del siglo XX, ya sea según la idea de un espacio modificado por la acción masiva de la industria como una forma de producción, como así también con el plan de construcciones de sociedades que se erige sobre las comunidades pre-existentes con una mayor utilización de la ciencia y tecnología para dominar a la naturaleza misma. Es decir, la noción, se vincula de manera estrecha con la visión de progreso en las sociedades como un desafío comunitario con la orientación de modificar pautas de vida, y resolver problemas.

Lo enunciado en forma sintética hasta aquí, se corresponde y enlaza a la manifestación del fenómeno “desarrollo local” que conformaría un desprendimiento de aquellas perspectivas pero con sentidos diferentes y novedosos.

A partir de diversos debates e intercambios de opiniones que efectuaron docentes y profesionales de diversas áreas de las ciencias sociales en función de los temas de educación, comunicación y desarrollo local, se hace necesario plantear la necesidad de formar recursos humanos inmersos en el territorio provincial, además de promover experiencias y proyectos entre áreas del Estado y la sociedad civil, como así también con el sector privado.

Por tal motivo, la propuesta postula un proyecto de formación y perfeccionamiento específico en forma constante y simultánea que amalgaman enseñanza y desarrollo a través de prácticas y elaboración de piezas comunicacionales que aporten al desarrollo de la sociedad catamarqueña.

En un escenario caracterizado por la revolución científica-tecnológica y de las dificultades laborales que preocupan a la región, el propósito de la presente iniciativa se orienta a promover la capacitación de nuevos recursos humanos, como así también enriquecer el perfil profesional de los comunicadores que se desempeñan en el actual escenario de medios, formándolos en los siguientes aspectos:

1) con un perfil de investigación y conocimiento profundo del ámbito local, de sus problemáticas y potencialidades, de sus orígenes y su presente, de sus actores sociales y sus instituciones, de su cultura y sus recursos, fortaleciendo las redes y tramas sociales en las localidades de la provincia de Catamarca.

2) con capacidad de generar instancias de gestión y generación de recursos económicos, emprendimientos productivos y administración de recursos públicos y privados destinados a piezas, campañas y programas comunicacionales.

3) con competencias y recursos narrativos-estéticos, que incluya plenamente la herencia cultural local.

4) con un acceso crítico, profesional y de calidad a la tecnología, hoy imprescindible en cualquier medio o producción comunicacional y

5) con una mirada crítica sobre los alcances y límites de la propia visión, como así también con una actitud inclusiva y de respeto a las diversas opiniones.

La idea tradicional sobre las que se edifican las carreras de comunicación fue superada por las transformaciones tecnológicas y las demandas de las comunidades locales, que pretenden ahora comunicadores sociales que recuperen la participación social e incorporen los nuevos géneros y tecnologías de la comunicación e información.

En otros términos, son complejos los atributos de un objeto cuyo estudio constituye hoy uno de las problemáticas culturales más apremiantes. Por tal razón, la propuesta de estudio de comunicación relacionada al desarrollo local necesita de una construcción rigurosa y con altos niveles de prácticas de proyectos comunicacionales en territorios específicos.

En las sociedades contemporáneas, el fenómeno de la comunicación ya no se corresponde únicamente a la “*especie mediática*” pues aparecieron nuevas formas de elaboración de la comunicación insertos en los procesos socio-históricos además de las transformaciones que produjeron las nuevas tecnologías en los hábitos cotidianos de las personas en dichos contextos. La propuesta aspira a implementar un campo de formación que considere las transformaciones de la revolución científica-tecnológica y su incidencia en la realidad de Catamarca, además de los cambios culturales por la que atraviesa la comunidad de cada localidad.

La idea de Comunicación Social orientada al Desarrollo Local postula y ensambla una carrera que pretende formar un colectivo de profesionales de la comunicación, que puedan desempeñarse con adecuada competencia, manteniendo una postura crítica y reflexiva hacia las mencionadas transformaciones y en consecuencia, adoptando en cada caso, posiciones que favorezcan la búsqueda del “bien común” en un territorio específico. Pero también, que sean el resultado de una trayectoria educativa con numerosas horas de prácticas y elaboración de proyectos de comunicación relacionados con la comunidad local.

En el marco de antecedentes y facilidades para la implementación de la nueva propuesta académica, se hace necesario especificar algunos de sus fundamentos en el nivel superior del sistema educativo catamarqueño.

Las tecnologías de la información y la comunicación se han incorporado progresivamente en todos los niveles educativos de la provincia y estos nuevos escenarios de formación determinan una revisión y actualización de los contenidos y las competencias de los egresados de comunicación en sus contextos locales.

En los últimos años se han conformado en la provincia una significativa muestra de la sociedad civil, desarrollándose importantes experiencias de las ONG, clubes, sociedades de fomento, comedores comunitarios, centros vecinales, que plantean una serie de necesidades y demandas hacia el sistema educativo formal.

Así estos entornos permiten establecer nuevas relaciones entre comunicación y desarrollo, pues supone cambiar sistemáticamente en el tiempo: la realidad presente, el futuro a crear y el cúmulo de memorias construidas. Esto permite afirmar que la comunicación está en deuda con el desarrollo y la teoría está en deuda con la experiencia.

Según se afirma habitualmente, “toda comunicación” entraña alguna forma de desarrollo, pero ésta deberá ser dirigida y planificada para lograr cambios concretos, tanto en la sociedad como en las instituciones y los individuos que eligen el bienestar, la calidad de vida, la organización, la esperanza, el servicio público, la democracia y la inclusión.

El desafío consiste en pensar en una comunicación profunda y de cotidiana creación cultural con múltiples fórmulas de transformación y búsqueda de bienestar, una forma de construcción social en alteridad

permanente que incita a pensar desde lugares diferentes a los centros y autoridades, planeando metas posibles en un presente frágil a desarrollar.

Cabe manifestar que, el desarrollo local es una expresión reciente que surge en contraposición a la concepción tradicional, en la que el desarrollo hacía referencia a fenómenos puramente macro-económicos.

Quizá una de las primeras ocasiones en las que se advierte este cambio en la concepción fue cuando estuvo relacionada con desarrollo a escala mundial (Max Neef, 1991), pero dicho “desarrollo mundial” no es posible salvo a escala local, situación que generó otros términos como “desarrollo local” e “integración” (Veiga, 1995) que, aunque específicos eran insuficientes para explicar el fenómeno. Entonces, se pensó en el desarrollo como una totalidad y es allí, cuando empieza una construcción del concepto de “desarrollo humano” (Sem, 1997). A partir de esta mirada más sensible ya no se puede pensar en un desarrollo que suponga algún tipo de sacrificio para unos –ya sean sociedades, territorios o el mismo medio ambiente- y beneficios para otros, sino que idea un “desarrollo sostenible” (Buarque, 1997) como también un “desarrollo descentralizado-regional” (Boissier, 1999) y “desarrollo endógeno” (Vázquez Barquero, 1999).

Desde dicha perspectiva, ya es necesaria una comunicación comprometida con los simbolismos culturales propios y múltiples, para articularse verdaderamente con el desarrollo entendido como el proceso de transformación de una sociedad de un campo de historicidad a otro (Tourraine, 1995) en búsqueda de un horizonte más equitativo y solidario.

Como se puede observar, el término “desarrollo” se utiliza en muchas ocasiones pero pocas veces aparece definido o claramente concentrado. También es oportuno citar la relación entre “territorio” y “desarrollo”, que aportan un enfoque y a la vez habilitan un conjunto de

instrumentos que deben tenerse en cuenta en todos los procesos de planificación social.

Desde este enfoque los egresados de la Tecnicatura en Comunicación Social orientada al Desarrollo Local, estarán en condiciones de utilizar metodologías específicas del campo científico-técnico, adaptarlos y aplicarlos de modo pedagógico en áreas rurales y urbano-marginales, promoviendo una estrategia de intervención en comunidades, grupos y municipios. Ello se logrará en base a métodos participativos –y no centralistas- como así también, estos nuevos técnicos de la comunicación harán uso de herramientas construidas para compartir información compleja con la población analfabeta, multilingüe y de bajo nivel de escolaridad.

La nueva oferta académica deberá proveer formación para la intervención en el campo social, además de los diagnósticos, diseños, y evaluación de proyectos e intervención en la ejecución de programas de desarrollo. De esta manera, los técnicos serán a su vez, promotores del desarrollo y productores de comunicación en sociedades donde se inserten. Además podrán efectuar capacitaciones en terreno, y ofrecerán sus conocimientos de especialistas en metodologías participativas en áreas científicas, culturales, institucionales con finalidad comunitaria.

La provincia de Catamarca, propone ejecutar la nueva carrera con el enfoque de desarrollo local con el objetivo de aportar a las transformaciones sociales de nuestras comunidades urbanas y rurales.

PERFIL FORMATIVO

El objetivo estratégico de la carrera es ayudar a que la comunicación y los comunicadores participen activamente en los procesos de desarrollo humano, social, rescate cultural, conocimiento mutuo, comprensión de sí y respeto por la diversidad y características de los individuos, grupos, actores, instituciones u organizaciones públicas o privadas, de una comunidad.

Requiere, por tanto, una redefinición de contenidos y, sobre todo, de estrategias educativas que enriquezcan y profundicen la tarea de un comunicador. Las amplias y poco explotadas posibilidades de la comunicación en el mundo del desarrollo reclaman esta redefinición que, por otro lado, es hoy una necesidad del campo entero de la cultura.

La enseñanza de la Comunicación orientada al desarrollo debe superar, entonces, tanto los clichés, temas y formatos que hoy proponen los medios masivos, como las concepciones de los años 50 y 60 que limitaban la idea del desarrollo a la actividad económico-industrial, barriendo con particularidades culturales y regionales en pos de una “modernidad” que sólo buscaba homologar diversidades al modelo de vida de los grandes centros de poder político. Como bien señala Germán Rey: “El desarrollo no es sólo caminos, puentes y hospitales, sino (...) encuentro de las culturas que se enriquecen mutuamente, intercambiando valores y expresiones”.

Sobre estas ideas, la formación de estos nuevos comunicadores se orienta sobre los siguientes ejes:

Comunicación y comunidad. Desde el comienzo de su formación, los estudiantes deberán investigar la realidad local y realizar artículos, programas u otras producciones que faciliten el conocimiento crítico que una comunidad tenga de sí, de sus problemáticas, producciones, necesidades, aspiraciones o logros.

Recursos narrativos. Los comunicadores estarán en condiciones de ampliar sus modos de contar, utilizando formatos, estilos, narrativos diversos: históricos o contemporáneos, locales o internacionales, folklóricos, literarios, pictóricos, dramáticos, que amplíen su potencia y capacidad de mirar, apreciar, contar, sintetizar, explayarse, inventar, transmitir.

Tecnología y reflexión. Desde el comienzo de la carrera se accederá al manejo de las herramientas tecnológicas propias del trabajo en los medios, acorde con la capacitación que hoy se brinda a los profesionales dentro de las mismas empresas de comunicación. Un aprendizaje que de ninguna manera debe esperar el paso de largos años de estudios teóricos para luego aplicarlos en la práctica sino que, en sintonía con experiencias internacionales de formación, combine las distintas dimensiones de la tarea comunicativa en un hacer reflexivo.

Técnicas de producción y financiación alternativas: Los comunicadores estarán en condiciones de gestionar, administrar y planear la producción, gestión y difusión de piezas audiovisuales y gráficas, en cooperativas, emprendimientos independientes o buscando fondos que les faciliten la circulación de sus mensajes en el espacio público.

Construcción en la tolerancia y la diversidad de opiniones: Sabiendo que un ejercicio honesto de la comunicación es el que no se pretende objetivo ni dueño de la verdad sino resultante de una tarea de investigación, una metodología de constatación, comparación y selección de fuentes, y una producción de miradas, interpretaciones y sentidos, todos éstos limitados, los comunicadores podrán elaborar sus producciones y fundamentarlas explicitando desde qué punto de vista y sobre qué supuestos elaboran un discurso.

La presente propuesta se apoya en la convicción de que recuperar y ampliar el rol de los medios es una tarea posible y necesaria para el desarrollo humano, el fortalecimiento de prácticas de ciudadanía, equidad y acceso a la cultura y el trabajo. Y que, en ella, la educación tiene una misión y una responsabilidad pendientes.

OBJETIVOS

Generales:

- Incorporar la carrera de la Tecnicatura Superior en Comunicación Social orientada al Desarrollo Local como una propuesta curricular de renovación de la oferta académica, que contribuya al mejoramiento del desarrollo local, en la provincia y en el país.
- Dar respuestas concretas a jóvenes y adultos que demandan la formación técnica en el área socio-humanística.
- Contribuir a través de la formación de esta carrera a que la comunicación y los comunicadores participen activamente en los procesos de desarrollo social, rescate cultural, conocimiento mutuo, comprensión de sí y respeto por la diversidad y características de los individuos, grupos, actores, instituciones u organizaciones públicas o privadas, de la comunidad local y la región.
- Permitir la inserción creativa de los Institutos de Educación Superior en la comunidad local, para transformar su propia organización tanto como su vinculación con otras instituciones (educativas, del sector público y productivo), individuos y organizaciones de la comunidad.

Específicos:

Formar al Técnico Superior en Comunicación Social orientado al Desarrollo Local para:

- Trabajar en su área específica, concretando piezas, programas o estrategias de comunicación que ayuden a fortalecer el desarrollo, conocimiento, comprensión, difusión de actividades, formación de redes y valorización de la comunidad en que se desempeña.
- Crear, investigar o difundir piezas, programas, eventos y estrategias comunicacionales que contribuyan a mejorar el conocimiento y comprensión que una comunidad tenga de la realidad y de sí misma. Y que colaboren con la valorización, estímulo o protección de sus recursos naturales, humanos y culturales, de sus tradiciones, actividades, potencialidades, etc.
- Contribuir a la difusión, a través de medios y piezas de comunicación, de bienes culturales a la región.
- Conocer y emplear creativa y reflexivamente los modelos de gestión, como así también las herramientas y lenguajes tecnológicos y expresivos requeridos para trabajar en los medios (gráficos, radiales, televisivos, documentales, por Internet) o en otras estrategias tradicionales e innovadoras de comunicación.
- Investigar, conocer y emplear formas de producción, organización, gestión y financiación independientes, que les ayuden a producir, desarrollar o difundir sus producciones, piezas, programas o estrategias de comunicación.
- Conocer, investigar, diseñar, innovar y utilizar las formas, géneros, estructuras y estrategias narrativas que hoy están en uso en los medios,

como así también formatos, técnicas, estructuras, géneros y piezas narrativas dramáticas, pictóricas, musicales, literarias, poéticas, etc., tomadas del acervo folklórico o de la tradición oral, nacionales o universales, contemporáneas o históricas, de autores específicos o anónimas que amplíen o enriquezcan su sensibilidad, expresividad y capacidad comunicativa.

ESTRUCTURA CURRICULAR

PRIMER AÑO									
N°	Campo	Espacio curricular	Formato	Horas Cátedra Estudiantes			Horas Cátedra Docentes	Puntos en P.O.F.	Sistema de Correlativas
				1° C	2° C	Total Anual			
1	F. Gral.	Estado y Sociedad	Materia	4	-	64	4 cuat.	2	----
2	F. Fund.	Seminario: Estrategias para la Exploración de Medios Comunicacionales	Seminario	4	-	64	4 cuat.	2	----
3	F. Fund.	Comunicación y	Materia	4	-	64	4 cuat.	2	----

		Desarrollo Local							
4	F.Especif.	Taller de Escritura y Narrativas I	Taller	4	4	128	4 anual	4	----
5	F.Especif.	Taller de Audio I	Taller	4	4	128	4 anual	4	----
6	F.Especif.	Taller de Imagen I	Taller	4	4	128	4 anual	4	----
7	F. Fund.	Introducción a la Pedagogía Comunicacional	Materia	4	4	128	4 anual	4	----
8	F.Especif.	Metodologías de la Investigación I	Materia	-	5	80	6 cuat.	3	02
9	F.Especif.	Gestión de las Organizaciones	Materia	-	4	64	4 cuat.	2	----
10	Pract. Profes.	Práctica Profesionalizante I: Proyecto: Historias de la Vida Cotidiana	Práctica	6	6	192	7 anual	7	----
Total Horas Cátedras Semanales 1° Cuatrimestre				34			Total de puntos	34	
Total Horas Cátedras Semanales 2° Cuatrimestre					31				
TOTAL HORAS CÁTEDRAS				544	496	1040			
TOTAL HORAS RELOJ				363	330	693			

SEGUNDO AÑO									
N°	Campo	Espacio curricular	Formato	Horas Cátedra Estudiantes			Horas Cátedra Docentes	Puntos en P.O.F.	Sistema de Correlativas
				1° C	2° C	Total Anual			
11	F. Especif.	Arte, Estética y Expresión Contemporánea	Materia	4	--	64	4 cuat.	2	02
12	F. Gral	Problemas Socioculturales Contemporáneos	Materia	6	--	96	6 cuat.	3	01
13	F. Especif.	Gestión y Administración de Proyectos de Comunicación para el Desarrollo Local	Materia	--	4	64	4 cuat.	2	03-09

14	F. Especif.	Taller de Escritura y Narrativas II	Taller	3	3	96	3 anual	3	04- 10
15	F. Especif.	Taller de Audio II	Taller	4	---	64	4 anual	2	05- 10
16	F. Especif.	Taller de Imagen II	Taller	---	4	64	4 anual	2	06- 10
17	F. Fund.	Industria Cultural: Discursos Sociales, Medios y Educación	Materia	5	5	160	5 anual	5	02-07
18	F.Gral.	Procesos Políticos, Económicos y Mundo del Trabajo	Materia	4	4	128	4 anual	4	12
19	F. Especif.	Metodologías de la Investigación II	Materia	-	4	64	4 cuat.	2	08
20	Pract. Profes.	Práctica Profesionalizante II: Proyecto: Diseño Gráfico, Fotográfico y Digital.	Práctica	6	6	192	7 anual	7	04-05-06-10
Total Horas Cátedras semanales 1° Cuatrimestre				32			Total de puntos	32	
Total Horas Cátedras semanales 2° cuatrimestre					30				
TOTAL HORAS CÁTEDRAS				512	480		992		
TOTAL HORAS RELOJ				341	320		661		

TERCER AÑO									
N°	Campo	Espacio curricular	Formato	Horas Cátedra Estudiantes			Horas Cátedra Docente	Puntos en P.O.F.	Sistema de Correlativas
				1° C	2° C	Total Anual			
21	F. Gral.	Ética y Construcción de Ciudadanía	Materia	---	4	64	4 cuat	2	----
22	F. Fund.	Semiótica y Análisis del Discurso	Materia	4	---	64	4 cuat	2	11

23	F. Fund.	Seminario de Promoción y Difusión	Materia	4	---	64	4 cuat	2	13
24	F. Especif.	Seminario Optativo con Orientación en: - Diagnóstico y Planificación Comunicacional - Técnicas para la Educación Popular	Materia Optativa	---	4	64	4 cuat.	2	07-19
							4 cuat.	2	
25	F. Especif.	Taller de Escritura y Narrativas III	Taller	3	3	96	3 anual	3	14- 20
26	F. Especif.	Taller de Audio III	Taller	4	---	64	4 anual	2	15-20
27	F. Especif.	Taller de Imagen III	Taller	---	4	64	4 cuat	2	16-20
28	F. Fund.	Medios, Ciudadanía y Derecho de la Información	Materia	6	6	192	6 anual	6	18
29	Pract. Profes.	Práctica Profesionalizante III: Proyecto: Montaje de Radio, TV y Página Web.	Práctica	7	7	224	7 anual	8	14-15-16 y 20
Total Horas Cátedras semanales 1° Cuatrimestre				28			Total de puntos	31	
Total Horas Cátedras semanales 2° cuatrimestre					28				
TOTAL HORAS CÁTEDRAS				448	448	896			
TOTAL HORAS RELOJ				299	299	598			

	Espacios Curriculares	Horas Cátedra	Porcentaje	Rango de % según Res. CFE N° 151/11
Campo de la Formación General	4	352	12,02%	10% a 15%
Campo de la Formación de Fundamento	8	800	27,32%	25% a 30%
Campo de la Formación Específica	14	1168	39,89%	30% a 40%
Campo de la Formación de la Práctica Profesional	3	608	20,77%	20% a 30%
Total de Horas de la Carrera	29	2928	100,00%	

Las Correlatividades están estructuradas por campo de formación, por áreas de conocimientos y por problemas específicos de la disciplina, estos criterios tienen por finalidad dar sentido a la formación técnica profesional. Debe tenerse en cuenta que la condición para cursar es: aprobado el ante precedente y regular el precedente y la condición para rendir es: aprobado el precedente.

PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE

TALLERES DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS – FORTALECIMIENTO DE LA PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE				
ESPACIOS CURRICULARES	Hs. Cátedras		Horas Anual	Correlativas
	1° C	2°		

		C	
TALLER I .Comunicación Persuasiva: Campaña de Interés Público (primer año)	4	4	4
TALLER II Producción de material de Apoyo a los Procesos Educativos (segundo año)	4	4	4
TALLER III Comunicación Institucional y Comunitaria (tercer año)	4	4	4
Total de Horas Cátedra semanales 1º Cuatrimestre	12		
Total de Horas Cátedra semanales 2º Cuatrimestre		12	
Total Horas Cátedra	360		
Total Horas Reloj	240		
Total de puntos en POF	12		

TOTAL HORAS CÁTEDRAS DE LA CARRERA	2928
TOTAL HORAS RELOJ DE LA CARRERA	1952
MÍNIMO HORAS RELOJ SEGÚN RES. CFE N°151/11	1600
TOTAL DE PUNTOS EN POF DE LA CARRERA	97+12=109

BASES CURRICULARES

Los campos de formación general, fundamento, específico y de prácticas profesionalizantes buscan contribuir, desde sus propias áreas de conocimiento, a la construcción y adquisición de herramientas, que en el marco de la planificación de la carrera aporten de manera integral a la formación del técnico en comunicación social.

- **FORMACIÓN GENERAL**

El campo de formación general, destinado a abordar los saberes que posibiliten el logro de competencias necesarias para participar activa, ética y reflexivamente en los diversos ámbitos de la vida socio-económica y sociocultural.

Los espacios curriculares que integran este campo son los siguientes:

Año	Espacio curricular
Primer año	Estado y Sociedad
Segundo año	Problemas socioculturales contemporáneos
Segundo año	Procesos Políticos, Económicos y Mundo del Trabajo

- **FORMACIÓN DE FUNDAMENTO**

El campo de formación de fundamento está destinado a abordar los saberes científicos, tecnológicos y socioculturales que otorgan sostén a los saberes propios del campo profesional. Los espacios que componen dicho campo, son los siguientes:

Año	Espacio Curricular
Primer Año	Seminario: Estrategias para la Exploración de Medios Comunicacionales
	Introducción a la Pedagogía Comunicacional

	Comunicación y Desarrollo Local
Segundo Año	Industria Cultural: Discursos sociales, Medios y Educación
Tercer Año	Medios, Ciudadanía y derecho a la Información

- **FORMACIÓN ESPECÍFICA**

El campo de formación específica está orientado a abordar los conocimientos y las competencias propias de cada campo profesional, así como la contextualización de los saberes desarrollados en la formación de fundamento. Integran este campo, los siguientes espacios curriculares:

Año	Espacio Curricular
Primer Año	Taller de Escritura y Narrativa I
	Taller de Audio I
	Taller de Imagen I
	Metodología de la Investigación I
	Gestión de las organizaciones
Segundo Año	Gestión y Administración de Proyectos de Comunicación para el Desarrollo Local
	Taller de Escritura y Narrativas II
	Taller de Audio II
	Taller de Imagen II
	Metodología de la Investigación II
Tercer Año	Seminario de Promoción y Difusión
	Seminario Optativo con orientación en: Diagnóstico y Planificación Comunicacional
	Técnicas para la Educación Popular
	Taller de Escritura y Narrativa III
	Taller de Audio III

	Taller de Imagen III
--	----------------------

PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE

El campo de la práctica profesionalizante, está propuesto a partir de un doble registro:

- a) Posibilitar la integración de los saberes construidos en los diferentes campos de formación de la propuesta curricular, garantizando la articulación teoría-práctica mediante la participación de los estudiantes en situaciones concretas vinculadas a las actividades del técnico en Comunicación Social.
- b) Promover acciones concretas en el contexto territorial al que pertenece la oferta, participando estratégicamente, desde la especificidad de su objeto de formación en el desarrollo político, económico y cultural de la provincia. El campo de las prácticas profesionalizantes, mediante espacios propios, está presente desde el comienzo hasta la finalización del proceso formativo inicial.

Año	Espacio Curricular
Primer Año	Práctica Profesionalizante I
Segundo Año	Práctica Profesionalizante II
Tercer Año	Práctica Profesionalizante I

C) Organización Curricular: El desarrollo de los espacios curriculares está previsto mediante la implementación de diferentes modalidades como talleres, seminarios y asignaturas.

El enfoque general de la propuesta busca facilitar desde el comienzo mismo de la carrera la generación de piezas comunicacionales a través de herramientas teóricas, de investigaciones sociales, tecnológicas y humanas que tengan en cuenta los contextos locales. Los espacios curriculares centrales en los tres años están estructurados alrededor de proyectos-talleres, de

creciente complejidad, que se basan siempre en la investigación de un tema de interés local, sobre cuyos contenidos se desarrolla un proyecto de práctica profesionalizante audiovisual, radiofónica o escrita, a concretarse en cada cuatrimestre. Los espacios de formación específica y de fundamento deben dar herramientas, enriquecer y complejizar, paulatinamente, dichos proyectos, por lo que su aporte es fundamental para el fortalecimiento y profesionalización de los mismos.

De esta manera, se han previsto instancias curriculares de integración de los saberes y prácticas desarrolladas a lo largo del año académico, como así también entre los tres años de la carrera. El Espacio de Práctica profesionalizante en cada año de la carrera posibilitará una articulación de saberes y experiencias con los espacios que se dictan en forma simultánea (integración horizontal) y, de la misma manera se integrará, con un grado de complejidad mayor, con los diferentes años de la carrera (integración vertical).

Los talleres y Seminarios, como así también las prácticas profesionalizantes contribuirán con sus propuestas de enseñanzas y experiencias al desarrollo de un Centro de Producción de Contenidos que se desarrollará en forma transversal en la carrera y pretende una apertura a los diferentes sectores de la comunidad catamarqueña.

D. Área de competencia laboral de los egresados: Los egresados de la nueva tecnicatura podrán incorporarse y gestionar proyectos comunicacionales en el denominado “Tercer Sector”. Los nuevos profesionales pueden desempeñarse en proyectos y acciones que promueven dichas Organizaciones No Gubernamentales que trabajan planes y proyectos en ámbitos sociales, culturales y económicos que impactan en el desarrollo.

Por otra parte, en los programas y proyectos destinados a sectores sociales con financiamiento externo y de los gobiernos centrales, el componente de

“comunicación” se presenta como transversal y fundamental para la implementación de metas de transformación social.

Así también, en el sector gubernamental, más específicamente en los municipios se observan necesidades comunicacionales que apoyen a los programas y proyectos destinados a sus comunidades locales.

Además, los mismos egresados podrán ser emprendedores de iniciativas comunicacionales que se orientan a profundizar los aspectos de desarrollo integral de sus sociedades. Las nuevas tecnologías permiten conformar un mayor y amplia perspectiva de iniciativas para experimentar y ofrecer a las comunidades locales.

En resumen, el Técnico Superior en Comunicación Social orientada al Desarrollo Local puede desempeñarse en los ámbitos público privado y estatal, empresas y organizaciones de la sociedad civil en la construcción de estrategias para el desarrollo de actividades comunicacionales institucionales y/o comunitarias. Así mismo podrá desempeñarse en ámbitos vinculados a los medios, programadoras, oficinas de prensa, departamentos de comunicaciones como así también generar nuevos medios de comunicación social utilizando nuevas y tradicionales tecnologías de la información y la comunicación.

Perfil Profesional

a. Competencia general

Una educación dirigida al desarrollo local requiere que las instituciones de educación superior se vinculen activa y creativamente con sus respectivas comunidades y con instituciones (educativas, del sector público y productivo), individuos y organizaciones de esa comunidad. En este sentido, un técnico en Comunicación Social orientada al Desarrollo Local, estará capacitado para planificar y realizar estrategias de comunicación que ayuden a fortalecer el desarrollo, conocimiento, comprensión, difusión de actividades, formación de redes sociales y valorización de sí de la comunidad en que se desempeña asumiendo una posición reflexiva sobre el lugar social que el comunicador y sus producciones ocupan.

b. Áreas de competencia

1. Diseñar, gestionar y producir notas, programas y otros proyectos o estrategias de comunicación para el desarrollo local aptas para los diferentes medios de comunicación tradicionales (radios, diarios, televisión, documentales, eventos) y para las nuevos géneros y tecnologías de la comunicación (Internet, celulares, blogs, películas digitales, etc.), conociendo y empleando crítica y reflexivamente sus herramientas y lenguajes tecnológicos propios.
2. Diseñar e implementar estrategias de producción, obtención de fondos, financiación, organización, y gestión tradicionales o independientes, que les permitan concretar y difundir sus producciones no sólo en los medios de comunicación tradicionales sino también en forma independiente y en la comunidad.

3. Desarrollar estrategias de recopilación, difusión y empleo de géneros, estructuras y estrategias narrativas periodísticas o de disciplinas afines (artes plásticas, música, danza, video, mitología, relatos folclóricos) provenientes del acervo universal o del patrimonio local, contemporáneo e histórico, con el fin de ampliar su propia capacidad comunicativa y la de sus espectadores y públicos en general.
4. Elaborar y Diseñar estrategias de difusión y capacitación en ámbitos público estatal y privado, empresas y organizaciones de la sociedad civil para la sensibilización, concientización y socialización de los conocimientos adquiridos y de las actividades, producciones o problemáticas locales.

Área de competencia 1

Diseñar, gestionar y producir notas, programas y otros proyectos o estrategias de comunicación para el desarrollo local apta para los diferentes medios de comunicación tradicionales (radios, diarios, televisión, documentales, eventos) y para los nuevos géneros y tecnologías de la comunicación (Internet, celulares, blogs, películas digitales, etc.), conociendo y empleando crítica y reflexivamente sus herramientas y lenguajes tecnológicos propios.

Actividades	Criterios de realización
✓ Identificar las formas de construcción de las noticias y formatos diversos de la comunicación social.	- Se conocen las condiciones de producción de noticias y otros formatos comunicativos, sus lenguajes, posibilidades, límites, condiciones. Y la relación entre los medios y la sociedad.

<p>✓ Planificar piezas comunicacionales que contribuyan al desarrollo de la comunidad en la que trabaja.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se investigan, eligen y desarrollan temas, tratamientos y formatos partiendo del conocimiento de la realidad local. - Se releva sistemáticamente información ya existente, proveniente de diversos campos (sociales, científicos, oficiales, etc.). - Se identifican actores sociales, redes existentes, medios y comunicadores posibles de asociar, comprendiendo e incluyendo sus diversos puntos de vista y se coordinan instancias de debates y de participación en la narración y difusión de estas piezas. - Se tienen en cuenta las experiencias históricas y actuales de comunicación y desarrollo (educación, tecnologías, derechos, género, conflictividad étnica y racial, radios rurales, capacitación, formación artística, etc.).
<p>✓ Ejecutar piezas periodísticas (investigaciones, notas, reportajes, columnas, entrevistas, informes).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se forman equipos de trabajo para realizar todos los <i>pasos</i> de concreción de una publicación periodística -escrita, televisiva, radial, electrónica, etc.- a fin de experimentar y analizar críticamente su funcionamiento. - Se experimentan todos los roles de la cadena organizacional (trabajo en equipo, redes, enviados especiales, columnistas, noteros, editores, editores fotográficos) y tecnológica (uso de computadoras, impresoras, teletipos, etc.). - Se organiza conceptualmente el material producido y se planifica su formato y estrategia de

	<p>difusión final.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se conoce y tiene en cuenta las normativas legales nacionales e internacionales que rigen esta actividad.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar piezas audiovisuales periodísticas, documentales o de ficción (guión, narración audiovisual, dirección de fotografía, montaje, sonido, postproducción, emisión). 	<ul style="list-style-type: none"> - Se forman equipos de trabajo para realizar todos los pasos de concreción de una producción audiovisual a fin de experimentar y analizar críticamente su funcionamiento. - Se experimentan todos los roles de la cadena organizacional (equipos, cabezas de equipo, funciones) y tecnológica (cámaras, micrófonos, trípodes, luces, etc.). - Se organiza conceptualmente el material producido y se planifica su formato y estrategia de difusión final. - Se conoce y tiene en cuenta las normativas legales nacionales e internacionales que rigen esta actividad.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar piezas radiales (grabación, musicalización, puesta en el aire, etc.). 	<ul style="list-style-type: none"> - Se trabaja en equipos para realizar todos los pasos de una producción radiofónica con el fin de experimentar y analizar críticamente todos sus pasos. - Se experimentan los diversos roles de un equipo técnico cumpliendo sus diversas tareas y responsabilidades. - Se organiza conceptualmente el material producido y se planifica su formato y estrategia de difusión final. - Se conoce y tiene en cuenta las normativas

	legales nacionales e internacionales que rigen esta actividad.
<p>✓ Programar y realizar campañas de difusión, concientización y de bien público.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se desarrollan estrategias de reflexión, debate y concientización sobre temas relacionados con el desarrollo y la cultura locales. - Se adquieren estrategias de análisis de relevamientos existentes de opinión pública, particularmente de sus modos de construcción e interpretación.
<p>✓ Evaluar la evolución y de los distintos proyectos y piezas en forma permanente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se definen instancias de evaluación y autoevaluación, autoobservación y reflexión crítica del trabajo, sus frecuencias y modos. a fin de instaurarlas como pasos integrantes del trabajo. - Se definen indicadores para la evaluación y seguimiento de la realización. - Se desarrollan criterios y estrategias de modificación o de reformulación de los objetivos planteados para cada trabajo.
<p>✓ Conocer y emplear las instancias de investigación, obtención de testimonios, comparación de fuentes de información propias del periodismo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se aplican criterios de análisis y contextualización de las informaciones obtenidas con el fin de compararlas y exponer sus posibles contradicciones, coincidencias, parcialidades y falencias informativas de manera crítica.

Área de competencia 2

Diseñar e implementar estrategias de producción, financiación, organización, y gestión tradicionales o independientes, que les permitan concretar y difundir sus producciones no sólo en los medios de comunicación existentes en su comunidad, sino también en forma independiente.

Actividades	Criterios de realización
✓ Conocer y llevar a cabo las distintas estrategias de financiamiento, gestión y administración existentes en los medios de comunicación.	- Se analizan y ejercitan casos de financiación tradicional, cooperativas, financiación independiente, comunitaria, búsqueda de fondos, donaciones, mecenazgo, coproducción, etc. - Se analizan y ejercitan casos de gestión, contrataciones, y administración de emprendimientos cinematográficos, documentales, televisivos, radiales, periodísticos, de Internet, etc. - Se analizan y ejercitan instancias de aplicabilidad en la realidad local.
✓ Realizar todos los pasos de la preproducción de piezas periodísticas, televisivas, documentales, radiales, websites, blogs, en campañas, eventos, etc.	- Se prevén los pasos necesarios para formalizar una pieza, desde su formulación, investigación periodística, comprensión, redacción de ideas, hasta las funciones del equipo humano, sus roles y responsabilidades y las normativas que dan marco al trabajo en los medios. - Se prevén los costos y las alternativas de gastos adecuados a cada proyecto.

<p>✓ Administrar la producción y postproducción de piezas comunicacionales.</p>	<p>- Se analizan maneras de administrar y gestionar en los medios masivos o independientes.</p>
<p>✓ Administrar la difusión de piezas comunicacionales.</p>	<p>- Se analizan posibles acuerdos y contratos para publicar, difundir o emitir piezas comunicacionales en TV, radio, cine, eventos, etc.</p>
<p>✓ Organizar servicios de producción.</p>	<p>- Se investigan, idean, generan y ofrecen materiales, temáticas, escenarios y asesoramiento para que medios de comunicación y equipos de realización de documentales, publicidad, etc. locales, nacionales o extranjeros puedan producir piezas comunicacionales en la región.</p> <p>- Se promueve la difusión y preservación de manifestaciones culturales, atractivos geográficos o históricos, recursos naturales y humanos realizaciones artísticas o problemáticas humanas,</p> <p>- Se colabora con la toma de conciencia y de decisiones informadas de la comunidad respecto de su propio patrimonio.</p>

Área de competencia 3

Desarrollar estrategias de recopilación, difusión y empleo de estructuras, géneros y estrategias narrativas periodísticas o de otras disciplinas afines (artes plásticas, música, danza, video, mitología, relatos folklóricos) del acervo universal o local, contemporáneas o históricas, con el fin de ampliar su propia capacidad comunicativa y la de sus públicos.

Actividades	Criterios de realización
<p>✓ Investigar y conocer distintos tipos de estrategias y géneros narrativos históricos</p>	<p>-Se analizan, desglosan y practican narrativas de la tradición oral (cuentos populares, folclóricos, mitos, teatro popular, narraciones danzadas, etc.) y sus recursos estilísticos, personajes, temas y maneras de transmisión.</p> <p>- Se analizan, desglosan y practican narrativas de la tradición escrita (cuentos populares, folclóricos, mitos, teatro popular, narraciones danzadas, etc.) y sus recursos estilísticos, personajes, temas y maneras de transmisión.</p> <p>- Se realizan notas, relatos, guiones, programas aplicando estos estilos narrativos y teniendo en cuenta sus similitudes y diferencias.</p>
<p>✓ Indagar, conocer y manejar fluidamente las estrategias y géneros narrativos en uso en los medios de comunicación audiovisuales,</p>	<p>- Se analizan las estrategias y géneros vigentes en los medios de comunicación a través del análisis de estilos y formatos en uso: documentales, programas informativos, entrevistas periodísticas, deportivo, y otros.</p> <p>- Se producen piezas narrativas de acuerdo con los modelos vigentes en los medios para</p>

escritos, virtuales, etc.	<p>comprender profunda y críticamente su estructura y funcionamiento.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se trabaja en el análisis y la reflexión sobre los supuestos teóricos o lingüísticos, los recursos narrativos, clichés, y formatos en los medios de comunicación existentes, a fin de comprenderlos y analizarlos críticamente.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Explorar y comprender las herramientas por las cuales se genera verosimilitud. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se producen piezas de los distintos géneros estudiados, atendiendo a los criterios de objetividad, verdad y verosimilitud. - Se ejercitan y analizan los puntos de vista en la estructura narrativa. - Se realizan narraciones partiendo de diferentes puntos de vista para entender la relación entre el punto de vista y producto final. - Se hacen ejercicios alrededor de autobiografía reales o ficticias, con el fin de tomar conciencia de cómo adquieren verosimilitud este tipo de narraciones
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Investigar, conocer y manejar fluidamente los géneros en uso en los medios de comunicación, particularmente en sus modos narrativos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Se analizan la estructura y las características de piezas (notas, programas y otras producciones) de los géneros más usados en los medios de comunicación para familiarizarse con estilos y formatos. - Se identifican las estructuras y los elementos narrativos utilizados en esas piezas.
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Investigar, recopilar y 	<ul style="list-style-type: none"> - Se definen criterios de investigación y de

<p>analizar géneros de usos no convencional en los medios de comunicación</p>	<p>recopilación de géneros de uso no convencional en los medios de comunicación</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se analizan la estructura y las características de estos textos para familiarizarse con estilos y formatos. - Se identifican las estructuras y los elementos narrativos utilizados en esos textos.. - Se experimenta la producción de piezas comunicaciones aplicando los estilos narrativos identificados en los textos investigados y recopilados.
---	--

Área de competencia 4

Diseñar y desarrollar estrategias de difusión y capacitación en la comunidad, para la socialización de los conocimientos adquiridos y de las actividades, producciones o problemáticas locales.

Actividades	Criterios de realización
<p>✓ Organizar actividades de difusión para la comunidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se diseñan y llevan a cabo distintas estrategias de difusión de las producciones realizadas (programas, proyecciones de videos, radio, con debate, muestras, performances, eventos, encuentros culturales, etc.) para la comunidad. - Se comparten y socializan aprendizajes y producciones
<p>✓ Evaluar el impacto de las piezas difundidas en la comunidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se diseñan estrategias alternativas que recuperen los aportes relevados. - Se registran y analizan las críticas,

	necesidades, opiniones, y reclamos generados en la comunidad por las piezas difundidas como insumo para nuevas producciones.
✓ Explorar, diseñar e implementar campañas de bien público.	<ul style="list-style-type: none"> - Se analizan casos reales y se comparan estrategias y efectos - Se desarrollan instancias de consulta y discusión con las instituciones locales. - Se desarrollan propuestas de campañas de bien público para situaciones relacionadas con la realidad local.

DESCRIPCIÓN DE LOS ESPACIOS CURRICULARES

PRIMER AÑO

01-ESTADO Y SOCIEDAD

Formato: Asignatura

Régimen de la cursada: Cuatrimestral

Ubicación en el Diseño Curricular: Primer Año

Carga Horaria: 4hs

Expectativas de Logro:

- Reconocer las transformaciones del Estado moderno a través de la historia.

- Comprender los modelos relacionados con el Estado de Bienestar y el Estado Neoliberal.
- Analizar los vínculos entre Estado y Gobierno y la construcción del poder ciudadano.

CONTENIDOS SUGERIDOS

El Estado Moderno: El poder y la autoridad - El significado social del poder - Los estados nacionales modernos - Surgimiento histórico y características fundamentales - Tipos de estado - La globalización y su relación con el neoliberalismo - Las reformas del estado Argentino - El poder como dimensión constitutiva de la política - El Gobierno - Los regímenes políticos - La democracia - La sociedad y los sujetos sociales - La organización social - La socialización y los agentes - La diferenciación y la desigualdad social.

<p>02- SEMINARIO: ESTRATEGIAS PARA LA EXPLORACIÓN DE MEDIOS COMUNICACIONALES</p>

Formato: Seminario

Régimen de la cursada: Cuatrimestral

Ubicación en el Diseño Curricular: Primer Año

Carga Horaria: 4hs

Expectativas de logro:

- Identificar el objeto de estudio de la comunicación y los modos de abordaje interdisciplinarios.
- Investigar y analizar, mediante una instancia exploratoria, los medios de comunicación del ámbito provincial.

- Interpretar la comunicación social como una representación de la realidad socio-histórica.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Evolución histórica de los medios de comunicación: mundial - nacional y local - Estudios de la representación en los medios - Objetividad y Subjetividad - Niveles de Connotación y denotación - Generalidades de los usos de los lenguajes de los diferentes medios: Radio – TV - Gráfica – Estereotipos – Ideologías – Valores - Códigos y Convenciones – Identidad – Audiencias - Las imágenes como construcciones – Polisemia - Lectura de imágenes - Convenciones visuales - Fotografía de Prensa - Códigos icónicos - Jerarquización - La publicidad: seducción, valores e identidad.

03- COMUNICACIÓN Y DESARROLLO LOCAL
--

Formato: Asignatura

Régimen de la cursada: Cuatrimestral

Ubicación en el Diseño Curricular: Primer Año

Carga Horaria: 4hs

Expectativas de logro:

- Analizar las diferentes perspectivas teórico-políticas respecto del desarrollo.
- Identificar las interacciones entre “lo local” y “lo global” en las problemáticas socioculturales.
- Vincular los procesos de comunicación social y las propuestas para el desarrollo.

CONTENIDOS SUGERIDOS

La modernidad y sus críticos. La Razón moderna. La teoría de la modernización, sus principales referentes. La teoría de la dependencia o perspectiva histórico-estructural. Las aproximaciones críticas al desarrollo. El desarrollo como discurso cultural desde la posguerra hasta la década de 1990. Los nuevos consensos neoliberales a nivel internacional y el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación. Las teorías del post-desarrollo. La colonialidad. La ecología política. El actor local en los procesos globales y en los procesos de desarrollo local. La globalización de principios de siglo. El actual proceso de globalización. El desarrollo local frente a la globalización. El territorio como escenario de disputas. Más allá de la información: La comunicación popular, la comunicación participativa, la comunicación para el cambio social. La comunicación como dimensión inherente de los procesos de desarrollo. La comunicación y los procesos de fortalecimiento o empoderamiento comunitario. Las experiencias de las radios comunitarias. Las teorías de la modernización y su concepción de la comunicación como instrumento. La comunicación alternativa para el desarrollo democrático, como proceso dialógico, igualitario y horizontal. Comunicación y nuevas tecnologías. Capacidades locales para el desarrollo local-Estudio de Casos.

04- TALLER DE ESCRITURA Y NARRATIVAS I

Formato: Taller

Régimen de la cursada: Anual

Ubicación en el Diseño Curricular: Primer Año

Carga Horaria: 4hs

Expectativas de logro:

- Desarrollar habilidades para la expresión escrita y para redacción de textos
- Producción y análisis de piezas comunicacionales.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Narrativa escrita y narrativa oral. Formas narrativas: Clasificación de cuentos, leyendas, mitos, novelas, fábulas, etc. La estructura de los cuentos-enseñanza. Construcción y elementos de la estructura narrativa. La voz del narrador. Temporalidad. Textualidad. Los cuentos como herramienta de desarrollo creativo, prevención de situaciones de riesgo y promoción de conductas. Literatura y periodismo: Narrativas y mass media. La narrativa en el discurso de la ficción y la no ficción. La crónica literaria y la crónica periodística- Las narrativas presentes en los medios, su estructura, repeticiones, innovaciones y clichés. Ejercicios de narrativa según los diversos estilos y formatos estudiados. La entrevista: Concepciones. Tipos. Clasificación- Técnicas para la realización de Entrevistas- La entrevista para gráfica, para TV y para Radio. Formación en la técnica del proceso creativo en la narración de historias. Introducción a los géneros narrativos mediáticos (informe, reportaje, opinión, etc.) o Referido: Tipo de citas.

05- TALLER DE AUDIO I

Formato: Taller

Régimen de la cursada: Anual

Ubicación en el Diseño Curricular: Primer Año

Carga Horaria: 4hs

Expectativas de logro:

- Reconocer los componentes para la producción de registros sonoros.
- Analizar y producir piezas de comunicación.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Herramientas básicas de edición digital (cortar, pegar, mezclar, etc.) Edición de piezas sonoras para múltiples fines y las posibilidades que brindan programas de edición digitales. Características físicas y perceptivas del sonido. El registro del sonido. Los micrófonos: Distintos tipos, características y usos. El registro de la voz. Planos sonoros. Niveles relativos. Locuciones y entrevistas. Equipamiento básico para el registro y procesamiento de la señal de sonido: La cadena sonora, funcionamiento y operación. La señal analógica y la señal digital. Sonido directo y sonido doblado. El registro del ambiente o su recreación. El mundo sonoro en el lenguaje audiovisual. Introducción a las funciones de la banda sonora en la realización audiovisual. El sonido como fuente de información. Introducción al uso y funciones expresivas de la palabra, los ruidos, la música y el silencio. Creación de climas y de ritmos. Los estilos musicales. Formas musicales y montaje. La postproducción sonora. Posibilidades y límites de la postproducción sonora para video y cine. Profundización en torno a las características del sonido doblado y del sonido directo. Formas y articulaciones del sonido con la imagen. Funciones narrativas, descriptiva, expresivas, de la música, la palabra, los ruidos y el silencio. La diversidad de estilos musicales y su vinculación con el campo visual. Percepción del tono. Sistema temperado. Percepción de la intensidad.

Ley de Fechner –Weber. Bandas Críticas. Dinámica de percepción. Grabación analógica. Grabación Digital.

06- TALLER DE IMAGEN I

Formato: Taller

Régimen de la cursada: Anual

Ubicación en el Diseño Curricular: Primer Año

Carga Horaria: 4hs

Expectativas de logro:

- Identificar las posibilidades del lenguaje visual.
- Analizar y producir piezas de comunicación.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Fotografía: foto fija. La narración en el lenguaje cinematográfico- La relación entre el texto y los componentes visuales y sonoros- La realización audiovisual. Principios básicos del lenguaje audiovisual.

El proceso de comunicación y narración en la imagen. El guión como herramienta de creación audiovisual-Icono. Incide. Símbolo. Connotar. Denotar. La comunicación de Masas y la publicidad. Análisis de la Publicidad Visual. Qué entendemos por imágenes. Percepción y representación de la Imagen. Problemática de Producción de Imágenes Técnicas. Naturaleza de la Imagen Digital. Almacenamiento e integración. Manipulaciones: Imagen Híbrida. Bitmap /Vector. Color. Resolución. Tipos de Archivos. Programas y Plataformas. Implicaciones Tecnológicas. Calibración de Color. Leyes de la Gestald. Principios básicos de la Fotografía Digital; Tipos de cámaras digitales.

¿Cuántos Megapíxeles? Memoria y Tarjetas de Memoria. Objetivos. Encuadre. Plano. Angulación. Nivel. Composición. Enfoque. Profundidad de Campo. Exposición. Equilibrio de Blanco. Flash Creativo. Luz. Retrato. Reportajes. Viajes. Arquitectura. Paisaje. Deporte y Acción. Laboratorio Digital.

07- INTRODUCCIÓN A LA PEDAGOGÍA COMUNICACIONAL

Formato: Asignatura

Régimen de la cursada: Anual

Ubicación en el Diseño Curricular: Primer Año

Carga Horaria: 4hs

Expectativas de logro:

- Reconocer los modelos pedagógicos vigentes.
- Comprender los vínculos teóricos y prácticos entre educación y comunicación.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Comunicación y Educación - Modelos Educativos - Modelos y Teorías Comunicativas - Conocimiento y Comunicación – Motivación - El conocimiento como producto social - Las tramas de la interrelación - Medios de Comunicación y educación - Modelo dialógico - Pedagogía popular de la Comunicación - Comunicación educativa instrumentalizada - Comunicación grupal liberadora - Pedagogía, educación y comunicación intercultural: interrelaciones - La interacción en los procesos comunicativos y pedagógicos - Pedagogía y cambio cultural - El rol de las mediaciones: la escuela y los medios. Las especificidades de la comunicación didáctica. Las estrategias de la

animación sociocultural. Los entornos virtuales como recursos al servicio de la educación no formal y de la educación a distancia. Experiencias y posibilidades. El estudio de casos en la realidad catamarqueña.

08- METODOLOGÍAS DE LA INVESTIGACIÓN I

Formato: Asignatura

Régimen de la cursada: Cuatrimestral

Ubicación en el Diseño Curricular: Primer Año

Carga Horaria: 5hs

Expectativas de logro:

- Reconocer los procedimientos para la investigación social.
- Implementar proyectos de investigación en el campo de la comunicación.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Introducción a la investigación en las ciencias sociales. Fundamentos de epistemología- características del conocimiento científico. El Paradigma Positivista - El Paradigma Interpretativo - El Paradigma Socio-Crítico - El enfoque de la Investigación - La investigación socio-antropológica - La investigación de tipo etnográfica - Las lógicas cuantitativas y cualitativas - El proyecto de Investigación - El diseño Metodológico - El trabajo de Campo - El procesamiento y Análisis de la información - Los aportes de la investigación al desarrollo local - La investigación desde la comunicación: El estudio de los efectos de la comunicación masiva desde el Funcionalismo. El estudio del

Emisor desde el Newsmaking y la investigación del discurso mediático desde los Estudios del Discurso.

09- GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES

Formato: Asignatura

Régimen de la cursada: Cuatrimestral

Ubicación en el Diseño Curricular: Primer Año

Carga Horaria: 4hs

Expectativas de logro:

- Interpretar la dinámica de la realidad organizacional.
- Identificar las diferentes áreas de una organización periodística y sus especificidades.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Un nuevo enfoque de la Gestión - La Empresa como sistema total - Las particularidades de la empresa periodística. Las organizaciones, estructura y diseño organizacional. Mercado: análisis de mercado, los compradores y vendedores, el precio de mercado, tipos de mercado. El mercado de la comunicación. Especificidades. La Empresa, funciones, clasificación, los factores productivos, factores que la condicionan, el empresario, el management. Proceso de gestión y control. Nueva forma de organizar la economía: organización, competencia, recursos. Evaluación de recursos y

capacidades competitivas de la empresa, la estrategia competitiva, la dirección estratégica, Ventajas competitivas, criterios de viabilidad de una empresa – Análisis del sector donde se inserta una empresa- La Administración. Las diferentes áreas de gestión: Gestión de RRHH, Gestión Financiera, Gestión de Comercialización, Gestión de Producción. La Gestión de RRHH: importancia, administración, funciones, proceso de selección de personal, capacitación, entrenamiento. Desarrollo, evaluación, retribución. Contratos. Aspectos legales.

10- PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE I

Formato: Práctica

Régimen de la cursada: Anual

Ubicación en el Diseño Curricular: Primer Año

Carga Horaria: 6hs

Expectativas de logro:

- Articular los aprendizajes logrados en los talleres de Narrativa, Audio e Imagen.
- Elaborar piezas comunicacionales que demuestren enfoques novedosos sobre temas de interés local.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Este espacio curricular permitirá integrar los aprendizajes que se desarrollan en forma simultánea en los talleres de Audio, de Imagen como así también de Escritura y Narrativa a fin de implementar procesos y productos vinculados específicamente con las prácticas comunicativas. A partir de los diferentes lenguajes y formatos aprendidos en los diferentes talleres, los

alumnos podrán elaborar productos vinculados a las historias de la comunidad local. Para ellos relevarán y desarrollarán de archivos sobre personajes, situaciones o actores locales, a realizarse en foto fija, texto y audio.

Primer Cuatrimestre:

La digitalización o captura. Digitalización del video y audio -Digitalización de músicas y efectos. Importación de ficheros (audio, video y gráficos). Edición lineal. Modalidades de edición lineal: posibilidades y límites. Operación de las editoras lineales. Sistemas de sincronización de señal. Edición No-Lineal. Características, ventajas, inconvenientes. Diseño de proyectos de edición No-lineal y operación de sistemas de edición no lineal.

Manipulación de Herramientas:

- editores de sonido: Audio Digital . Manipulación de Audio. EQ, Dinámica y Efectos Digitales. Técnicas de Grabación. Técnicas de Producción y Mezcla
- editores gráficos: Ortotipografía y corrección tipográfica. Corrección de estilo. Paratextos. Escritura para editores
- editores de video: Elementos técnicos para el registro de imágenes.

Segundo Cuatrimestre:

Los alumnos deberán realizar una serie de entrevistas para gráfica, radio y video, utilizando las técnicas y recursos abordados en el primer cuatrimestre. Dicha historia, será trasladada a guiones para luego ser recreadas en los formatos estudiados. El objetivo central estará sustentado en la necesidad de capacitar al alumno en la narrativa a partir de la utilización de herramientas multimediales.

- Producción y Diseño de un guión gráfico para un radioteatro y audiovisual.
- Producción, edición y grabación de un radioteatro
- Producción, edición y grabación de un audiovisual

SEGUNDO AÑO

11- ARTE, ESTÉTICA Y EXPRESIÓN CONTEMPORÁNEA

Formato: Asignatura

Régimen de la cursada: Cuatrimestral

Ubicación en el Diseño Curricular: Segundo Año

Carga Horaria: 4hs

Expectativas de logro:

- Establecer relaciones entre arte, sociedad e historia.
- Interpretar las corrientes artísticas modernas y contemporáneas.
- Debatir acerca de los vínculos entre arte y consumos culturales.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Introducción al Estudio del Arte y lo Estético - El arte y la expresión en las culturas contemporáneas - Formas de expresión artísticas regionales y locales - Mercadotecnia del arte-Estética y arte en la expresión fotográfica - El arte y la

estética en los medios -Iconología e Iconografía - Educación Estética – Teorías de la representación visual – Dibujo - El graffiti - La historieta - Últimas tendencias del arte - El folklore - Arte y percepción visual. La educación de la sensibilidad, la percepción y la observación. El arte como *tekné* y práctica cotidiana. La expresión artística en el mundo de la cultura visual: Descripción y análisis de websites.

Computación: caos y forma, en el camino de la percepción y la conciencia. Creatividad y cibercultura. Revolución del control – Simulacro X Control - La comunicación humano -máquina y el *media art*. Estética de la simulación. Nuevos paradigmas estéticos del media art. Velocidad del intercambio de la información: hacia una nueva perspectiva del arte como proceso. La guerra del significado. Teleinformática, arte y mentalidad creadora.

12- PROBLEMAS SOCIOCULTURALES CONTEMPORÁNEOS

Formato: Asignatura

Régimen de la cursada: Cuatrimestral

Ubicación en el Diseño Curricular: Segundo Año

Carga Horaria: 6hs

Expectativas de logro:

- Reconocer la complejidad de los problemas sociales y culturales actuales.
- Identificar las particularidades del campo social y cultural provincial.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Definición clásica de un problema social: su aplicación a las sociedades contemporáneas. Los problemas sociales, las desigualdades económicas y sociales (desempleo, pobreza, exclusión y marginación social). La crisis de los mecanismos de integración social (delincuencia, drogadicción, corrupción y crimen organizado). Las desigualdades de género (crisis de la familia tradicional basada en la división de roles de género, rupturas familiares, emergencia de nuevos tipos de familia, discriminación de las mujeres en el trabajo y la familia, etc.). Los problemas creados por las nuevas formas de trabajo y de relación laboral, las desigualdades entre el primer y tercer mundo, las contradicciones entre las actividades humanas y el soporte territorial (deterioro del medio ambiente y otros problemas ecológicos), etc. Relaciones estado-mercado: debate sobre la viabilidad y necesidad de políticas estatales reguladoras. Aproximación a las nuevas configuraciones que presenta la globalización y su influencia en la construcción de una ciudadanía global. Comunicación de los nuevos movimientos sociales. Aplicación de las nuevas perspectivas (estudios culturales, feministas) a los problemas sociales contemporáneos: inmigración, desigualdad, conflictos. Formas de representación de los problemas sociales en los medios de comunicación. Los problemas socioculturales en Catamarca, la perspectiva histórica, los cambios generados en el nuevo escenario cultural, las demandas y transformaciones del sujeto local. La participación en el campo social y político en la provincia.

13- GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO LOCAL

Formato: Asignatura

Régimen de la cursada: Cuatrimestral

Ubicación en el Diseño Curricular: Segundo Año

Carga Horaria: 4hs

Expectativas de logro:

- Desarrollar habilidades para el manejo de técnicas de relevamiento de datos a fin de la construcción de un diagnóstico de situación.
- Diseñar y elaborar de un plan de comunicación a partir del diagnóstico realizado en el ámbito local.
- Proponer instrumentos y criterios de evaluación a partir de principios de viabilidad pertinencia y sustentabilidad de los proyectos.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Principios generales de un proyecto audiovisual. Desarrollo del proyecto. Proceso y etapas. Elaboración de diagnósticos y marcos predictivos sobre comportamiento y características del mercado audiovisual. Innovación y desarrollo de proyectos propios y adaptación de proyectos. Proyecto de inversión. Ciclo de vida. Generación y análisis de la idea de proyecto: estudio de perfil, estudio de factibilidad. Etapas del proyecto: estudios legales, estudio de mercado, ingeniería del proyecto, tamaño y localización del proyecto, magnitud y estructura de la inversión, fuentes de financiamiento, estudio económico financiero, evaluación económica. Elementos del proyecto de inversión. Preparación y presentación de un proyecto de inversión. Microemprendimientos. La postproducción y evaluación de los proyectos. Marco legal. Ley de cine. Derecho de autor. Inscripción y registro. Ley de radiodifusión. Ley de cine

14- TALLER DE ESCRITURA Y NARRATIVAS II

Formato: Taller

Régimen de la cursada: Anual

Ubicación en el Diseño Curricular: Segundo Año

Carga Horaria: 3hs

Expectativas de logro:

- Reflexionar sobre los géneros periodístico de la prensa escrita.
- Producir piezas comunicacionales.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Géneros narrativos en los medios, análisis crítico de su utilización, como se construyen los mensajes, los lenguajes como maneras de comunicarse y transmitir. Los lenguajes de la publicidad y el cine, el documental, el documental falso. Introducción a los conceptos de realidad y verosímil. Morfología de un diario- El diario papel y digital. Fotografía periodística - El estilo periodístico: Concepciones generales - El género informativo: la noticia. Selección y jerarquización de la información - La construcción del acontecimiento. Hechos, interpretación y noticias- Función social de la noticia- Técnicas redaccionales- Elementos paratextuales - Titulación. Las fuentes de información - Agencia de noticias - Oficinas de prensa. El comunicado de prensa. La argumentación - Los textos de opinión: editorial – columna – comentario - crítica y reseña - El humor gráfico.

Periodismo ciudadano, participativo o interactivo. Nuevos medios dentro del nuevo medio: weblogs, wikis y medios colaborativos. Actualidad del Periodismo Digital en la región, la Argentina y en el mundo. Estudios y análisis de ejemplos

15-TALLER DE AUDIO II

Formato: Taller

Régimen de la cursada: Cuatrimestral

Ubicación en el Diseño Curricular: Segundo Año

Carga Horaria: 3hs

Expectativas de logro:

- Analizar las posibilidades del lenguaje radial.
- Elaborar piezas comunicacionales.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Estética radiofónica: Funciones de la música. Inserciones musicales-Elementos característicos y códigos del lenguaje radial. Locución y Oratoria: Técnicas - El sonido: la voz, intensidad, tono, timbre, volumen - Fuentes de sonido - La estructuración de programas radiales: el guión y la pauta. Principales criterios de realización de programas de radio. Producción de programas radiofónicos. Programación radiofónica: construcción y estilos de programación general en AM y FM. El proceso de narración en la oralidad - La crónica radial. La radiodramatización. Formatos periodísticos en radio. Técnicas de redacción para radio. El guión radiofónico. La radio popular, comunitaria y barrial. La radio digital.

16-TALLER DE IMAGEN II

Formato: Taller

Régimen de la cursada: Cuatrimestral

Ubicación en el Diseño Curricular: Segundo Año

Carga Horaria: 4hs

Expectativas de logro:

- Analizar críticamente la realización de productos audiovisuales.
- Aplicar los procedimientos en la escritura de un guión de ficción, informativo o documental.
- Producir piezas de comunicación audiovisual.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Perspectivas teóricas en torno al periodismo televisivo. El noticiero como discurso. Narrativa audiovisual y discurso informativo. Recorrido histórico del periodismo televisivo nacional e internacional. Producción y realización de programas televisivos de corte o formato periodístico: noticieros, especializados, de investigación, de opinión, etc. Géneros del periodismo televisivo. Producción y realización de productos de diversos géneros: noticias, sus variantes, crónica, informe especial o reportaje. La entrevista televisiva: diversidad y tipologías. Particularidades de la producción y la realización. Fuentes noticiosas. Periodismo de investigación audiovisual. Conducción de programas televisivos periodísticos. Redacción de textos para televisión. Producciones audiovisuales para la web. Los géneros de ficción con fines didácticos y de entretenimiento. Experiencias de TV comunitaria, escolar e institucional.

<p>17- INDUSTRIA CULTURAL: DISCURSOS SOCIALES, MEDIOS Y EDUCACIÓN</p>
--

Formato: Asignatura

Régimen de la cursada: Anual

Ubicación en el Diseño Curricular: Segundo Año

Carga Horaria: 5hs

Expectativas de logro:

- Comprender los principales enfoques teóricos acerca de la industrialización de la cultura.
- Analizar y debatir acerca de los procesos de producción y consumo de bienes simbólicos en la sociedad actual.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Planteamientos críticos de las Industrias Culturales. Fetichización de la mercancía. La Escuela de Frankfurt. Industria Cultural y sociedad de masas. La Escuela de Birmingham. Crítica a la Teoría Crítica y sociedad de consumo. Aportaciones de la teoría gramsciana. Industrias Culturales: capitalismo y legitimación- Postulado de Benjamín- Postura de Adorno y Horkheimer - La gestión Cultural-Industria cultural y nuevas tecnologías- Noción de poder, hegemonía y subalternidad. Intervención de Organismos Internacionales. Identificación y acuerdo conceptual multilateral de las Industrias Culturales. UNESCO; ¿Qué entendemos por industrias culturales?. Industrias culturales y diversidad cultural. El consumo cultural y las identidades culturales. Cultura y medios- Cultura, Medios y educación – Mass media y mediaciones- Cultura e identidad - El producto y el mercado cultural. Transnacionalización, globalización y culturas locales. Culturas populares y la hibridización de la cultura.

18- PROCESOS POLÍTICOS, ECONÓMICOS Y MUNDO DEL TRABAJO

Formato: Asignatura

Régimen de la cursada: Anual

Ubicación en el Diseño Curricular: Segundo Año

Carga Horaria: 4hs

Expectativas de logro:

- Profundizar acerca de las diversas formas de organización del trabajo y su relación con los procesos históricos.
- Estudiar los diferentes modos de asociación política en el mundo del trabajo.
- Comprender los diferentes factores sociales y económicos que definen el escenario provincial actual.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Consolidación de la sociedad capitalista: Organización socio-económica y tecnológica. Generalización de los procesos de industrialización: características comunes y diferenciales (Alemania, Estados Unidos, Japón). División internacional del trabajo y organización del mercado mundial en beneficio de las potencias industriales. Realidades de América Latina, Asia y África. Organización socio-política. Construcción de las democracias liberales: relaciones sociales conflictivas, ideología y formas de organización en sindicatos, partidos y asociaciones internacionales. El imperialismo moderno nacionalismo agresivo y armamentismo. Descontrol de la economía y crack de 1929. El intervencionismo: New Deal. Primera guerra mundial y sus consecuencias. Segunda guerra mundial y sus consecuencias. La guerra fría y el rol de los medios de comunicación. Descolonización y movimientos de liberación. Proyectos desarrollistas, socialistas, nacionalistas en el tercer mundo. Los conflictos localizados (Corea, Vietnam, Medio Oriente y América Latina). Reestructuración capitalista: la sociedad global. Las posmodernidad y

sus críticos. El nuevo escenario mundial en el ámbito comunicacional. Catamarca, el escenario laboral y sus perspectivas. El desarrollo humano (IDH) y las mediciones en la provincia. Cambios en el escenario económico local y las perspectivas para el desarrollo provincial.

19- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN II

Formato: Asignatura

Régimen de la cursada: Cuatrimestral

Ubicación en el Diseño Curricular: Segundo Año

Carga Horaria: 4hs

Expectativas de logro:

- Diferenciar entre las características propias de la investigación científica y las de la investigación periodística.
- Diseñar y elaborar un proyecto de investigación periodística teniendo en cuenta diferentes formatos y lenguajes.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Periodismo de investigación. Diferencias entre periodismo y PI. La dimensión pública del PI. La dimensión ética del PI. El derecho a la información. La libertad de expresión. La corrupción. El control de los asuntos públicos y privados. Consecuencias. Los riesgos de la profesión. El periodista de investigación. La investigación periodística en la región. El espacio público y el periodista: la opinión pública. Análisis de casos. Investigaciones sobre hechos presentes. Investigaciones sobre hechos pasados con impacto en el presente. Diferencias. Similitudes. Las grandes investigaciones. Técnicas del PI.

Selección de temas. Bases de datos. Internet. Fuentes de información. Riesgos y ventajas de confiar en las fuentes. La agenda periodística. Formulación de hipótesis de trabajo. Planificación y organización. Revisión del tema. El plan de trabajo. Estudio de casos.

20- PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE II - Proyecto: Diseño Gráfico, Fotográfico y Digital.

Formato: Práctica

Régimen de la cursada: Anual

Ubicación en el Diseño Curricular: Segundo Año

Carga Horaria: 6hs

Objetivos:

- **Integrar los aprendizajes logrados en el segundo año de la carrera.**
- **Diseñar**

Expectativas de logro:

- Integrar los aprendizajes de los diferentes espacios curriculares de segundo año de la carrera.
- Planificar, diseñar y elaborar productos comunicacionales en formatos escritos o audiovisuales.
- Organizar un archivo que permita integrar los productos comunicativos realizados por los alumnos a fin de que estén disponibles para diferentes organizaciones de la comunidad.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Se pretende la concreción y profundización del trabajo del primer año y realización en términos audiovisuales. Implementación de procesos y producto comunicacionales que integren las competencias aprendidas en los diferentes espacios curriculares del segundo año de la carrera. Organización de un archivo abierto a la institución y a la comunidad.

Primer Cuatrimestre. Internet como herramienta de búsqueda. Buscadores y directorios. Estrategias de búsqueda. Información confiable en la red. Sitios *web* y *weblogs*. Diseño.

Producción y redacción de relatos en blog -El Texto y el Hipertexto. Hipervínculos. La narración visual y multimedia: narración lineal, narración interactiva, narración multimedia. Principios de diseño y composición. Forma, espacio, tiempo e interacción. Jerarquía tipográfica. El ícono y sus mensajes. Los códigos universales. La cultura de la imagen. La imagen digital. Conversión de formatos. El hardware y el software relacionados con la animación y el video por computadora. Principios de animación. Stop Motion- Características del video para multimedia. Principios fotográficos.

Segundo Cuatrimestre: Proyecto: Los alumnos deberán realizar una pequeña investigación en un grupo o comunidad local, utilizando las técnicas y recursos aprendidos en los espacios curriculares de Metodología de la Investigación II y a través de los talleres. Dicha investigación, será comunicada a través de los formatos aprendidos en el primer cuatrimestre.

- Producción y Diseño de un una revista o cartilla
- Producción, edición y publicación de un blog
- Producción, edición y animación de una historia testimonial a través de las técnicas de Stop Motion

21- ÉTICA Y CONSTRUCCIÓN DE CIUDADANÍA

Formato: Asignatura

Régimen de la cursada: Cuatrimestral

Ubicación en el Diseño Curricular: Tercer Año

Carga Horaria: 4hs

Expectativas de logro:

- Reflexionar sobre los ordenamientos sociales en el contexto contemporáneo.
- Discutir la democracia en la actualidad global y latinoamericana.
- Reconocer las formas de organización de la sociedad civil.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Eje N°1: Tipos de Acción: la acción orientada a normas. Una moral para la democracia. El ordenamiento democrático en las sociedades contemporáneas.

Eje N°2: La política en las sociedades contemporáneas. Conceptualización de la Política. Estado y Sociedad. Las constituciones y el ordenamiento legal.

Eje N°3: Ciudadanía y práctica ciudadana: Los movimientos sociales. Las luchas por la inclusión, la igualdad y los derechos civiles. Formas de organización, participación política y los derechos humanos. Terrorismo de estado y resistencia a las dictaduras. La memoria colectiva como herramienta

de construcción popular. Neoliberalismo: como afectan los procesos de consolidación de la democracia. Los procesos de reconstrucción de las democracias populares en América Latina.

22- SEMIÓTICA Y ANÁLISIS DEL DISCURSO

Formato: Asignatura

Régimen de la cursada: Cuatrimestral

Ubicación en el Diseño Curricular: Tercer Año

Carga Horaria: 4hs

Expectativas de logro:

- Propiciar una mirada semiológica en tanto posibilidad de interpretar los fenómenos sociales como productores de sentidos, a partir de una adecuada formación teórico-conceptual.
- Analizar los diversos circuitos de producción, circulación y distribución de sentidos a nivel mediático, abordando en forma complementaria herramientas conceptuales y de análisis práctico-operacional.
- Comprender la importancia de los discursos sociales en tanto productores de significados ideológicos y políticos, en el marco de procesos de comunicación social que instauran sentidos e interpretaciones del mundo.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Teorías del signo. Significado y significante. El carácter arbitrario del signo. Denotación y connotación. Análisis textual. Signo, icono y símbolo. Diferencias entre el modelo binario y ternario.

El dispositivo enunciativo: enunciador y enunciatario en Benveniste.

Reconocimiento de deícticos en el texto escrito. Polifonía. Esquema de comunicación de Jakobson. Emisor, Mensaje, Receptor, Canal, Código. Contextualización del esquema desde una mirada social y estructural.

Semiótica de los Medios. La teoría de los discursos sociales de Eliseo Verón. Lo discursivo en tanto fenómeno material. Producción y recepción. La semiosis social.

La ubicuidad del signo.

La vida social como productora de sentidos. Las teorías de comunicación en América Latina y su correlato semiótico.

Dispositivos de análisis de los discursos de los medios masivos de comunicación.

Herramientas de abordaje, interpretación y análisis del discurso periodístico mediático.

Análisis crítico del discurso de los medios masivos en relación con temas y problemas referidos al desarrollo local.

23- SEMINARIO DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN

Formato: Asignatura

Régimen de la cursada: Cuatrimestral

Ubicación en el Diseño Curricular: Tercer Año

Carga Horaria: 4hs

Expectativas de logro:

- Comprender los principios del discurso persuasivo en sus diferentes modalidades.
- Diseñar y planificar una campaña de difusión contemplando las diferentes etapas y procesos.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Discursos sociales y lógica mercantil. Características específicas del discurso persuasivo. Posibilidades y límites. Comunicación, organizaciones y mercados. Consumo, distinción y poder. El marketing y la publicidad. La planificación de la publicidad y la comunicación organizacional interna y externa. Anunciantes, consultoras, agencias, centrales de medios y servicios complementarios. Investigación de mercados, de medios y de mensajes. Dimensión publicitaria de los medios de difusión. Las audiencias. La pauta publicitaria. El lenguaje publicitario. Particularidades. El corto publicitario. Diseño y realización de cortos publicitarios. Diseño y realización de campañas comerciales, de promoción social e institucionales de prevención, políticas, educativas, salud etc. para organismos públicos, privados y fundamentalmente para sujetos del desarrollo. La comunicación institucional. Lanzamiento, comercialización, distribución, programación y exhibición de obras. Marketing, gráfica y productos asociados a las obras audiovisuales y gráficas. Prensa y representación, contactos y difusión.

24- SEMINARIO OPTATIVO CON ORIENTACION EN:

Formato: Asignatura Optativa

Régimen de la cursada: Cuatrimestral

Ubicación en el Diseño Curricular: Tercer Año

Carga Horaria: 4hs

24.1 Diagnóstico y Planificación Comunicacional

Expectativas de logro:

- Profundizar acerca de los diferentes recursos y modalidades de la comunicación institucional.
- Reconocer los principios fundamentales de la comunicación estratégica en el ámbito de las organizaciones sociales.

CONTENIDOS SUGERIDOS

La gestión y el diagnóstico comunicacional para la producción - La comunicación estratégica - La cultura y organización comunicacional- Paradigmas de producción de conocimientos- Tipos de diagnósticos - Análisis de casos - Perspectivas cualitativas y cuantitativas - Técnicas de recolección y análisis de datos - La planificación - La planificación estratégica - Tipos de planificación - La entropía comunicacional - La comunicación grupal - Diseño y planificación de acciones para el desarrollo local - Relación entre organización y comunicador - Herramientas de evaluación institucional.

24.2 Comunicación y Educación Popular

Expectativas de logro:

- Interpretar los diferentes enfoques y experiencias de la Comunicación Popular.

- Reconocer los aportes de la comunicación al servicio de la educación no formal.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Paulo Freire y la comunicación dialógica. Alfabetización y comunicación. Comunicación Educativa. Comunicación, educación y contextos de vulnerabilidad social. Comunicación, educación y contextos peri-urbanos y rurales. Estudio de casos y experiencias. Los campos de la educación y la comunicación: sus vinculaciones. Diferentes enfoques respecto de la educación no formal. El rol de los comunicadores y la elaboración de materiales pedagógicos.

25- TALLER DE ESCRITURA Y NARRATIVAS III

Formato: Taller

Régimen de la cursada: Anual

Ubicación en el Diseño Curricular: Tercer Año

Carga Horaria: 3hs

Expectativas de logro:

- Identificar las características específicas del discurso dramático como recursos comunicativo.
- Comprender las particularidades de la escritura destinada a los entornos virtuales.
- Desarrollar habilidades para la redacción de textos académicos.

CONTENIDOS SUGERIDOS

La expresión dramática. La narrativa como construcción de la obra. Construcción y presentación de casos – se propone la realización de un trabajo en formato de Ateneo - El teatro y la narrativa - Origen y desarrollo del Teatro a través de la historia y de sus máximos exponentes - Nuevas tendencias del teatro actual - Elementos técnicos del teatro: Escenografía – Luminotécnica – Vesturia – Maquillaje – Coreografía - ritmo escénico de acuerdo a la obra: tragedia, drama, comedia, farsa. Etc.- Puesta en escena- Construcción de personajes.

El discurso referido. La escritura y la lectura en los entornos virtuales. Redactar para la web. – El Diálogo en el paradigma de la Interactividad. Relato Lineal. Relato No lineal. Estructura interactiva, persuasiva, Dramática. El Lecto autor. Participación selectiva. Participación Transformativa. Participación constructiva. Estructura Polidréndrica. Estructura Multiabsorbente. Estructura Abierta. Estructura Anárquica.

La redacción académica. El uso de citas y referencias bibliográficas. Las normas más utilizadas. Características del texto académico: informe, el ensayo, la monografía. Recursos audiovisuales como complemento de la exposición oral.

26- TALLER DE AUDIO III

Formato: Taller

Régimen de la cursada: Cuatrimestral

Ubicación en el Diseño Curricular: Tercer Año

Carga Horaria: 4hs

Expectativas de logro:

- Reconocer las particularidades del formato documental en radio.
- Producir piezas comunicativas.
- Recopilar y debatir acerca de experiencias en radio comunitarias.

CONTENIDOS SUGERIDOS

El documental y el mini documental en radio. . El documental como herramienta de conocimiento, de educación, de denuncia o de propaganda. Lo intelectual, estético y emotivo en las piezas sonoras - El documental como ensayo y creación. Subjetividad y objetividad a través de los recursos sonoros - La producción radiofónica - Estructura y diseño de proyectos radiales - Grillas de programación - Programación radial para el desarrollo local - El micro radial - La radio y la comunidad - Experiencias educativas. Las llamadas “Radios libres” y populares. Análisis de experiencias de desarrollo a través de la radio: desde Sutatenza a nuestros días.

27-TALLER DE IMAGEN III

Formato: Taller

Régimen de la cursada: Cuatrimestral

Ubicación en el Diseño Curricular: Tercer Año

Carga Horaria: 4hs

Expectativas de logro:

- Estudiar las especificidades del documental en lenguaje audiovisual.
- Reflexionar sobre las experiencias en el registro documental.
- Producir piezas comunicativas.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Teoría y práctica del documental. Historia del documental. Contextualización social, tecnológica, económica y política de su estética y de las prácticas realizativas. La representación de la realidad. Modalidades de representación. Producción, realización y posproducción de documentales. Problemas productivos, realizativos, estéticos y éticos de las diversas modalidades de representación documental. Problemas discursivos: El documental como efecto retórico. El documental como herramienta de conocimiento, de educación, de denuncia o de propaganda. El documental como ensayo y creación.

28- MEDIOS, CIUDADANÍA y DERECHO A LA INFORMACIÓN
--

Formato: Asignatura

Régimen de la cursada: Anual

Ubicación en el Diseño Curricular: Tercer Año

Carga Horaria: 6hs

Expectativas de logro:

- Reflexionar acerca de la relación entre la información y la construcción de ciudadanía.
- Analizar y debatir sobre el papel de los medios en la construcción de ciudadanía y en la participación.
- Estudiar el marco legal implementado a partir de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

CONTENIDOS SUGERIDOS

La información y el ejercicio de la ciudadanía en la sociedad mediatizada. Libertad de expresión, acceso a la información pública. La ilusión de la democratización y la participación. La búsqueda de la visibilidad del poder. La "Videopolítica" y la "ciberpolítica" en las democracias contemporáneas.

La Constitución de la Nación Argentina. Estructura. Declaraciones, derechos y garantías. Estructura jerárquica del sistema jurídico argentino. El art. 31 CN. Régimen de gobierno de la nación. Sistema federal: Nación, Provincia y Municipio. Evolución del concepto de derecho a la información. Sujetos comprendidos: dimensión individual y social. Derechos del informador y del informado. El derecho a la información como parte sustancial de los derechos humanos: su triada conceptual y sus contenidos esenciales. Derecho a la información y la normativa nacional e internacional. Declaración de los derechos del Hombre y del Ciudadano. ONU 1948. El Pacto de San José de Costa Rica. Art. 13 y 14. La inclusión en la CN de 1953/60 y en la reforma de 1994. El derecho a la información en la Constitución de la provincia de Catamarca y el Derecho de réplica. Derecho a la comunicación como instancia superadora. El acceso a la información estatal: Democracia, libertad e información, Responsabilidad del Estado. El régimen de propiedad intelectual. Examen de la ley 11723 de Propiedad intelectual. Naturaleza jurídica del derecho de autor: evolución. Derechos, limitaciones y plazos del autor. Reproducción ilegal. Ser periodista profesional. El secreto profesional. La cláusula de conciencia. La ley 22.285 de Radiodifusión. Aspectos relevantes. Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Principios y debates en torno a la regulación nacional.

29- PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE III - Proyecto: Montaje de Radio, TV

y Página Web.

Formato: Práctica

Régimen de la cursada: Anual

Ubicación en el Diseño Curricular: Tercer Año

Carga Horaria: 7hs

Expectativas de logro:

- Integrar los aprendizajes propuestos en el tercer año de la carrera.
- Diseñar y planificar una propuesta de comunicación que incluya productos comunicativos en diferentes formatos y lenguajes.

CONTENIDOS SUGERIDOS

Con eje en la Ejecución y Evaluación de Proyectos, el enfoque del espacio permitirá integrar y articular los contenidos abordados en los talleres, seminarios y asignaturas que se dictan en el tercer año de la carrera.

Primer Cuatrimestre:

La estructura básica de un estudio de televisión. La instalación para una grabación en vivo. Condiciones técnicas para la transmisión en vivo. El móvil de exteriores. Principios generales para los enlaces. Equipamiento para montaje de radio y TV-La estructura básica de un estudio de radio- Antenas- Alcance- Ondas- Frecuencias- Planificación, el proyecto técnico, montaje de emisoras, ejecución de las instalaciones, la puesta en marcha-Lenguajes visuales y software para generar páginas y sitios de Internet. Integración del sonido en procesos multimediales. Interfaces de usuario. Diseño de página web.

Segundo Cuatrimestre:

Las siguientes prácticas finales, serán el resultado final de los contenidos generales abordados a lo largo de la carrera. A través del espacio curricular de Gestión y Administración de Proyectos para el desarrollo local, los alumnos deberán gestionar el financiamiento necesario para la puesta en marcha de las siguientes propuestas:

- Práctica profesionalizante final a partir de la puesta en marcha de una pequeña emisora radial en y para una comunidad local
- Montaje de un canal de TV o insertar productos audiovisuales con contenidos de desarrollo local en una emisora de la comunidad
- Diseño y publicación de una página web que refleje los conocimientos adquiridos a lo largo de las investigaciones en un sector de la comunidad local

TALLERES DE FORTALECIMIENTO DE LA PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE

Los talleres tienen como principal objetivo fortalecer la práctica profesionalizante mediante la creación de un espacio pedagógico de producción de contenidos de acuerdo a las necesidades locales. Los talleres son opcionales para los alumnos y buscan a promover situaciones de aprendizaje a partir de la creación de piezas comunicacionales que estén orientadas a la comunidad. Esto supone articulación con los contenidos conceptuales y procedimentales que los alumnos aprenden durante el cursado de la carrera y permiten una vinculación con las instituciones del medio.

Taller I. Comunicación Persuasiva: Campaña de Interés Público.

Expectativas de logro:

- Diseñar y realizar campañas de interés público que puedan ser difundidas por los medios de comunicación locales.
- Construir un espacio de producción de contenidos que integre a alumnos y docentes del instituto.

CONTENIDOS

En el primer año se planificarán, diseñarán y elaborarán materiales vinculados a las estrategias propias del discurso persuasivo. Así, se trabajarán campañas de publicidad, de propaganda y campañas de interés público que promocionen bienes y servicios de interés social y no cubiertos por los medios tradicionales. Campañas de alfabetización, de educación vial, de espacios culturales, fiestas populares, centros turísticos e históricos de la ciudad, preservación del ambiente natural, etc. Relevamientos: Análisis de experiencias en el país y en el mundo. La creatividad al servicio de la persuasión. Estudios de los efectos e impactos de la publicidad. Los canales de la publicidad: los medios tradicionales –cine, radio, prensa, tv-, el marketing de productos o servicios y los nuevos circuitos a través de la web. Plan de comunicación y estudio de la audiencia.

Taller II. Producción de material de Apoyo a los Procesos Educativos

Expectativas de logro:

- Recopilar y analizar las experiencias de educación mediadas por las TICS.

- Diseñar y elaborar materiales de comunicación en diferentes lenguajes para ser utilizados en procesos educativos.

CONTENIDOS

En el segundo año, se trabajará con la planificación, diseño, elaboración y evaluación de materiales comunicativos de orientación didáctica que puedan brindar un servicio a la comunidad. Así, podrán elaborarse productos dirigidos a servicios de educación a distancia, programas de alfabetización, de motivación para el trabajo, de apoyo a contenidos de diferentes niveles del sistema educativo, emprendedores rurales o urbanos, requerimientos de las organizaciones civiles etc. Se analizarán las experiencias en la región, el país y el mundo. Las problemáticas deberán tener un abordaje local, con escenarios, personajes e historias de la provincia y la región. Podrán utilizar recursos de audio, imagen, escritura o multimedial de acuerdo a los públicos meta y los canales elegidos (medios tradicionales o sitios web).

TALLER III. Comunicación Institucional y Comunitaria

Expectativas de logro:

- Reconocer los aportes de la comunicación a las experiencias de desarrollo en el campo popular.
- Implementar estrategias de intervención en organizaciones de la comunidad local.

CONTENIDOS

El campo de la comunicación en América latina. La comunicación alternativa. Lo popular desde la comunicación. Comunicación y hegemonía. Relaciones

entre comunicación y desarrollo. Modelos de comunicación / educación. La comunicación como práctica transversal en los procesos políticos y sociales. El análisis de la realidad de comunicación. Actores emergentes de la comunicación popular. Relaciones de comunicación, poder y contexto social. Procesos de comunicación en organizaciones sociales y en la comunidad. Modelos de planificación y gestión. Momentos del proceso de planificación y gestión de la comunicación. La mirada comunicacional y el diagnóstico de comunicación. Estrategia de comunicación.

PERFIL DOCENTE SUGERIDO

Se presentan algunas sugerencias respecto del perfil de formación docente a partir de la formación académica y experiencia acreditada en función de los contenidos propuestos en cada espacio curricular a lo largo de la carrera.

Primer año

Espacio Curricular	Formación Académica
ESTADO Y SOCIEDAD	Lic en Historia. Lic en Ciencias Políticas. Lic en Sociología

SEMINARIO : ESTRATEGIAS PARA LA EXPLORACIÓN DE MEDIOS COMUNICACIONALES	Lic. En Comunicación Social (con experiencia en investigación en el campo de la comunicación social)
COMUNICACIÓN Y DESARROLLO LOCAL	Lic en Comunicación Social. Lic en Sociología.
TALLER DE ESCRITURA Y NARRATIVAS I	Lic en Comunicación Social, Prof en Lengua y Literatura, Lic en Letras (con experiencia en el campo de las comunicaciones masivas)
TALLER DE AUDIO I	Lic en Cine. Lic en Comunicación Social (con experiencia en medios audiovisuales)
TALLER DE IMAGEN I	Lic en Cine. Lic en Comunicación Social (con experiencia en producción de medios audiovisuales)
INTRODUCCIÓN A LA PEDAGOGÍA COMUNICACIONAL	Lic en Ciencias de la Educación. Lic en Comunicación Social. Prof en Comunicación Social
METODOLOGÍAS DE LA INVESTIGACIÓN I	Lic en Comunicación Social. Lic en letras. Lic en Sociología (con experiencia en investigación en el campo de la comunicación social)
GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES	Lic en Marketing. Prof en Ciencias Económicas. Lic en Psicología de las organizaciones.
PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE I: Proyecto: Historias de la Vida Cotidiana	Lic en Comunicación Social.

CENTRO DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS PARA EL DESARROLLO LOCAL	Lic en Comunicación Social.(con experiencia en la producción en medios de comunicación)
---	---

Segundo año

Espacios curriculares	Formación académica
ARTE, ESTÉTICA Y EXPRESIÓN CONTEMPORÁNEA	Lic en Artes. Lic en comunicación Audiovisual.
PROBLEMAS SOCIOCULTURALES CONTEMPORÁNEOS	Lic en Ciencias Política. Lic en Sociología.
GESTIÓN DE PRODUCCIÓN, COMERCIALIZACIÓN Y FINANCIAMIENTO	Lic en Marketing. Lic en Ciencias Económicas. Prof. Ciencias Económicas.
TALLER DE ESCRITURA y NARRATIVAS II	Lic en Comunicación Social. Lic en Letras. Prof en Lengua y Literatura.
TALLER DE AUDIO II	Lic. En Comunicación Social. Lic. en Cine. Lic en Comunicación Audiovisual. (con experiencia en la producción en medios audiovisuales)

TALLER DE IMAGEN II	Lic en Comunicación Social. Lic en Comunicación Audiovisual. (con experiencia en la producción en medios audiovisuales)
INDUSTRIA CULTURAL: Discursos sociales, Medios y Educación	Lic. en Comunicación Social.
PROCESOS POLÍTICOS, ECONÓMICOS Y MUNDO DEL TRABAJO	Lic en Ciencias Políticas.
METODOLOGÍAS DE LA INVESTIGACIÓN II	Lic en Comunicación Social (con experiencia en investigación en el campo de la comunicación social)
PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE II: Proyecto: Diseño gráfico, fotográfico y digital.	Lic en Comunicación Social
CENTRO DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS PARA EL DESARROLLO LOCAL	Lic en Comunicación Social.(con experiencia en la producción en medios de comunicación)

Tercer Año

Espacio Curricular	Formación Académica
---------------------------	----------------------------

GESTIÓN Y ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO LOCAL	Lic en Ciencias Económicas. Lic en Marketing. Prof. en Ciencias Económicas.
SEMINARIO DE PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN	Lic en Comunicación Social. Lic en Marketing
SEMINARIO OPTATIVO CON ORIENTACIÓN EN	
- Diagnóstico y Planificación Comunicacional	Lic en Comunicación Social
- Técnicas para la Educación Popular	Lic. en Ciencias de la Educación. Lic. en Comunicación Social
TALLER DE ESCRITURA Y NARRATIVAS III	Lic. en Comunicación Social. Lic en Letras
TALLER DE AUDIO III	Lic. en Comunicación Social. Lic en Cine
TALLER DE IMAGEN III	Lic en Comunicación Social. Lic en Cine
MEDIOS, CIUDADANÍA Y DERECHO DE LA INFORMACIÓN	Abogado (con especialidad en el campo del derecho a la Información) Lic. en Comunicación Social
PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE III: Proyecto: Montaje de radio, TV y página web.	Lic. en Comunicación Social

CENTRO DE PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS PARA EL DESARROLLO LOCAL	Lic en Comunicación Social.(con experiencia en la producción en medios de comunicación)
---	---

EQUIPAMIENTO E INFRAESTRUCTURA

A continuación se expone una los recursos sugeridos a fin de poder llevar a cabo los objetivos trazados en la propuesta de la carrera. Se presenta un listado del equipamiento necesario para la implementación de las prácticas profesionalizantes, como así también de los talleres previstos en los tres años de la carrera y el Centro de Producción de Contenidos. Este deberá ser gestionado por la institución, ya sea que cuente con él, o que realice acuerdos con otras organizaciones para el uso de esos espacios por parte de los estudiantes y los docentes, en virtud de sus propuestas curriculares. Sin embargo, atento al diseño curricular, deberán garantizarse prácticas reales en el campo laboral para el logro de las competencias.

Aula de Informática con Pc o netbooks que puedan ejecutar programas especiales para Diseño de material escrito, fotos, videos y transmisión radial por intranet.

Conexión de Internet y red para transmisión por intranet

Video filmadora Profesional o semiprofesional para dirección y desarrollo.

Isla de edición de videos

Cámara fotográfica preferentemente digital

Micrófonos

Aula con protección de ruido para utilizarla como estudio de grabación, de radio y/o televisión.

CITAS Y REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Calvello, M (2001), en Alfonso Gumucio Dagrón, HACIENDO OLAS, Historias de comunicación participativa para el cambio social, Fundación Rockefeller, Plural Editores, La Paz, Bolivia.

Ley Nacional N° 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. 1999.

Loretti, D (2010). Nueva Ley de servicios de comunicación audiovisual. UBA.

Max Neef, 1991. - Desarrollo a escala humana: Conceptos, aplicaciones y reflexiones. Chile.

Rey, G. Cultura y desarrollo humano: unas relaciones que se trasladan.

Touraine, A (2011). Después de la crisis. Paidós.

UNICEF, disponible en http://www.unicef.org/argentina/spanish/resources_4656.htm en

Vazquez Barquero ,A (1993) Política Económica Local. Pirámide.