



VISTO:

El Expediente N° 678.877-CPE-21; y

CONSIDERANDO:

Que la Ley de Educación Nacional N° 26.606 establece que todas las modalidades y orientaciones de la educación secundaria deben habilitar a los jóvenes para el ejercicio pleno de la ciudadanía, para el trabajo y para la continuación de estudios;

Que la Ley de Educación Técnico Profesional N° 26.058, señala a la formación integral de los estudiantes como uno de los propósitos de la Educación Técnico Profesional de Nivel Secundario y Superior;

Que por Resolución N° 295/16 del Consejo Federal de Educación, Anexo I, se aprueba el documento “Criterios para la Organización Institucional y Lineamientos para la Organización de la Oferta Formativa para la Educación Técnico Profesional de Nivel Superior”;

Que por Resolución N° 346/18 del Consejo Federal de Educación, Anexo I, se aprueba el documento “Acuerdo Marco de Educación a Distancia para los niveles primario, secundario y superior en las diferentes modalidades reguladas y reconocidas por la Ley de Educación Nacional N° 26.206”;

Que es de principal importancia la articulación con los diferentes ámbitos de formación y capacitación de los diversos programas Educativos de la Provincia, para asegurar y garantizar trayectos de formación continua, para aquellos actores, que sin depender del nivel de formación en que se encuentren, puedan incorporarse en las distintas etapas de la capacitación, para el fortalecimiento de sus saberes y capacidades, y así lograr el ingreso a la actividad socio-productiva de nuestra época;

Que actualmente, la presencia de las audiencias en las redes sociales obliga tanto a los medios masivos, como a las empresas, al Estado y al llamado Tercer Sector a innovar en la comunicación y marcar su presencia en el ciberespacio. La democratización de las TICs implica también el pluralismo de voces y la posibilidad de construir sentido, más allá de los discursos dominantes, con comunicadores sociales preparados;

Que desde el punto de vista de las actividades educativas enfocadas en procesos de producción, el Estado Provincial tiene el deber de dar lugar a recursos humanos con una sólida formación, capaces de influir en el impacto socio económico regional, resolviendo los problemas que plantea el medio y ofreciendo soluciones creativas e innovadoras, convirtiéndose en sujetos de cambio, dando respuestas al requerimiento de profesionales competentes para el crecimiento en estas áreas;

Que en vista de lo que establecen las Resoluciones N° 295/16 y N° 346/18, del Consejo Federal de Educación, se elaboró una propuesta que busca hacer dinámicos y versátiles los tiempos de cursado y a la vez generar una propuesta que permita a los estudiantes formarse en nivel Superior Técnico, formándose como Técnicos Superiores en comunicación Digital y Multimedial, a través de la Educación a Distancia;

Que en consecuencia y atento a la necesidad de comenzar a implementar en forma gradual y progresiva el Plan de Estudios de la Tecnicatura Superior en Comunicación Digital/////

//.-





//2.-

y Multimedial, corresponde aprobar el mismo;

Que a partir de la aprobación del Plan de Estudios citado, resulta imperioso girar el mismo al Ministerio de Educación de la Nación, a los efectos de tramitar la Validez Nacional;

Que en virtud de diligenciar el presente trámite, se debe dictar en consecuencia el instrumento legal pertinente, sujeto a ratificación del Consejo Provincial de Educación, conforme lo establece el Artículo 192° inciso e) de la Ley Provincial N° 3305;

Por ello;

LA PRESIDENTA DEL CONSEJO PROVINCIAL DE EDUCACIÓN

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- APROBAR el Plan de Estudios de la “Tecnatura Superior en Comunicación Digital y Multimedial”, que como Anexo forma parte integrante de la presente.-

ARTÍCULO 2°.- DETERMINAR que la denominación del título a otorgar a quienes cumplimenten dicha propuesta formativa será: “Técnico Superior en Comunicación Digital y Multimedial”.-

ARTÍCULO 3°.- DETERMINAR que el Plan de Estudios de la “Tecnatura Superior en Comunicación Digital y Multimedial”, se dicte a partir de la aprobación de la presente, a través de la plataforma de Educación a Distancia (EaD), del Instituto Superior de Enseñanza Técnica (InSET).-

ARTÍCULO 4°.- SOMETER a ratificación del Consejo Provincial de Educación la presente, en cumplimiento a lo establecido en el Artículo 192° inciso e) de la Ley Provincial N° 3305.-

ARTÍCULO 5°.- REMITIR copia del presente instrumento legal al referente Jurisdiccional de Títulos, quien remitirá al Ministerio de Educación, a efectos de tramitar la Validez Nacional.-

ARTÍCULO 6°.- TOME RAZÓN Secretaría de Coordinación Educativa, Dirección Provincial de Educación Técnico Profesional, Dirección Provincial de Educación Gestión Privada, Dirección de Registro de Títulos, Certificaciones y Equivalencias, Junta de Clasificación respectiva, Secretaría de Coordinación Administrativa, Dirección Provincial de Estadística, Comisión Carrera Docente y Presupuesto, Dirección Provincial de Recursos Humanos de este organismo, cumplido, ARCHÍVESE.-


MAVIS S. FERNÁNDEZ
Secretaria General




Lic. MARÍA C. VELÁZQUEZ
Presidenta

1084



PROVINCIA DE SANTA CRUZ
Consejo Provincial de Educación

ANEXO

PLAN DE ESTUDIO

Acorde a Resolución N° 295/CFE/16 y N° 346/CFE/18

**TECNICATURA SUPERIOR
EN COMUNICACIÓN DIGITAL Y
MULTIMEDIAL**

Modalidad EaD

(Educación a Distancia)



1084



PROVINCIA DE SANTA CRUZ
Consejo Provincial de Educación

//2.-

Gobernación de la Provincia de Santa Cruz

GOBERNADORA

Dra. Alicia KIRCHNER

VICEGOBERNADOR

CP. Eugenio QUIROGA

Consejo Provincial de Educación de la Provincia de Santa Cruz

PRESIDENTA

Lic. María C. VELÁZQUEZ

VICEPRESIDENTE

Prof. Ismael A. ENRIQUE

VOCALES POR EL EJECUTIVO

Prof. Horacio PÉREZ OSUNA

Prof. Patricia AGUIRRE

VOCALES ELECTOS

Prof. Mónica FLORES (Rep. Docentes Oficiales)

Prof. Nicolás PEREYRA (Rep. Docentes Privados)

SECRETARIA DE COORDINACIÓN EDUCATIVA

Prof. Norma BENEDETTO

SECRETARIA GENERAL

Sra. Mavis S. FERNÁNDEZ

DIRECTOR PROVINCIAL DE EDUCACIÓN TÉCNICO PROFESIONAL

Ing. Rodrigo GOJAN



1084



PLAN DE ESTUDIO

I – FUNDAMENTACIÓN

Las primeras dos décadas del Siglo XXI trajeron consigo la explosión y la democratización de Internet y las telecomunicaciones, a partir del auge de la producción de contenidos 2.0, que incorporaron al texto, el sonido, la imagen en movimiento y la posibilidad de la interacción inmediata y comenzaron a correr del centro de la escena a los medios de comunicación tradicionales como la prensa gráfica, la radio y la televisión.

El surgimiento de múltiples herramientas como los blogs, los foros y las redes sociales, así como el acceso a nuevos dispositivos como notebooks, tablets y el smartphone dieron como resultado, no sólo el surgimiento de nuevas estrategias de comunicación, sino la posibilidad de que nuevos sujetos se transformen en productores y emisores de sus propios contenidos y opiniones que circulan a través de la red.

Como resultado de esa transformación, los medios tradicionales no han sido desplazados, sino que se fueron adaptando, conviven y se ajustan a las nuevas tecnologías de la información, la comunicación y la conectividad. Estas, por su dinámica y velocidad, llegan primero con la información a los hogares, permitiendo la interacción en tiempo real, pero asimismo reconfiguran la forma de comunicarnos, de interactuar y de estar en el mundo.

Las tecnologías, digitales o no, son artefactos culturales producidos y significados social e históricamente, por eso debemos pensarlos como hacedores de una cibercultura, de técnicas (materiales e intelectuales), de prácticas, de actitudes, de modos de pensamiento y de los valores que se desarrollan conjuntamente con el crecimiento del ciberespacio (Lévy, 2007). En tal sentido, proponemos una carrera de formación que posibilite el desarrollo y análisis de las transformaciones de las prácticas culturales a través de las mediaciones tecnológicas.

La presencia de las audiencias en las redes sociales obliga tanto a los medios masivos, como a las empresas, el Estado y el llamado Tercer Sector a innovar en la comunicación y marcar su presencia en el ciberespacio. Al mismo tiempo, la democratización de las TICs implica el pluralismo de voces y la posibilidad de construir sentido más allá de los discursos dominantes.

Es por esto que esta tecnicatura busca promover el ejercicio de la comunicación social en tanto derecho humano básico y fundamental amparado en la libertad de pensamiento, expresión y acceso a la información. Una comunicación orientada desde este punto de vista contempla las técnicas y herramientas, pero se ancla sobre todo en la problematización del sentido social y la construcción de una participación ciudadana activa en el escenario público.

El cambio social es un factor central para la construcción de las prácticas comunicacionales, para conformar sujetos activos, críticos y libres para la creación e innovación. No se trata de pensar un determinismo tecnológico, sino de poner el acento en los usos de dichas tecnologías, reflexionar sobre cómo las personas se apropian de los dispositivos, poner en debate qué hacen con ellos y cómo conforman una comunidad allí.





PROVINCIA DE SANTA CRUZ
Consejo Provincial de Educación

//4.-

En la provincia de Santa Cruz, por su demografía, los medios tradicionales como la prensa gráfica, la radio y la televisión continúan siendo centrales en el acceso a la información de las comunidades. Sin embargo, cada vez con más fuerza, se imponen los diarios digitales, los blogs y las redes sociales como vehículos de la comunicación por su dinamismo y velocidad.

A su vez, estos nuevos medios se presentan como una posibilidad laboral debido a su bajo costo y más fácil acceso, desde el punto de vista de la producción. Al mismo tiempo, esta oferta se traduce en la posibilidad que tienen innumerables empresas, organismos del estado y asociaciones civiles y sin fines de lucro de generar sus propios contenidos y distribuirlos en los grandes medios masivos.

II - IDENTIFICACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIO

Denominación: Tecnicatura Superior en Comunicación Digital y Multimedial.

Nivel: Superior No Universitario.

Modalidad técnica de carácter: Diversificada.

Ciclo: Técnico Superior.

Duración: DOS (2) años y medio.

Cantidad Total de Horas Reloj: MIL CUATROCIENTAS CUARENTA (1.440) horas reloj.

Título a otorgar: TÉCNICO SUPERIOR EN COMUNICACIÓN DIGITAL Y MULTIMEDIAL.

Condiciones de Ingreso: Tal cual lo establece la ley de Educación Técnico Profesional N° 26.058 Artículo 12° y la Resolución N° 295/16 CFE, Anexo I y al tratarse de una oferta de modalidad Diversificada, los aspirantes deben acreditar: Título de Nivel Medio o equivalente.

Modalidad de Cursado: Educación a Distancia, bajo los lineamientos establecidos en el Acuerdo Marco de Educación a Distancia (EaD) como lo establece la Resolución N° 346/18 CFE, Anexo I.

Objetivo:

- Formar profesionales críticos que sean motor de acción y transformación en políticas de inclusión digital y/o multimediales.
- Desarrollar estrategias para la formación en la elaboración de contenidos digitales y/o multimediales.
- Propiciar espacios de producción, investigación, innovación y creatividad en Tecnologías y Comunicación, desde una metodología de abordaje integral, colaborativa y de participación colectiva.
- Promover el análisis crítico y reflexivo en torno a la articulación Comunicación/Nuevas Tecnologías/Cultura a fin de construir una mirada crítica y estratégica sobre los usos, significaciones y apropiaciones de la Tecnología desde una perspectiva comunicacional.
- Generar reflexiones y debates que promuevan en los futuros técnicos la capacidad de transformar realidades desde una perspectiva cultural con el uso y aplicación de las tecnologías en diversos territorios.



1084



III - REFERENCIAL DEL PERFIL PROFESIONAL

Alcance del perfil profesional:

El Técnico Superior en Comunicación Digital y Multimedial, estará capacitado para analizar, diseñar, planificar y ejecutar proyectos, programas y planes de comunicación social, a través de estrategias de comunicación en el seno de organizaciones sociales, áreas gubernamentales, medios de comunicación y nuevos emprendimientos, colaborando en el desarrollo, conocimiento, comprensión y difusión de información, ideas, actividades y campañas, asumiendo una posición reflexiva, crítica y propositiva sobre los procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea.

El Técnico Superior en Comunicación Digital y Multimedial podrá:

1. Diseñar, gestionar y producir piezas comunicacionales, programas y otros proyectos o estrategias de comunicación, en diferentes plataformas y aptas para los diferentes medios de comunicación tradicionales (radios, diarios, televisión, documentales, eventos) y para los nuevos géneros y tecnologías de la comunicación (Internet, celulares, películas digitales, etc.), conociendo y empleando crítica y reflexivamente sus herramientas y lenguajes tecnológicos propios.

1.1. Identificar las formas de construcción de las noticias y formatos diversos de la comunicación social.

1.2. Desarrollar piezas comunicacionales y áreas temáticas (noticias, reportajes, entrevistas, notas de análisis, artículos de opinión, etc.), comprendidos en los géneros informativos y los de opinión, que contribuyan al desarrollo de la comunidad en la que trabaja.

1.3. Elaborar piezas audiovisuales periodísticas, documentales o de ficción (guión, narración audiovisual, dirección de fotografía, montaje, sonido, postproducción, emisión).

1.4. Confeccionar piezas radiales (grabación, musicalización, puesta en el aire, etc.).

1.5. Operar las herramientas informáticas ajustadas a la tarea periodística y de comunicación.

1.6. Programar y realizar campañas de difusión, concientización y de bien público.

1.7. Evaluar la evolución y de los distintos proyectos y piezas en forma permanente.

1.8. Conocer y emplear las instancias de investigación, obtención de testimonios, comparación de fuentes y chequeo de información propia del periodismo.

1.9. Desarrollar la habilidad dialógica y estratégica para desenvolverse en la instancia de diálogo o contacto con las fuentes.

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

2.1. Investigar y conocer distintos tipos de estrategias y géneros narrativos históricos.

2.2. Investigar, conocer y manejar fluidamente las estrategias y géneros narrativos en uso en los medios de comunicación audiovisuales, gráficos, o en línea.





//6.-

3. Diseñar y concretar 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.

3.1. Conocer y llevar a cabo las distintas estrategias de financiamiento, gestión y administración existentes en los medios de comunicación.

3.2. Realizar todos los pasos de la preproducción de piezas periodísticas, televisivas, documentales, radiales, websites, blogs, en campañas, eventos, etc.

3.3. Trabajar en la producción, postproducción y difusión de piezas comunicacionales.

3.4. Organizar servicios de producción y difusión de piezas de comunicación.

4. Diseñar y desarrollar estrategias de articulación con grupos, individuos o instituciones de la comunidad, favoreciendo la producción de medios y mensajes y la difusión y capacitación de miembros de la comunidad, para la socialización de los conocimientos adquiridos y de las actividades, producciones o problemáticas locales.

4.1. Organizar actividades de producción y difusión de piezas de comunicación multimedial con individuos, grupos o instituciones de la comunidad.

4.2. Evaluar el impacto de las piezas difundidas en la comunidad.

4.3. Estudiar y diseñar piezas comunicacionales para distintos tipos de campañas.

Área ocupacional:

El egresado y la egresada en Comunicación Digital y Multimedial estarán capacitados para desempeñarse en:

- Medios de comunicación públicos y privados (gráficos, radiales, audiovisuales, Internet, etc.).
- Instituciones, empresas, agrupaciones y ONGs.
- Productoras de contenidos de espectáculos y eventos culturales.
- Instituciones dedicadas a la conservación y exposición del patrimonio.
- Empresas dedicadas al turismo cultural y receptivo.
- Producción y promoción de artistas.
- Emprendimiento, producción y promoción de un proyecto independiente, individual o colectivo.

Desde esta perspectiva, atendiendo al campo profesional al que se dirige, fundamentalmente se destacan los siguientes ámbitos de intervención:

- Investigación de las realidades locales para la producción de piezas comunicacionales aptas para cualquier medio de comunicación tradicional o para medios y formatos innovadores (internet, celulares, etc.), cuyas temáticas y tratamiento promuevan el desarrollo humano, conocimiento de sí, comprensión y fortalecimiento de una comunidad.
- Ejercicio de prácticas comunicativas que fomenten una sensibilidad crítica en comunicadores y público.





//7.-

- Conocimiento en tácticas de gestión, obtención, producción y administración de fondos y de circuitos de difusión que faciliten la circulación de nuevos mensajes en la comunidad, independientemente de los medios o empresas periodísticas.
- Asesoramiento para la planificación y gestión activa de políticas, proyectos y acciones comunicativas
- Difusión y socialización de sus aprendizajes y de producciones.

IV – TRAYECTORIA FORMATIVA

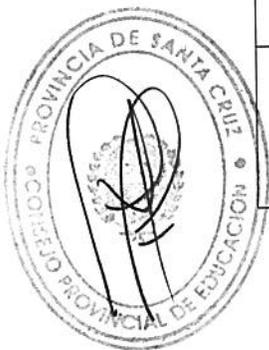
Base curricular:

Los lineamientos y criterios de la organización curricular de la carrera se encuadran en los lineamientos establecidos en la Resolución N° 295/16 CFE y sus correspondientes normativas provinciales.

PRIMER AÑO			
CUAT.	CÓD.	ESPACIOS CURRICULARES	FORMACIÓN
PRIMERO	1	Antropología Social y Cultural	General
	2	Metodología y Técnicas de la Investigación Social	Fundamento
	3	Teoría de la Comunicación Social	Fundamento
SEGUNDO	4	Semiótica	Fundamento
	5	Introducción a la Gestión de Contenidos Digitales	Fundamento
	6	Periodismo Digital y Nuevos Medios	Específica

SEGUNDO AÑO			
CUAT.	CÓD.	ESPACIOS CURRICULARES	FORMACIÓN
TERCERO	7	Historia de los Procesos Políticos y Económicos	General
	8	Análisis y Producción de los Discursos Sociales	Específica
	9	Diseño Gráfico y Multimedial	Específica
CUARTO	10	Patrimonio Cultural y Regional	Fundamento
	11	Comunicación de las Organizaciones	Específica
	12	Marketing y Publicidad	Específica

TERCER AÑO			
CUAT.	CÓD.	ESPACIOS CURRICULARES	FORMACIÓN
QUINTO	13	Historia de los Medios Masivos de Comunicación	Específica
	14	Derecho a la Información	Específica
	15	Gestión de Proyectos de la Comunicación Digital	Práctica Profesional



1084



PROVINCIA DE SANTA CRUZ
Consejo Provincial de Educación

//8.-

Obligaciones académicas:

Durante el desarrollo de los distintos espacios curriculares se realizarán talleres, jornadas, congresos y prácticas que serán de participación obligatoria para los estudiantes y se realizarán según el siguiente ordenamiento:

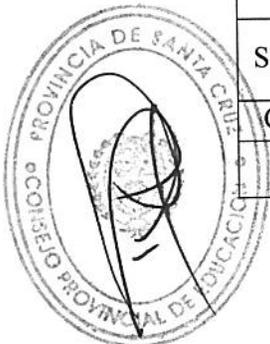
PRIMER AÑO			
CUAT.	CÓD.	OBLIGACIÓN ACADÉMICA	FORMACIÓN
PRIMERO	A	Taller de Aprendizaje en Entornos Virtuales	General
	B	Taller de Herramientas TIC	General
SEGUNDO	C	Taller de Producción de Escritura Multimedial	Práctica Profesional

SEGUNDO AÑO			
CUAT.	CÓD.	OBLIGACIÓN ACADÉMICA	FORMACIÓN
TERCERO	D	Taller de Producción de Narrativas Sonoras y Radiales	Práctica Profesional
CUARTO	E	Taller de Producción de Narrativas Audiovisuales	Práctica Profesional

Matriz de plan de estudio según campo formativo y carga horaria:

FORMACIÓN GENERAL			
CUAT.	CÓD.	ESPACIOS CURRICULARES / OBLIG. ACAD.	HORAS RELOJ
PRIMERO	1	Antropología Social y Cultural	64
	A	Taller de Aprendizaje en Entornos Virtuales	32
	B	Taller de Herramientas TIC	32
TERCERO	7	Historia de los Procesos Políticos y Económicos	64
TOTAL HORAS RELOJ CAMPO FORMATIVO			192

FORMACIÓN DE FUNDAMENTO			
CUAT.	CÓD.	ESPACIOS CURRICULARES	HORAS RELOJ
PRIMERO	2	Metodología y Técnicas de la Investigación Social	75
	3	Teoría de la Comunicación Social	85
SEGUNDO	4	Semiótica	64
	5	Introducción a la Gestión de Contenidos Digitales	75
CUARTO	10	Patrimonio Cultural y Regional	64
TOTAL HORAS RELOJ CAMPO FORMATIVO			363



1084



PROVINCIA DE SANTA CRUZ
Consejo Provincial de Educación

//9.-

FORMACIÓN ESPECÍFICA			
CUAT.	CÓD.	ESPACIOS CURRICULARES / OBLIG. ACAD.	HORAS RELOJ
SEGUNDO	6	Periodismo Digital y Nuevos Medios	85
TERCERO	8	Análisis y Producción de los Discursos Sociales	75
	9	Diseño Gráfico y Multimedial	85
CUARTO	11	Comunicación de las Organizaciones	75
	12	Marketing y Publicidad	85
QUINTO	13	Historia de los Medios Masivos de Comunicación	64
	14	Derecho a la Información	75
TOTAL HORAS RELOJ CAMPO FORMATIVO			544

PRÁCTICAS PROFESIONALIZANTES			
CUAT.	CÓD.	ESPACIOS CURRICULARES / OBLIG. ACAD.	HORAS RELOJ
SEGUNDO	C	Taller de Producción de Escritura Multimedial	85
TERCERO	D	Taller de Producción de Narrativas Sonoras y Radiales	85
CUARTO	E	Taller de Producción de Narrativas Audiovisuales	85
QUINTO	15	Gestión de Proyectos de la Comunicación Digital	86
TOTAL HORAS RELOJ CAMPO FORMATIVO			341

Matriz del Plan de Estudios:

PRIMER AÑO					
CUAT.	CÓD.	ESPACIOS CURRICULARES	Hs. Cát. Sem./Anual		Total Hs. Rj.
PRIMERO	1	Antropología Social y Cultural	6	96	64
	2	Metodología y Técnicas de la Investigación Social	7	112	75
	3	Teoría de la Comunicación Social	8	128	85
	A	Taller de Aprendizaje en Entornos Virtuales	3	48	32
	B	Taller de Herramientas TIC	3	48	32
SEGUNDO	4	Semiótica	6	96	64
	5	Introducción a la Gestión de Contenidos Digitales	7	112	75
	6	Periodismo Digital y Nuevos Medios	8	128	85
	C	Taller de Producción de Escritura Multimedial	8	128	85
Total Horas:			896	597	



1084



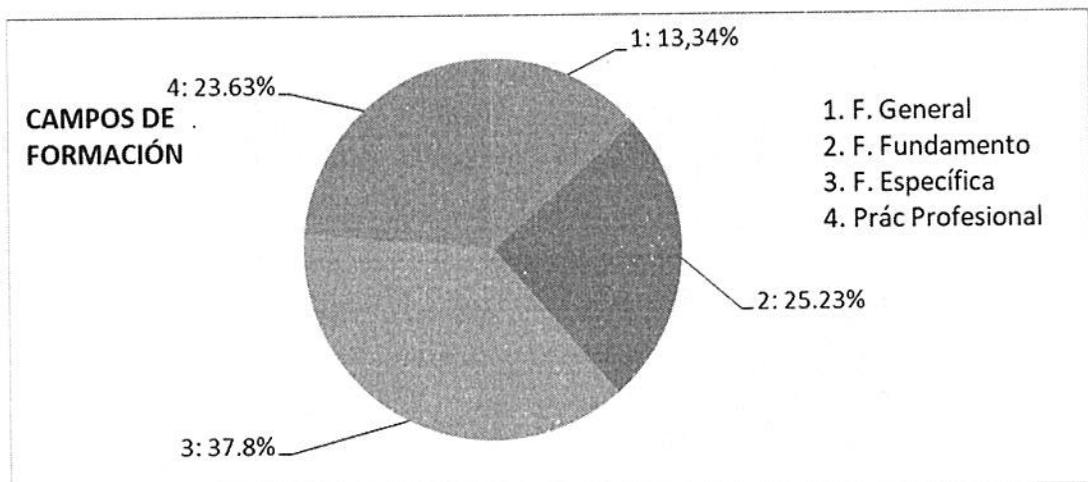
//10.-

SEGUNDO AÑO					
CUAT.	CÓD.	ESPACIOS CURRICULARES	Hs. Cát. Sem./Anual		Total Hs. Rj.
TERCERO	7	Historia de los Procesos Políticos y Económicos	6	96	64
	8	Análisis y Producción de los Discursos Sociales	7	112	75
	9	Diseño Gráfico y Multimedial	8	128	85
	D	Taller de Producción de Narrativas Sonoras y Radiales	8	128	85
CUARTO	10	Patrimonio Cultural y Regional	6	96	64
	11	Comunicación de las Organizaciones	7	112	75
	12	Marketing y Publicidad	8	128	85
	E	Taller de Producción de Narrativas Audiovisuales	8	128	85
Total Horas:			928	618	

TERCER AÑO					
CUAT.	CÓD.	ESPACIOS CURRICULARES	Hs. Cát. Sem./Anual		Total Hs. Rj.
QUINTO	13	Historia de los Medios Masivos de Comunicación	6	96	64
	14	Derecho a la Información	7	112	75
	15	Gestión de Proyectos de la Comunicación Digital	8	128	86
Total Horas:			336	225	
Total Horas Plan de Estudios:			2160	1440	

Carga horaria por año y campo de formación (en horas reloj):

Campo de Formación	1er Año	2do Año	3er Año	Totales	Porcentajes
General	128	64	0	192	13,3%
Fundamento	299	64	0	363	25,2%
Específica	85	320	139	544	37,8%
Práctica Profesionalizante	85	170	86	340	23,7%
Totales	597	618	225	1440	100,0%





//11.-

V – DETALLE DE CONTENIDOS

PRIMER AÑO

ESPACIOS CURRICULARES

1. ANTROPOLOGÍA SOCIAL Y CULTURAL				
Estimación carga horaria semanal en horas reloj		Carga horaria de evaluación en horas reloj		Número de clases
Módulos de Aprendizaje	Bibliografía Obligatoria	Instancias Virtuales	Instancias Presenciales	14
3	3	6	0	Total de Horas Reloj
				64

Expectativas de logro:

- Identificar corrientes relevantes en la Antropología Social.
- Apropiarse de los debates de la teoría antropológica y la etnografía respecto a la diversidad cultural.
- Comprender la complejidad de la organización y el funcionamiento de las sociedades humanas.
- Promover en los estudiantes la reflexión crítica frente a dilemas éticos y políticos que se derivan de los principios político-culturales que configuran la civilización contemporánea y de la coexistencia de representaciones diversas acerca de la noción de persona, naturaleza, comunidad y nación.

Contenidos mínimos:

La antropología como disciplina científica. Contextualización histórica. Campo y objeto. Características y aportes del método antropológico. La antropología como modo de explicación de la diversidad humana: centralidad del concepto de cultura. Los problemas centrales: naturaleza / cultura; cultura / sociedad; orden / cambio; diversidad / desigualdad. Etnocentrismo y construcción del “otro”: el análisis del prejuicio y las prácticas de discriminación. Comunicación y cultura: enfoques antropológicos de la comunicación. Producción y reproducción social: formas básicas y complejas de integración y diferenciación. Orden social y producción de sentido: la dimensión cultural en las relaciones de poder. La etnografía y el trabajo de campo. Extrañamiento cultural.

Bibliografía sugerida:

- Antropología y Ciencias Sociales. De elaboraciones históricas, herencias no queridas y propuestas abiertas. Neufeld, María Rosa y Santiago Wallace (1998) En: VV.AA. Antropología Social y Política. Eudeba, Buenos Aires.
- Constructores de otredad. Una introducción a la Antropología Social y Cultural. Boivin, Mauricio, Rosato Ana y Victoria Arribas (comp.) 2004. Antropofagia, Buenos Aires.
- La sociedad primitiva. Capítulo I (“Periodos étnicos”). Morgan, Lewis.





//12.-

- Magia, ciencia y religión. Malinowski, Bronislaw (1993). Planeta Agostini ed. Barcelona.
- Mito y significado. LéviStrauss, Claude: (1986). Alianza Editorial, Buenos Aires.
- La cultura extraviada en sus definiciones. En: Diferentes, desiguales y desconectados, García Canclini, Nestor. (2004). Gedisa, Barcelona.
- Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura. Geertz, Clifford (1995) En: La interpretación de las culturas, Gedisa.
- La etnografía. Método, campo y reflexividad. Guber, Rosana. (2011). Siglo Veintiuno Editores.

Perfil docente sugerido:

- Profesor en Antropología o Licenciado en Antropología.
- Profesor en Sociología o Licenciado en Sociología.
- Profesor de Historia o Licenciado en Historia.
- Profesor de Ciencias de la Educación o Licenciado en Ciencias de la Educación.
- Licenciado en Trabajo Social.

2. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL				
Estimación carga horaria semanal en horas reloj		Carga horaria de evaluación en horas reloj		Número de clases
Módulos de Aprendizaje	Bibliografía Obligatoria	Instancias Virtuales	Instancias Presenciales	14
3	4	6	0	Total de Horas Reloj
				75

Expectativas de logro:

- Abordar los conceptos y las nociones básicas sobre metodología en el área de las ciencias sociales y de la comunicación social.
- Desarrollar una perspectiva crítica sobre los métodos y las técnicas de investigación en torno a situaciones y problemas relativos a la intervención y práctica profesional.
- Indagar sobre las distintas técnicas de recopilación y de análisis de datos.
- Indagar respecto a las pautas para la elaboración y presentación de proyectos.

Contenidos mínimos:

La investigación en las ciencias sociales y la comunicación. La producción del conocimiento científico. Fundamentos teóricos de las perspectivas metodológicas. Los abordajes cuantitativos y cualitativos, características, diferencias y especificidades. Más allá de las dicotomías: la triangulación o convergencia metodológica, características, alcances y limitaciones. El proceso de investigación; el diseño de investigación; el proyecto de investigación. Planteo del problema:////

//.-





//13.-

objetivos, preguntas de investigación y justificación. La especificidad del campo y la necesidad de un marco metodológico propio. Desarrollo de instrumentos de medición para la investigación social. Análisis estadísticos. Construcción de metodologías cualitativas para el estudio de fenómenos online y offline.

Bibliografía sugerida:

- *Metodología de las Ciencias Sociales* (1ra ed.). Marradi, Alberto (2007). Capítulo 3. Método, metodología, técnicas. En A. Marradi, Buenos Aires: Emecé.
- *Metodología de las Ciencias Sociales* (1ra ed.). Archenti, Nelida. (2007). Capítulo 4. El papel de la teoría en la investigación social. En A. Marradi, Buenos Aires: Emecé.
- *Metodología de las Ciencias Sociales* (1ra ed.). Piavoni, Juan Ignacio. (2007). Capítulo 5. El diseño de la investigación. En A. Marradi, Buenos Aires: Emecé.
- *Metodología de las Ciencias Sociales* (1ra ed.). Piavoni, Juan Ignacio (2007). Capítulo 10. La observación. En A. Marradi, Buenos Aires: Emecé.
- *Metodología de la Investigación* (4ta ed.). Hernández Sampieri, Roberto, et al. (2006). Capítulo 1. Similitudes y diferencias entre los enfoques cuantitativo y cualitativo. En R. Hernández Sampieri, México D.F.: McGraw-Hill.
- *Metodología de la Investigación* (4ta ed.). Hernández Sampieri, Roberto, et al. (2006). Capítulo 2. El nacimiento de un proyecto de investigación cuantitativo, cualitativo o mixto: la idea. En R. Hernández Sampieri, México D.F.: McGraw-Hill.

Perfil sugerido del tutor:

- Licenciado en Sociología o Profesor de Sociología.
- Lic. en Ciencias de la Educación o Profesor en Ciencias de la Educación.
- Profesor en Ciencias de la Comunicación o Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

3. TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL				
Estimación carga horaria semanal en horas reloj		Carga horaria de evaluación en horas reloj		Número de clases
Módulos de Aprendizaje	Bibliografía Obligatoria	Instancias Virtuales	Instancias Presenciales	14
4	4	6	0	Total de Horas Reloj
				85

Expectativas de logro:

- Identificar conceptos básicos y los modelos teóricos de la comunicación humana, sus elementos y sus características.

//.-





//14.-

- Reconocer paradigmas acerca de las teorías de la comunicación desarrolladas a lo largo del siglo XX y su contexto.
- Analizar las principales problemáticas del campo de estudios de la comunicación y los condicionantes históricos.
- Proponer espacios de análisis y reflexión teóricos y prácticos sobre los fenómenos comunicacionales.

Contenidos mínimos:

El surgimiento del funcionalismo en la teoría sociológica contemporánea. Teoría hipodérmica. El paradigma de Lasswell de análisis de los medios de masas. Teoría de los “two steps flow” de Lazarsfeld y Katz. La investigación empírica de los efectos de los medios en la opinión pública. La teoría de la “agenda-setting”. Las relaciones entre medios, audiencia y sociedad. Industria cultural. Comunicación y cultura. Comunicación alternativa o popular. Las mediaciones. Comunicación y sentido. La semiosis social. Consumo y comunicación. Sistema y sociedad. Complejidad y sociedad. La realidad de los medios de comunicación de masas a partir de la teoría de Niklas Luhmann. Codificación, comprensión y aceptación de la comunicación. Tematización y equilibrio social.

Bibliografía sugerida:

- ¿Qué es un problema de comunicación?, en Introducción a las ciencias de la comunicación, Cap. 1. Bounoux, D. (1998). Nueva Visión.
- “El medio es el mensaje”, en Comprender los medios de comunicación. Mc Luhan, M. (1964).
- La galaxia Gutemberg. Génesis del homo typographicus. Mc Luhan, Marshall. (1998). Círculo de Lectores, Barcelona.
- ¿Para qué sirve estudiar Teoría de la Comunicación? Serrano, Martín (2006). Universidad Complutense de Madrid.
- Discursos ininterrumpidos. En la obra de arte en la época de la reproductividad técnica. Benjamin, Walter. (1989). Ed. Taurus, Buenos Aires, Argentina.
- Observaciones sobre ciencia y crisis. Horkheimer, Max (1968). Editorial Amorrortu.
- ¿Qué es lo popular? Capítulo: “Cultura Popular” Gramsci, Antonio, Justo Serna, Anaclet Pons, Eds. (2011). Ed. Publicacions de la Universitat de Valencia, España.
- Mis encuentros con W. Benjamin; en Constelaciones de la Comunicación, año 1, número 1, mes septiembre. Barbero, Jesús Martín, (2000). Ed. Fundación Walter Benjamin.
- Ciudadanos y ciudadanía, en Constelaciones de la Comunicación, año 1, número 1, mes septiembre. Hall Stuart y Held David, (2000). Ed. Fundación Walter Benjamin.

//.-





//15.-

- La Imaginación Sociológica. Wright Mills C. (1986). Ed. Fondo De Cultura Económica, S. A. de C. V. México, D. F. Título original: The Sociological Imagination 1959, Oxford University Press, Nueva York.
- Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada. Publicado en Muraro, Heriberto (comp.). La comunicación de masas, Lazarsfeld Paul F. y Merton Robert K. (1977). Centro Editor de América Latina, Buenos Aires, Argentina.
- Estructura y función de la comunicación en la sociedad. Publicado en Moragas Spá, Miquel, Sociología de la comunicación de masas, tomo II. Lasswell Harold D. (1985). Gustavo Gilli, Barcelona, España.
- Ciudadanos y ciudadanía. Stuart Hally David Held (1989).
- Las sensibilidades juveniles como texto social. Revista Signoy Pensamiento: Facultad de Comunicación y Lenguaje. Rincón, Omar (1994). Pontificia Universidad Javeriana N° 25 "Cartas de Navegación". Bogotá.
- Sociología de la cultura. Colección Espacios del Saber. Williams, Raymond (2015). Planeta, España.

Perfil docente sugerido:

- Profesor o Licenciado en Ciencias de la Comunicación.
- Técnico en Comunicación Social.

4. SEMIÓTICA				
Estimación carga horaria semanal en horas reloj		Carga horaria de evaluación en horas reloj		Número de clases
Módulos de Aprendizaje	Bibliografía Obligatoria	Instancias Virtuales	Instancias Presenciales	14
3	3	6	0	Total de Horas Reloj
				64

Expectativas de logro:

- Distinguir la semiótica como disciplina dentro de la comunicación y su articulación con otros campos del saber.
- Capacidad de analizar diferentes discursos mediáticos.
- Introducir al alumno en la lectura semiótica de la imagen.

Contenidos mínimos:

El fenómeno semiótico. Perspectiva semiótica y semiológica, similitudes y diferencias. El estudio de la producción social de sentido. El análisis del discurso. Las clasificaciones sociales de los discursos y su consideración por parte de la teoría. Medio, género y estilo en los lenguajes/ / / / / / / /

//.-





//16.-

contemporáneos. Las distintas entradas analíticas en el estudio de las configuraciones textuales, en relación con los niveles retórico, temático y enunciativo. El discurso político, características del discurso adversativo. La imagen como texto semiótico.

Bibliografía sugerida:

- Límites naturales. Dos definiciones de semiótica. En U. Eco, Tratado de semiótica general. Eco, Umberto. (2000). 1ra Ed. Buenos Aires: Lumen, pp 31-34.
- Principios generales. En F. Saussure, Curso de lingüística general. Saussure, Ferdinand (1945). 1ra Ed. Buenos Aires: Losada, pp 91-96.
- El valor lingüístico. En F. Saussure, Curso de lingüística general. Saussure, Ferdinand (1945). 1ra Ed. Buenos Aires: Losada, pp 131-141.
- El aparato formal de la enunciación. En É. Benveniste, Problemas de lingüística general II. Benveniste, Émile (1999). 1ra Ed. México D.F.: Siglo XXI.
- El sujeto de la enunciación. En M. I. Filinich, Enunciación. Filinich, María Isabel (2012). 1ra Ed. Buenos Aires: Eudeba, pp 39-50.
- Discursos sociales. En E. Verón, La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Verón, Eliseo (1993). 1ra Ed. Barcelona: Gedisa, pp 121-123.
- El sentido como producción discursiva. En E. Verón, La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad. Verón, Eliseo (1993). 1ra Ed. Barcelona: Gedisa, pp 124-126.
- La materialidad del sentido. En E. Verón, La semiosis social II. Verón, Eliseo (2013). 1ra Ed. Buenos Aires: Paidós, pp 143-149.
- La palabra adversativa. En AAVV, El discurso político. Lenguaje y acontecimiento. Verón, Eliseo (1987). 1ra Ed. Buenos Aires: Hachete, pp 13-26.
- Retórica de la imagen. En R. Barthes, Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces. Barthes, Roland (1986). 1ra Ed. Barcelona: Paidós, pp 29-47.
- ¿Qué es una imagen? En M. Joli, Introducción al análisis de la imagen. Joly, Martine (2009). 1ra Ed. Buenos Aires: La marca, pp 17-45.
- El análisis de la imagen: posibilidades y métodos. En M. Joli, Introducción al análisis de la imagen. Joly, Martine (2009). 1ra Ed. Buenos Aires: La marca, pp. 47-76.

Perfil docente sugerido:

- Profesor o Licenciado en Ciencias de la Comunicación.
- Profesor o Licenciado en Letras.

1084





5. INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN DE CONTENIDOS DIGITALES				
Estimación carga horaria semanal en horas reloj		Carga horaria de evaluación en horas reloj		Número de clases
Módulos de Aprendizaje	Bibliografía Obligatoria	Instancias Virtuales	Instancias Presenciales	14
4	3	6	0	Total de Horas Reloj
				75

Expectativas de logro:

- Identificar las características de la narración multimedia, en sus formas y géneros.
- Comprender los fundamentos de la red como medio, su impacto en los procesos comunicacionales y los retos que representa para los periodistas actuales.
- Desarrollar habilidades de gestión de proyectos digitales, considerando audiencias y plataformas actuales para su difusión.

Contenidos mínimos:

Multimedia, convergencia y emprendimiento. La pertinencia y calidad de los contenidos. Monitoreo y desempeño de contenidos digitales. Benchmarking. Métricas y estrategias. Herramientas multimediales. Narrativas digitales: hipertexto e hipermedia. Escritura transmedia. Estructuras de relato digital. Interacción y participación de audiencias. Social Media Management. Conceptos de comercialización digital. Community management. Marketing Digital. SEO y SEM. Hábitos de consumo en medios digitales. Emprendimiento digital. Casos de análisis. Estrategias y tendencias.

Bibliografía sugerida:

- Profesionales y Audiencias en el Ecosistema Móvil, Congreso Internacional de Ciberperiodismo. Koldobika, Meso Ayerdi. (10° 2018. Bilbao).
- Webperiodismo en un ecosistema líquido, Irigaray, Fernando (2013), Rosario, Laborde Libros Editor.
- Hacia la comunicación transmedia. Irigaray, Fernando (2014) Rosario, Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.
- Reflexiones Móviles: El Periodismo en la Era de la Movilidad, Irigaray, Fernando (2015) Rosario, Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.
- La comunicación en el escenario digital: Actualidad, retos y perspectivas, Romero Rodríguez, Luis Miguel (2019) Perú, Pearson Educación de Perú, S.A.
- El Imperio Digital, Buenos Aires, Zanoni, Leandro (2008), Ediciones B Argentina S.A.

Perfil docente sugerido:

- Profesor o Licenciado Ciencias de la Comunicación Social.
- Licenciado o Técnico en Publicidad.
- Técnico en Comunicación Social.





6. PERIODISMO DIGITAL Y NUEVOS MEDIOS				
Estimación carga horaria semanal en horas reloj		Carga horaria de evaluación en horas reloj		Número de clases
Módulos de Aprendizaje	Bibliografía Obligatoria	Instancias Virtuales	Instancias Presenciales	14
4	4	8	0	Total de Horas Reloj
				85

Expectativas de logro:

- Problematizar las relaciones de poder inmersas y naturalizadas en la denominada escritura objetiva.
- Manejar las herramientas para la expresión y redacción de textos periodísticos.
- Producir y analizar piezas comunicacionales para la web y redes sociales.

Contenidos mínimos:

Proceso de gestión de medios digitales. Lectura y escritura en medios digitales. Redacción, edición, adecuación y corrección de textos para entornos digitales. Los géneros periodísticos. Validación y explicitación de fuentes y citas. Trabajo colaborativo y prácticas de escritura. Contextualización de la información. Periodismo digital, características y diferencias con el periodismo tradicional. Utilización de redes sociales. Aplicaciones, infografías. Contar historias a través de: Animaciones. Infografías. Ilustraciones. Videos. Herramientas para el rastreo y visualización de la información. Uso de texto, audio, vídeo, imagen, fotografía y animación pensando en web.

Bibliografía sugerida:

- Periodismo 2.0: una guía para la alfabetización digital. Briggs, Mark (2007) Knighth Foundation. Austin.
- Así se hace periodismo. Camps, Sibila y Pazos, Luis (1996). Ed. Paidós: Buenos Aires
- Internet para periodistas. Cobo, Silvia (2012). Ed. UOC: Barcelona
- Cómo escribir para la web. Bases para la discusión y construcción de manuales de redacción on line. Franco, Guillermo (2008). Knighth Foundation. Austin.
- El Estilo del Periodista: Consejos Lingüísticos, Profesionales y Éticos Para Escribir en los Medios, Grijelmo, Alex (1997). Editorial Taurus, España. Irigaray, Fernando (2010). Periodismo digital en un paradigma de transición. Fundación Capital. Rosario.
- Periodismo digital: convergencia, redes y móviles. Irigaray, Fernando (2011). Ediciones Laborde. Rosario.
- Reflexiones Móviles: El Periodismo en la Era de la Movilidad, Irigaray, Fernando (2015). Rosario, Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.
- Estrategias para explorar los medios de comunicación. Formar ciudadanos críticos. Mortola, Gustavo (2004). Biblioteca Didáctica, Buenos Aires.





//19.-

Perfil docente sugerido:

- Profesor de Comunicación Social.
- Licenciado en Comunicación Social.
- Licenciado en Periodismo.

OBLIGACIONES ACADÉMICAS

A. TALLER DE APRENDIZAJE EN ENTORNOS VIRTUALES				
Estimación carga horaria semanal en horas reloj		Carga horaria de evaluación en horas reloj		Número de clases
Módulos de Aprendizaje	Bibliografía Obligatoria	Instancias Virtuales	Instancias Presenciales	16
3	0	0	0	Total de Horas Reloj
				32

Expectativas de logro:

- Que el alumno se familiarice con el entorno virtual propuesto por la carrera.
- Conocer y manejar las diferentes herramientas disponibles en el entorno virtual, como realizar entregas de trabajos, acceder al material de cátedra, realizar consultas a los docentes o cómo interactuar con sus pares en foros.
- Conocer y usar las diversas herramientas y aplicaciones que se utilizarán durante el desarrollo de la cursada general, como aulas virtuales y las salas de conferencia.
- Conocer algunas bibliotecas digitales y enciclopedias virtuales que le sirvan de fuente bibliográfica.

Contenidos del taller:

La concepción de educación mediada. Tecnologías y enseñanza. Tecnologías y aprendizaje. De la educación a distancia a la educación virtual. Dimensiones clásicas de la educación virtual: plataformas, materiales didácticos, estrategias de aprendizaje y de evaluación. Posibilidades y limitaciones de la educación virtual. Modelos de enseñanza y perspectivas de aprendizaje. El diseño formativo de las propuestas de aprendizaje. Los actores y las funciones del proceso de diseño formativo. Los procesos de comunicación en el aprendizaje mediada por tecnologías. Metodología de seguimiento de las clases virtuales. Administración efectiva del tiempo en la educación a distancia. Interacción con profesores y compañeros de clase para fortalecer el aprendizaje. Foros, Jornadas y Congresos virtuales; participación efectiva. Instancias evaluativas virtuales. Autoevaluación.





Perfil sugerido del tutor:

- Técnico Universitario en Diseño y Producción de Materiales Didácticos para Entornos Virtuales del Aprendizaje.
- Técnico Universitario en Administración de Comunidades Virtuales.
- Especialista en Docencia en Entornos Virtuales.
- Profesor de Ciencias de la Comunicación
- Licenciado en Comunicación Social.
- Técnico Universitario en Comunicación Social.

B. TALLER DE HERRAMIENTAS TIC				
Estimación carga horaria semanal en horas reloj		Carga horaria de evaluación en horas reloj		Número de clases
Módulos de Aprendizaje	Bibliografía Obligatoria	Instancias Virtuales	Instancias Presenciales	16
3	0	0	0	Total de Horas Reloj
				32

Expectativas de logro:

- Conocer los elementos básicos de un equipo informático (software/hardware);
- Conocer las funciones y operar ciertas herramientas informáticas fundamentales, como procesadores de textos, planillas de cálculo y programas de presentación;
- Conocer ciertas tecnologías relacionadas a la computación y a la comunicación;
- Profundizar en las diversas temáticas en las que la informática es una herramienta clave;
- Desarrollar cierta capacidad lógica que permita la propuesta de soluciones mediante el uso de herramientas informáticas.

Contenidos del taller:

Cómo hacer un trabajo en procesadores de texto. Herramientas de toma de apuntes. Planilla de cálculo. Manejo básico, tablas, texto, manejo de fórmulas, realización de calendario, fórmulas y tratamiento básico de datos, estadística básica. Manejarse con los problemas y errores del ordenador: avisos, actualizaciones, sincronizaciones. Búsqueda óptima en internet. Búsqueda de recursos. Outlook básico, gestión de archivos) Gestión de agenda (tareas, horarios, calendarios, tutorías, clases. Cómo hacer una presentación en PowerPoint, Prezi y otros (Plantillas, animaciones, trucos de presentación) Edición de imágenes, Publisher, Paint, Photoshop, etc. Manejo de información en “La nube” (manejo de Dropbox, comparativa de OneDrive, Drive de Google, manejo avanzado de Dropbox, manejo de OneDrive, Drive de Google) Trabajo en grupo con Google Drive. Trabajos en grupo. Herramientas para la realización de cuestionarios. Precauciones y consejos para evitar el plagio en trabajos, tesis, etc. Búsqueda en bibliotecas avanzada. Recursos, manuales, Bibliografía y Webgrafía.





//21.-

Perfil sugerido del tutor:

- Analista de Sistema o Computación.
- Programador – Analista Programador.
- Analista en Tecnología Informática.
- Analista en Informática con Orientación Sistemas.

C. TALLER DE PRODUCCIÓN DE ESCRITURA MULTIMEDIAL				
Estimación carga horaria semanal en horas reloj		Carga horaria de evaluación en horas reloj		Número de clases
Módulos de Aprendizaje	Bibliografía Obligatoria	Instancias Virtuales	Instancias Presenciales	16
5	3	0	0	Total de Horas Reloj
				85

Expectativas de logro:

- Comprender y producir textos orales y escritos coherentes.
- Reflexionar acerca de la escritura como proceso de construcción, atendiendo al marco de producción y el género discursivo.
- Fomentar las prácticas de escritura, reflexivas y críticas.
- Enriquecer los procesos de escritura por medio del dominio de recursos retóricos y las estrategias de redacción.

Contenidos mínimos:

El texto. Propiedades textuales: coherencia, cohesión gramatical, léxica y textual. Tipologías textuales: género discursivo, según función del lenguaje, trama y función textual. Estrategias de lectura. El proceso de escritura: planificación, redacción, revisión, versión final. Las reglas de acentuación. Puntuación. Plan de texto. El informe: características. Modos de organización de la información, estrategias de escritura. Argumentación. El proceso retórico. Estrategias argumentativas. Conectores de ordenamiento. Plan de texto. El guion transmedia. Etapas, contenidos y procesos de un guion. Conjunción texto/imagen. Hipertexto. Mapas de navegación y diagramación (storyboard).

Bibliografía Sugerida:

- La escritura y sus formas discursivas, Alvarado, Maite y Yeannoteguy, Alicia (2009). Ed. Eudeba, Bs. As.
- Enseñar lengua y literatura. Archanco Pamela y otros (2003) Ed. Lugar, Bs. As.
- Contar las historias. Manual para experiencias transmedia sociales. Ardini, Claudia (2018). Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Mutual Conexión.





1122.-

- La mecánica de la escritura creativa: en busca de una voz propia. Barella, Julio y Alonso, Laura (2017). España. Universidad de Alcalá.
- Describir el escritor. Cómo se aprende a escribir. Cassany, Daniel. (1989). Barcelona, Ediciones Paidós.
- La cocina de los textos, Cassany, Daniel (2009) Ed. Anagrama, Barcelona.
- Para escribir bien en español. Claves para una corrección de estilo. García Negroni, María Marta (2017) Buenos Aires. Waldhuter.
- En busca del español correcto: respuestas breves para dudas frecuentes. García Negroni, María Marta (2012) Buenos Aires. Waldhuter.
- El Estilo del Periodista: Consejos Lingüísticos, Profesionales y Éticos Para Escribir en los Medios, Grijelmo, Alex (1997), Editorial Taurus, España.
- Estrategias para explorar los medios de comunicación. Formar ciudadanos críticos. Mortola, Gustavo (2004), Biblioteca Didáctica, Buenos Aires.
- Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan. Scolari, Carlos (2013). Barcelona. Deusto.

Perfil docente sugerido:

- Profesor de Comunicación Social o Licenciado en Comunicación Social.
- Licenciado en Periodismo o similar.

SEGUNDO AÑO

ESPACIOS CURRICULARES

7. HISTORIA DE LOS PROCESOS POLÍTICOS Y ECONÓMICOS				
Estimación carga horaria semanal en horas reloj		Carga horaria de evaluación en horas reloj		Número de clases
Módulos de Aprendizaje	Bibliografía Obligatoria	Instancias Virtuales	Instancias Presenciales	14
3	3	6	0	Total de Horas Reloj
				64

Expectativas de logro:

- Profundizar respecto de los principales procesos históricos, sociales, económicos, políticos y culturales que han configurado recientemente la trama de la sociedad Argentina.
 - Analizar sobre marcos interpretativos de la realidad social actual a partir de conceptos propios de la historia.
- Reconocer en los discursos sociales actuales diversos enfoques historiográficos desde los cuales se analiza y se propone la comprensión histórica social de Argentina y el Mundo.





PROVINCIA DE SANTA CRUZ
Consejo Provincial de Educación

//23.-

Contenidos mínimos:

Modelo Agro-exportador 1880-1930. Argentina como granero del mundo. La generación del '80 y la crisis del '90. La Ley Saenz Peña. Radicalismo. Primera Guerra Mundial. Fordismo y Taylorismo. La crisis de 1929 y el paso al Modelo de Sustitución de Importaciones. El Golpe de 1930 y la Década Infame. Uriburismo y Justismo. La Segunda Guerra Mundial. El Estado del Bienestar, la Guerra Fría y la descolonización. Las dictaduras en Latinoamérica. El surgimiento del Peronismo y los dos gobiernos de Perón. La Revolución Libertadora. El desarrollismo de Frondizi. La Revolución Argentina, el GAN, el regreso de Perón y el Proceso de Reorganización Nacional. De la crisis financiera internacional a la economía globalizada. El regreso a la democracia. Alfonsinismo. Menemismo, neoliberalismo y crisis de 2001. Los gobiernos populares del siglo XXI.

Bibliografía sugerida:

- Sociedad democrática y política democrática en la Argentina del siglo XX. Romero, Luis Alberto (2004). Universidad Nacional de Quilmes, Buenos Aires.
- Breve Historia Contemporánea De Argentina 1916-2016, Romero, Luis Alberto (2017) Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- Discutir el presente, imaginar el futuro. La problemática del mundo actual. Lettieri, Alberto (2005) Ed. Prometeo Libros.
- Historia Argentina, Nacional y Popular. Desde los orígenes hasta la actualidad, Lettieri, Alberto (2019) Prometeo, Buenos Aires.
- El Mundo Contemporáneo: historia y problemas. Arostegui, J. Buchrucker, Ch. Saborido, J. (2001). Ed. Biblos, Buenos Aires.
- Historia del siglo XX. Europa, América, Asia, África y Oceanía. Bejar, María Dolores. (2011). Siglo XXI Editores, Buenos Aires.
- Historia Argentina Etapas Económicas Y Políticas (1850-1982). Vazeilles, José Gabriel. (2000). Biblos, Buenos Aires.
- Guerra y paz en el siglo XXI. Hobsbawm, Eric. (2007). Ed. Crítica, Barcelona.

Perfil docente sugerido:

- Profesor de Historia o Licenciado en Historia.
- Licenciado en Ciencias Políticas.
- Profesor o Licenciado en Antropología.



1084



8. ANÁLISIS Y PRODUCCIÓN DE LOS DISCURSOS SOCIALES				
Estimación carga horaria semanal en horas reloj		Carga horaria de evaluación en horas reloj		Número de clases
Módulos de Aprendizaje	Bibliografía Obligatoria	Instancias Virtuales	Instancias Presenciales	14
3	4	6	0	Total de Horas Reloj
				75

Expectativas de logro:

- Presentar el campo de investigación de los estudios del discurso; sus antecedentes, concepciones fundacionales, problemas fundamentales, áreas y líneas de trabajo.
- Configurar un panorama general sobre los estudios de análisis del discurso, a partir del abordaje de los conceptos teóricos, las propuestas metodológicas y los intereses empíricos de investigaciones lingüísticas contemporáneas.
- Estimular reflexiones críticas sobre los alcances de las propuestas del AD y sus aportes para la investigación y desarrollo en el ámbito de las ciencias sociales, en particular, de la comunicación.
- Promover el análisis crítico de las propias producciones de textos orales y escritos.

Contenidos mínimos:

Definiciones epistemológicas del campo. Definición del objeto de estudio. Metodología. Unidades de análisis. Discurso, enunciado y texto. El discurso como práctica social. Géneros discursivos. Análisis crítico del discurso. Delimitación del campo. Propósitos y metodologías. Aproximación teórica discursiva. Poder y control. Representaciones sociales. Hacia una teoría social del discurso. Marco analítico: discurso, evento discursivo, texto, práctica discursiva, interdiscursividad, género, orden del discurso. Conceptos generales de la teoría de la enunciación. Enunciado y enunciación. Discurso, texto y contexto. El sujeto de la enunciación. Deixis. Marcas. Construcción de locutores y alocutarios. Polifonía enunciativa. Manifestaciones del tiempo en el discurso.

Bibliografía sugerida:

- Los estudios semióticos. El caso de la crónica periodística. Atorresi, Ana (2019).
- El problema de los géneros discursivos. Bajtin, Mijail. (1952) Semiología, 85.
- Las cosas del decir. Manual del Análisis del Discurso. Calsamiglia Blancafort, Helena y Tusón Valls, Amparo (1999) Editorial Ariel. España.
- Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos. Carlón, Mario (2004). La Crujía Ediciones. Buenos Aires.
- El orden del discurso, Foucault, Michael (1971). Tusquets, México.
- Análisis del Discurso. Modos de abordar materiales de archivo. Narvaja de Arnoux, Elvira (2006). Ed. Santiago Arcos.
- El análisis crítico del discurso. Van Dijk, Teun. (1999). Anthropos. Barcelona.





//25.-

- Estructuras y funciones del discurso. Van Dijk, Teun (2014). Grupo Editorial S. XXI.
- Métodos de análisis crítico del discurso. Wodak, Ruth y MEYER, Michael (2003). Gedisa Edit. España.
- La danza de los signos. Nociones de Semiótica General. Zechetto, Victorino (2010). Edit. La Crujía.

Perfil docente sugerido:

- Profesor en Comunicación Social o Licenciado en Comunicación.
- Profesor de Letras o Licenciado en Letras.

9. DISEÑO GRÁFICO Y MULTIMEDIAL				
Estimación carga horaria semanal en horas reloj		Carga horaria de evaluación en horas reloj		Número de clases
Módulos de Aprendizaje	Bibliografía Obligatoria	Instancias Virtuales	Instancias Presenciales	14
4	4	6	0	Total de Horas Reloj
				85

Expectativas de logro:

- Propiciar experiencias sistemáticas de codificación y decodificación de mensajes visuales que amplíen las posibilidades perceptivas y creativas. Contribuir a la construcción de un saber que valide la selección, la producción y la utilización de imágenes con fines didácticos.
- Analizar e interpretar aspectos denotativos y connotativos que favorezcan el desarrollo de un pensamiento reflexivo sobre los contenidos presentes en las imágenes que circulan en los medios de comunicación.
- Reconocer el lenguaje de la imagen y de la fotografía como herramienta para comunicar ideas y conceptos mediante la imagen y sus recursos, el dibujo, la composición, la tipografía o el color.
- Analizar y descomponer los elementos particulares de la imagen basado en el binomio forma/contenido o información visual/información verbal.
- Conocer los principios básicos de la aplicación de la imagen en la labor periodística y las tendencias predominantes.
- Desarrollar el pensamiento ético y responsable acerca del uso del mensaje fotográfico desde la perspectiva integradora de la comunicación.

Contenidos Mínimos:

Usos de la imagen en la comunicación. Semiótica de la imagen, del lenguaje al mensaje visual. Aspectos denotativos y connotativos. Los elementos del lenguaje visual y su organización. Forma, /

//.-





color – acromático, figura-fondo, relaciones de tamaño, contraste. Composición. Producción, realización e Interpretación. El lenguaje de la fotografía, conocimiento del mismo, sus técnicas básicas y sus alcances en el campo de los medios de comunicación. Técnicas de creación y producción en lenguaje escrito. Reconocimiento de géneros y formatos específicos de la gráfica. La prensa y el periodismo gráfico. Producción de imágenes: criterios para la búsqueda y selección de imágenes. Experimentación a través del uso de herramientas de diseño gráfico que permita al alumno organizar y planificar mejor los conceptos para lograr una comunicación eficaz, entre ellos, software de edición de imagen y aplicaciones de maquetación. Reflexión sobre los conceptos y la práctica concreta acerca de la fotografía y el diseño gráfico en el mundo de la vida cotidiana, mediada por la comunicación y las tecnologías.

Bibliografía Sugerida:

- Pragmática y retórica de la fotografía. López, Mabel (2000). En: M. López, ed. Lectura de la imagen fotográfica. Abordajes semióticos, 1ra ed. Buenos Aires: Proyecto Editorial, pp. 36-79.
- El mensaje fotográfico. Barthes, Roland (2002). En: R. Barthes, Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces, 1ra ed. Barcelona: Paidós, pp. 11-28.
- La revolución fotográfica. Gubern, Román (1987). En: R. Gubern, ed. La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea, 1ra ed. Barcelona: GG Mass Media, pp. 145-173.
- Psicología del color y la forma. Moreno Mora, Victor Manuel (2007). Ed. Universidad de Londres: México.
- El análisis del “Contrato de Lectura”, un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media. Verón, Eliseo (1985). En Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications. Ed. IREP: París, pp. 181-192.
- Teórico II - Encuadre. En Apuntes para una teoría. Eandi, Héctor; De Ponti (1999). Ed. Facultad de Bellas Artes, Universidad Nacional de La Plata: Buenos Aires, pp. 19-32.
- El lenguaje visual. Acaso, María (2008) Ed. Paidós: Buenos Aires.

Perfil docente sugerido:

- Profesor o Licenciado en Ciencias de la Comunicación.
- Profesor o Licenciado en Bellas Artes.
- Diseñador en Comunicación Visual.
- Diseñador Gráfico.





10. PATRIMONIO CULTURAL Y REGIONAL				
Estimación carga horaria semanal en horas reloj		Carga horaria de evaluación en horas reloj		Número de clases
Módulos de Aprendizaje	Bibliografía Obligatoria	Instancias Virtuales	Instancias Presenciales	14
3	3	6	0	Total de Horas Reloj
				64

Expectativas de logro:

- Conocer los principales aspectos del pasado argentino, patagónico y local.
- Valorar los elementos tangibles e intangibles que integran el patrimonio cultural de la sociedad argentina.

Contenidos mínimos:

Cultura, Historia y Patrimonio: Noción de cultura: polisemia y debates actuales. Cultura e Identidad. Pasado, Historia y Patrimonio. El Patrimonio como legado. Valoración, conservación y uso del patrimonio. Nuevas perspectivas: La construcción del Patrimonio desde la diversidad y la desigualdad. Historia y Tradición. La institucionalización del discurso histórico y los símbolos patrios en Argentina. Comisión Nacional de Museos, Monumentos y Lugares Históricos. Sociedad y cultura en Patagonia. Historia Regional: cuestiones teóricas Identidades y fronteras.

Bibliografía sugerida:

- El patrimonio histórico y arqueológico: valor y uso. Ballart, Josep. (1997). Ed. Ariel, Barcelona.
- Historia de la Patagonia. Bandieri, Susana (2009). Ed. Sudamericana, Buenos Aires.
- Cultura y desarrollo. García Canclini, Néstor y Urteaga, Miguel (2012). Ed. Paidós, Buenos Aires.
- Distinguir y comprender. Aportes para pensar la sociedad y cultura en Patagonia. Márquez, Daniel y Palma Godoy, Mario (1995). Ed. Proyección Patagónica, Comodoro Rivadavia.
- Antropología y Patrimonio. Prats, Llorenc (1992). Ed. Ariel, Barcelona.
- Antropología de la Cultura y el Patrimonio. Diversidad y desigualdad en los procesos culturales contemporáneos. Rotman, Mónica (2004). Ferreira Editor, Córdoba.

Perfil docente sugerido:

- Profesor de Historia; Licenciado en Historia.
- Profesor en Antropología o Licenciado en Antropología.
- Profesor en Sociología o Licenciado en Sociología.
- Profesor en Ciencias Políticas o Licenciado en Ciencias Políticas.
- Profesor en Comunicación Social o Licenciado en Comunicación Social.





11. COMUNICACIÓN DE LAS ORGANIZACIONES				
Estimación carga horaria semanal en horas reloj		Carga horaria de evaluación en horas reloj		Número de clases
Módulos de Aprendizaje	Bibliografía Obligatoria	Instancias Virtuales	Instancias Presenciales	14
				Total de Horas Reloj
3	4	6	0	75

Expectativas de Logro:

- Analizar los procesos de comunicación en las organizaciones.
- Identificar las diferentes organizaciones y su tipología.
- Conocer y comprender el papel estratégico y central de la comunicación en la gestión organizacional.

Contenidos Mínimos:

Perspectivas de análisis sobre las organizaciones y las instituciones. Las organizaciones e instituciones en articulación con el campo de la comunicación y de las Ciencias Sociales. Caracterización de las organizaciones y las instituciones. El proceso comunicacional en la dinámica institucional. Análisis institucional. Gestión de la comunicación y rol de los/as comunicadores/as en las organizaciones. El diagnóstico de comunicación en las organizaciones como derivaciones de las perspectivas teórico/metodológicas adoptadas. Proyectos y procesos de intervención. Concepto de estrategia, mapeo de actores, competencias del comunicador digital. Uso de las plataformas digitales para organizaciones. La comunicación interna y externa a través de plataformas digitales.

Bibliografía Sugerida:

- La comunicación en las organizaciones. Cap. 3 y 4. Kreps, Gary (1995) Edit. Addison-Wesley Iberoamericana.
- Organizaciones al borde de un ataque de nervios. Brandolini, María (2014) Cap. V. En Conversaciones: la gestión del diálogo en las organizaciones desafiantes. La Crujía Ediciones. La Plata.
- Taller de comunicación institucional y comunitaria, Catanzariti Laura y Corvalán, Natalia (2017) Ed. Maipue, Buenos Aires.
- La organización como objeto: siete dimensiones para su análisis. Schelmenson, Aldo (1987) En La perspectiva ética en el análisis organizacional. Un compromiso reflexivo con la acción. Cap. VI. Paidós.
- La etnografía: método, campo y flexibilidad. Cap 3. La observación participante. Cap 4. La entrevista etnográfica. Cap. 5. El registro. Guber, Roxana (2015).

//.-





//29.-

- Introducción: Comunicación en el siglo XXI. Costa, Joan (2000). En El poder de la comunicación institucional (Mariana López Alonso, Compiladora). Ed. Revista Imagen, Buenos Aires.
- Lo emergente y lo resistente en la comunicación organizacional. Kaplún, G., 2012. Diálogos de la comunicación, 83.
- Dimensiones relevantes para el análisis organizacional. Schlemenson, Aldo (1987). Capítulo 2. En Análisis organizacional y empresa unipersonal. Pág. 38-47 Paidós, Argentina.

Perfil docente sugerido:

- Profesor en Ciencias de la Comunicación Social.
- Lic. en Comunicación Social.
- Lic. en Gestión de las Organizaciones.
- Profesor/a en Ciencias Económicas.

12. MARKETING Y PUBLICIDAD				
Estimación carga horaria semanal en horas reloj		Carga horaria de evaluación en horas reloj		Número de clases
Módulos de Aprendizaje	Bibliografía Obligatoria	Instancias Virtuales	Instancias Presenciales	14
4	4	6	0	Total de Horas Reloj
				85

Expectativas de logro:

- Analizar las técnicas y herramientas utilizadas en el marketing y la publicidad.
- Evaluar la pertinencia de la aplicación de determinadas herramientas conceptuales y prácticas para el diseño e implementación de estrategias de marketing.
- Producción de mensajes publicitarios y de campañas publicitarias que muestren búsquedas creativas.
- Reconocimiento de la retórica publicitaria, su alcance y recursos concretos en cada uno de los medios masivos.

Contenidos mínimos:

Publicidad: Naturaleza persuasiva del mensaje publicitario. Estructura del mensaje publicitario o de propaganda. Brief. Target y perfil psicográfico. Campañas publicitarias. Aspectos legales y éticos de la publicidad. El proceso de marketing. Necesidad, deseo y demanda. Marketing digital. Las variables controlables, incontrolables y de contexto. Marketing estratégico. La segmentación de mercado. Posicionamiento. La Investigación de mercado cuantitativa y cualitativa.//

//.-





//30.-

Marketing Operativo. Productos y servicios. Comercialización. Matriz de Ansoff. Matriz BCG. Cruz de Porter. Matriz de FODA. Branding. Diseño y estrategia de marcas. Big data y su importancia en la comercialización. El Precio. Los canales de distribución. El marketing directo y la venta personal. La fuerza de ventas. Selección, capacitación, evaluación, retribución y dirección de vendedores.

Bibliografía sugerida:

- Marketing Estratégico. Lambini, Jean Jacques. (1995). Madrid, España: Esic Editorial.
- Introducción a la Publicidad. Medina, Agustín (2015). Madrid. España. Pirámide.
- La Vaca Púrpura. Diferénciate para transformar tu negocio. Godin, Seth. (2011). Ediciones Continente.
- Story Telling: La escritura Mágica. Manual para ordenar ideas, escribir con facilidad y lograr que te lean. Salas, Carlos, (2017). Madrid. España.
- Mayonesa. Del marketing a la estrategia competitiva, Levy A., (2006). Argentina, Buenos Aires: Granica.
- Diferencias conceptuales entre publicidad y propaganda. Méndiz Noguero, Alonso (2008).
Questiones Publicitarias (revista Internacional de Comunicación y Publicidad, Vol. 12, pp 43-61.

Perfil docente sugerido:

- Publicista. Técnico en Publicidad.
- Profesor en Comunicación Social o Licenciado en Comunicación Social.
- Licenciado en Comunicación Social Orientación Comunicación Gráfica.
- Profesional Especialista en Diseño y Gestión de Proyectos.
- Diseñador en Comunicación Visual.

OBLIGACIONES ACADÉMICAS

D. TALLER DE PRODUCCIÓN DE NARRATIVAS SONORAS Y RADIALES				
Estimación carga horaria semanal en horas reloj		Carga horaria de evaluación en horas reloj		Número de clases
Módulos de Aprendizaje	Bibliografía Obligatoria	Instancias Virtuales	Instancias Presenciales	16
5	3	0	0	Total de Horas Reloj
				85





Expectativas de logro:

- Reconocer y usar críticamente el lenguaje radiofónico
- Comprender la lógica del discurso radiofónico y producir algunos elementos del mismo.
- Producir, diseñar y elaborar un producto radial.
- Incorporar los elementos del lenguaje sonoro.

Contenidos mínimos:

Planificación y presentación de un proyecto; la emisora y los oyentes. El Staff y los roles; la operación técnica. Contenidos; artística y guion u hoja de ruta. Tipos de entrevistas. El lenguaje de la radio; musicalización; el manejo de la voz. Tipos de géneros: musical; deportivo; espectáculos; institucional; periodístico; micro. Financiamiento: publicidad tradicional y PNT. El uso de internet y las nuevas tecnologías: edición digital; web, blogs y fanpage; podcasting.

Bibliografía Sugerida:

- Hacer Radio. Guía Integral. Portugal, Héctor y Yudchak, Mario. (2013). Galerna, Buenos Aires.
- El sonido en los medios Audiovisuales. Alten Stanley R. (2008). Donostiarra Fondo. Sevilla.
- Sonido para audiovisuales. Birlis A. (2007). Ugerman Editor. Buenos Aires.
- Radiofonías: palabras y sonidos de largo alcance. Bosetti O. (1994). Colihue. Buenos Aires.
- El arte radiofónico. Haye R. (2004). La Crujía, Buenos Aires.
- Producción de Programas de Radio. Kaplun M. (1994). Cromocolor. México.
- La locución. Voz, habla, habilidad lectora. Dumm N. y Favotito G. (2002). De la campana. Buenos Aires.
- Este mundo tan sonoro. Gallo R. (2001). Corregidor. Buenos Aires.
- Sonido y música como comunicación y mensaje significativo Santander P. (2005).

Perfil docente sugerido:

- Profesor de Comunicación Social o Licenciado en Comunicación Social.
- Licenciado en Periodismo.
- Técnico en Sonido.

E. TALLER DE PRODUCCIÓN DE NARRATIVAS AUDIOVISUALES				
Estimación carga horaria semanal en horas reloj		Carga horaria de evaluación en horas reloj		Número de clases
Módulos de Aprendizaje	Bibliografía Obligatoria	Instancias Virtuales	Instancias Presenciales	16
5	3	0	0	Total de Horas Reloj
				85





//32.-

Expectativas de logro:

- Propiciar la identificación de los elementos fundamentales de la comunicación audiovisual.
- Propiciar la reflexión sobre la importancia de la comunicación audiovisual en el contexto sociocultural.
- Promover actividades en donde se puedan reconocer los diferentes formatos de realización audiovisual y su incidencia en la sociedad actual.
- Discutir y analizar el rol de los medios audiovisuales en los nuevos contextos sociales.
- Reflexionar sobre las distintas etapas en el diseño de estrategias de comunicación audiovisual.

Contenidos mínimos:

Técnicas de creación y producción en comunicación desde la perspectiva de la generación de contenidos. Relación lenguaje, soporte y medios. La narración audiovisual: formatos y soportes. Contenidos documentales, periodísticos y de ficción. Construcción del guion en relación a otros lenguajes y soportes: guion técnico y guion literario. Montaje sonoro: voces, sonidos y silencios. La música. Montaje audiovisual: el plano, tiempo, el ritmo. El montaje y la estética. Manejo de diferentes software. Tratamiento de video, captura, formatos, edición y montaje. Filtros y títulos. Edición de sonido, grabación, montaje, efectos, exportación.

Bibliografía Sugerida:

- Iluminación para televisión y cine, Millerson, Gerald (1991). Oxford, IQRTV.
- Fund. Tecnologías de video y televisión, Llorens, Vicente (1995) Barcelona, ED. Paidós,
- Introducción a la cinematografía, Denevi, Rodolfo (2004). Bs. As., Ed. S.I.C.A.
- Fotografía, conceptos y procedimientos Fontcuberta, Joan (1994). Edit. G. Gili. México.
- Ensayos sobre video, documental y cine. Perona, Alberto Mario (2010). Ed. Brujas. Córdoba 2010.
- El relato Cinematográfico. Graudeault Abdré y Jost Francois. (1995). Editorial Paidós. Barcelona.
- El lenguaje del cine. Marcel Martin, (1991). Barcelona. Gedisa.
- Ojos bien abiertos: el lenguaje de las imágenes en movimiento. Bedoya, Ricardo. (2003). Lima: Universidad de Lima. Fondo de Desarrollo Editorial.
- El Arte Cinematográfico: Una Introducción. Bordwell, David y Thompson, Kristin. (1999). Buenos Aires. Paidós.
- Cómo analizar un film. Casetti, Francesco y Di Chio, Federico. (2007). Barcelona. Paidós.

Perfil docente sugerido:

- Profesor en Comunicación Audiovisual.
- Licenciado en Comunicación Audiovisual.
- Profesor en Artes Audiovisuales.
- Licenciatura en Artes Audiovisuales / Licenciado en Realización de Cine y TV.





TERCER AÑO

ESPACIOS CURRICULARES

13. HISTORIA DE LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN				
Estimación carga horaria semanal en horas reloj		Carga horaria de evaluación en horas reloj		Número de clases
Módulos de Aprendizaje	Bibliografía Obligatoria	Instancias Virtuales	Instancias Presenciales	14
3	3	6	0	Total de Horas Reloj
				64

Expectativas de logro:

- Analizar e interpretar a los medios de comunicación como parte de un proceso histórico, con sus continuidades y rupturas, sus corrientes de pensamiento, sus hitos fundamentales, y su ubicación en los respectivos contextos sociales, económicos, políticos y culturales.
- Reconocer los principales factores que dieron origen a los medios de comunicación social en cada época histórica, y las consecuencias sociales y culturales que contribuyeron a generar.
- Incorporar una mirada crítica respecto del advenimiento de la sociedad de la información y el conocimiento, reconociendo los ciclos de formación histórica y social de las distintas matrices tecnológicas que son dominantes en la actualidad.

Contenidos mínimos:

Perspectiva histórica del proceso de constitución de los medios de comunicación social en la época moderna, en tanto fenómenos económicos, sociales, políticos y culturales, es una tarea central en la formación de los comunicadores sociales. Sociedad de masas en relación al surgimiento de los medios de comunicación masivos y los principales cambios sociales, políticos y económicos del mundo entre los Siglo XIX y XX. Cronología de medios masivos / medios tradicionales: prensa, radio, cine y televisión. Ecología de los medios, teoría sobre la adaptación, hibridación y extinción de los medios.

Bibliografía sugerida:

- II. Ni pueblo ni clases: la sociedad de masas, Barbero, Jesús Martín. (1991). en De los medios a las mediaciones, México.
- Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales, Williams, Raymond. (1992). En Historia de la comunicación. Barcelona: Bosch.

//.-





//34.-

- La televisión criolla: desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la luna. (1951-1969). Varela, Mirta. (2005). Buenos Aires: Edhasa.
- Dispositivo radiofónico y vida cotidiana en los inicios de la radiodifusión, Gutiérrez Reto, Matías. (2002), en La construcción de lo radiofónico. La Crujía, Buenos Aires, 2008.
- La evolución del lenguaje cinematográfico. Bazin, André. (1990). en ¿Qué es el cine? Madrid: Ediciones Rialp.
- Del 'cine primitivo' a la 'cinematografía-atracción', Gaudreault, André (2007), en Secuencias: Revista de historia del cine, N° 26. Año 2007.
- Sobre lo televisivo. Dispositivos, discursos y sujetos, Carlón, Mario. (2004). Buenos Aires: La Crujía.
- El fin de los medios masivos, Carlón, Mario y Scolari, Carlos. (2009). Buenos Aires: La Crujía.
- Ecología de los medios Entornos, Evoluciones e interpretaciones, Scolari, Carlos. (2015). Gedisa.
- Media Evolution, Scolari, Carlos. (2019). La marca editorial, 2019.

Perfil docente sugerido:

- Profesor en Comunicación Social o Licenciado en Comunicación Social;
- Licenciado en Comunicación Institucional.

14. DERECHO A LA INFORMACIÓN				
Estimación carga horaria semanal en horas reloj		Carga horaria de evaluación en horas reloj		Número de clases
Módulos de Aprendizaje	Bibliografía Obligatoria	Instancias Virtuales	Instancias Presenciales	14
4	3	6	0	Total de Horas Reloj
				75

Expectativas de logro:

- Analizar críticamente los contenidos vinculados a los deberes y consecuentes responsabilidades del ejercicio del derecho a la información.
- Reconocer el derecho de informar dentro de nuestra Carta Magna y demás normas nacionales y provinciales.
- Analizar los fenómenos derivados del derecho a la información, desde la perspectiva normativa y jurisprudencial.
- Analizar el rol de los distintos tipos de medios de comunicación y su influencia dentro de la sociedad.





Contenidos mínimos:

El Derecho a la información: concepto. Antecedentes. Introducción legal en la Argentina: Pacto San José de Costa Rica. Consecuencias de la reforma constitucional de 1994. El derecho a la información en las constituciones provinciales y en la jurisprudencia. El rol del Estado. Protección internacional del derecho a la información. La libertad de prensa y el derecho a la información: Deberes y responsabilidades de la prensa en el ámbito civil y penal. La protección del honor y la vida privada de las personas de conocimiento público: la teoría de “la real malice”. Derecho a réplica: concepto. Antecedentes. El derecho de respuesta en el derecho comparado. Vigencia en nuestro derecho: Fallos. Marco legal para nuevos soportes: Internet y producciones multimediales.

Bibliografía sugerida:

- Constitución de la Nación Argentina.
- CIDH, Principios sobre regulación de la publicidad oficial y libertad de expresión, 2011.
- El acceso a la información como derecho, Abramovich, Víctor y Courtis, Christian, en Anuario de Derecho a la Comunicación, Año 1, Volumen 1, Ed. Siglo XXI, Buenos Aires.
- El proyecto que fue ley: el derecho de acceso a la información pública sin perspectiva social, Fraiman, Wanda, en Futuro Por Pasado. (2020). Regresión de derechos en las políticas de comunicación del gobierno de Mauricio Macri, Ediciones SIC, IEALC / Carrera de Comunicación UBA.
- Aplicación de los principios de libertad de expresión del Artículo 13° de la Convención Americana sobre derechos humanos, Loreti, Damián (2007) en Abramovich, Víctor, Bovino, Alberto y Courtis, Christian (comp.), La aplicación de los tratados sobre derechos humanos en el ámbito local. La experiencia de una década, CELS-Canadian Development Agency, Buenos Aires. Editores del Puerto.
- El derrotero de la censura, Loreti, Damián y Lozano, Luis (2004) en El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas. Buenos Aires. Ed. Siglo XXI, Buenos Aires.
- La despenalización de las calumnias e injurias por manifestaciones de interés público: Otra conquista de la libertad de expresión. Pochak, Andrea.
- Libertad de expresión y derecho a la información en Latinoamérica: Tres visiones regulatorias. Porto, Ricardo (2016). Buenos Aires. Albremática.
- Análisis del fallo de la CSJN ‘Ponzetti de Balbín, Indalia v. Editorial Atlántida S.A.’, Veljanovich, Rodolfo Diego: del 11 de Diciembre de 1984. (Fallos, 306-1892).

Perfil docente sugerido:

- Abogado especialista en problemáticas comunicacionales.
- Profesor en Comunicación Social o Licenciado en Comunicación Social.





15. GESTIÓN DE PROYECTOS DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL				
Estimación carga horaria semanal en horas reloj		Carga horaria de evaluación en horas reloj		Número de clases
Módulos de Aprendizaje	Bibliografía Obligatoria	Instancias Virtuales	Instancias Presenciales	14
4	4	8	0	Total de Horas Reloj 86

Expectativas de logro:

- Valorar las etapas de un proyecto de comunicación.
- Analizar estrategias de comunicación en el contexto de la convergencia.
- Diseñar y gestionar proyectos de comunicación digital interactiva.
- Describir los públicos objetivos.

Contenidos Mínimos:

Diseño y gestión de proyectos. Etapas de un proyecto. Financiamiento. Las organizaciones como redes lingüísticas. Plataformas y sistemas Social Media: herramientas, limitaciones, ventajas y proyecciones. Reconfiguración de contenidos a partir del desarrollo y de la convergencia de las TICs. Rol y competencias del Comunicador organizacional en Internet / Community Manager. Estrategias comunicacionales digitales en las organizaciones. Plan de acción estratégico. Público objetivo. Producción de contenidos y estrategias transmedia. Prácticas específicas en organizaciones públicas, pymes e industrias culturales. Innovación, creatividad y emprendedurismo. La comunicación digital en el mercado laboral. Proyectos digitales para el sector público. Formas de participación ciudadana en relación con el e-gov. Planificación para la comunicación digital de Municipios. Partidos Políticos.

Bibliografía Sugerida:

- Marketing en Redes Sociales. Detrás de escena. Benedetti, Ariel (2016) Buenos Aires. Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.
- Gestión de la Comunicación Digital: miradas procesos y desafíos. Frigoli González, Martín. (2016). La Plata. Ediciones EPC.
- Cultura Transmedia. La creación de contenido y valor de una cultura en red. Jenkins, Henry. (2015). Barcelona. Gedisa SA. Ed. Or 2013.
- Blogueros y videojuegos. La cultura de la colaboración. Jenikns Henry Fans. Barcelona. Paidós. Ed. Or. 2006.
- Hipermediaciones. Elementos para una Teoría Digital Interactiva. Scolari, Carlos. (2008). Barcelona: Editorial Gedisa, S.A.





PROVINCIA DE SANTA CRUZ
Consejo Provincial de Educación

//37.-

- Cómo elaborar un plan de comunicación. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP. (2020). Apunte de Cátedra.
- 6 webs para crear animaciones y vídeos de forma sencilla. Hipertextual. (2021). <https://hipertextual.com/2015/05/crear-animaciones-y-videos>.
- Pluralismo y Diversidad. Dos ejes sustanciales de la agenda de regulación de los medios audiovisuales. De Charras, Diego. (2008). En Baranchuk, Mariana y Rodríguez Usé, Javier (coord.). Ley 26.522. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual. AFSCA y Universidad de Lomas de Zamora, Buenos Aires.
- Comunicación alternativa y políticas públicas en el combate latinoamericano. Sel, Susana (2009). En Sel, Susana (comp.). La comunicación mediatizada: hegemonías, alternativas, soberanías. CLACSO, Buenos Aires.
- Ley 26.522. Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual. Baranchuk, Mariana y Rodríguez, Javier. (2011). AFSCA y Universidad de Lomas de Zamora, Buenos Aires.
- Estilos participativos, sueños o realidades. Sirvent, María Teresa. (1984). En Revista Argentina de Educación Nro. 5, Año 3, AGCE, Buenos Aires.

Perfil docente sugerido:

- Profesor de Comunicación Social o Licenciado en Comunicación Social.
- Licenciado en Comunicación Audiovisual.
- Licenciado en realización de Cine o TV.
- Técnico en Comunicación Audiovisual.
- Especialista en Diseño y Gestión de Proyectos.



1084



PROVINCIA DE SANTA CRUZ
Consejo Provincial de Educación

//38.-

VI - RÉGIMEN DE CORRELATIVIDADES

AÑO	ASIGNATURA	CÓDIGO	CORRELATIVIDAD CÓDIGO ASIGNATURA
1	Antropología Social y Cultural	1	
1	Metodología y Técnicas de la Investigación Social	2	
1	Teoría de la Comunicación Social	3	
1	Semiótica	4	
1	Introducción a la Gestión de Contenidos Digitales	5	
1	Periodismo Digital y Nuevos Medios	6	
2	Historia de los Procesos Políticos y Económicos	7	1
2	Análisis y Producción de los Discursos Sociales	8	2, 3 y 4
2	Diseño Gráfico y Multimedial	9	4 y 6
2	Patrimonio Cultural y Regional	10	7
2	Comunicación de las Organizaciones	11	3
2	Marketing y Publicidad	12	5 y 9
3	Historia de los Medios Masivos de Comunicación	13	7
3	Derecho a la Información	14	
3	Gestión de Proyectos de la Comunicación Digital	15	11 y 12



1084