



Provincia de Entre Ríos

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

RESOLUCIÓN N°

Expte Grabado N° (1663713).-

0830

C.G.E.

PARANÁ; 01 ABR 2015

VISTO:

Las presentes actuaciones por las que la Dirección de Educación de Gestión Privada del Consejo General de Educación, solicita la aprobación del Diseño Curricular de la carrera: "Tecnatura Superior en Comunicación Social", a partir del Año Académico 2015; y

CONSIDERANDO:

Que la Ley Nacional de Educación Técnico Profesional N° 26.058 instituye el proceso de homologación de títulos y certificaciones como instrumento para el mejoramiento de la calidad, ordenamiento y organización de la Educación Técnico Profesional;

Que por la Resolución N° 151/11 del Consejo Federal de Educación, se fueron desarrollando políticas tendientes a establecer criterios curriculares comunes, mediante la aprobación de diversos documentos bases para las Tecnicaturas Superiores Sociales y Humanísticas;

Que las Tecnicaturas de Nivel Superior pertenecientes al campo de las ciencias sociales y humanísticas tienen como propósito profundizar el desarrollo teórico, tecnológico y profesional para la intervención social contribuyendo al desarrollo socio-territorial;

Que en consecuencia, el Diseño Curricular de la "Tecnatura Superior en Comunicación Social" se elaboró respetando los campos de formación, la duración de la carrera y la carga horaria mínima exigida en la Resolución N° 151/11 del Consejo Federal de Educación;

Que la Resolución N° 4675/14 del Consejo General de Educación determina su aplicación a los efectos de garantizar los procedimientos exigidos;

Que la trayectoria formativa para la "Tecnatura Superior en Comunicación Social" se formuló a partir de un trabajo en conjunto entre el Equipo Directivo y Docentes del Instituto del Profesorado "Concordia" D- 54 del Departamento Concordia, con el Equipo Técnico Pedagógico de Nivel Superior de la Dirección de Educación de Gestión Privada para la actualización de la misma;

[Firma manuscrita]



Provincia de Entre Ríos

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

0830

RESOLUCIÓN N° C.G.E.
Expte Grabado N° (1663713).-

Que la aprobación del Diseño Curricular de la Carrera de referencia por norma jurisdiccional ha de viabilizar el trámite correspondiente de Validez Nacional para los Títulos que se emitan a partir de la cohorte 2015;

Que en virtud de lo expresado, la Titular del Organismo autoriza la emisión de la presente;

Por ello:

EL CONSEJO GENERAL DE EDUCACIÓN

RESUELVE:

ARTICULO 1°.- Aprobar el Diseño Curricular de la carrera de Nivel Superior "Tecnicatura Superior en Comunicación Social", para la provincia de Entre Ríos, que obra como Anexo de la presente Resolución.-

ARTICULO 2°.- Establecer que el Diseño Curricular aprobado en el Artículo precedente comenzará, a implementarse con autorización por normativa del Consejo General de Educación en los Institutos Superiores de Formación Técnico Profesional de Gestión Estatal y Privada a partir del Año Académico 2015.-

ARTICULO 3°.- Registrar, comunicar, publicar en el Boletín oficial y remitir copia a: Presidencia, Vocalía, Secretaría General, Jurado de Concursos, Dirección de Educación Superior, Dirección de Educación de Gestión Privada (3 copias), Coordinación General Informática de Concursos y Evaluación de Títulos, Centro de Documentación e Información Educativa, Departamento de Legalización, Homologación, Competencia Docente e Incumbencias Profesionales de Títulos y Equivalencias de Estudios y, pasar las actuaciones a las Direcciones de Educación intervinientes a sus efectos.-

DN

ES COPIA

Prof. BLANCA AZUCENA ROSSI
VOCAL
Consejo General de Educación

Prof. JOEL W. SPIZER
VOCAL
CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

Prof. HÉCTOR E. DE LA FUENTE
Vocal
Consejo General de Educación

Lic. CLAUDIA VALLORI
PRESIDENTE
Consejo General de Educación
Provincia de Entre Ríos

Lic. PATRICIO TORRES
Director de Despacho
Consejo General de Educación



Provincia de Entre Ríos

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

RESOLUCIÓN N° **0830** C.G.E.
Expte Grabado N° (1663713).-

ANEXO

IDENTIFICACIÓN DEL TÍTULO PROFESIONAL Y TRAYECTORIA FORMATIVA

Sector de la actividad socio-productiva: Comunicación Social.

Denominación del Título: “Técnico Superior en Comunicación Social”

Nivel y ámbito de la trayectoria formativa: Nivel Superior en la modalidad Técnico Social y Humanística.

Denominación de la carrera: TECNICATURA SUPERIOR EN COMUNICACIÓN SOCIAL

JUSTIFICACIÓN

Se eleva la presente propuesta teniendo en cuenta los lineamientos generales que constituyen el marco regulatorio mínimos para los diseños curriculares jurisdiccionales para las Tecnicaturas Superiores Sociales y Humanísticas: Resolución N° 194/12 C.F.E. y N° 151/11 C.F.E., anexos I y II.

En consecuencia, partiendo del análisis de que en la región no se cuenta con propuestas formativas profesionales en el campo de la comunicación, que den cumplimiento a los requerimientos expresados en la Resolución N° 194/12 C.F.E., que se referencia como Documento Base para tales efectos, como así también habiendo realizado la consideración de las características generales dominantes en cuanto a las prácticas comunicacionales vigentes, derivadas de un paradigma que no cubre los objetivos de un Técnico en Comunicación Social orientado al Desarrollo Local, como lo establece la citada resolución, sino que más bien reducen la actividad comunicacional a los medios tecnológicos, siguiendo acríticamente un modelo culturalmente preestablecido con una mirada global, sin tener en cuenta la riqueza histórica y la potencialidad de la cultura local, su producción simbólica, como también la realidad de la multiplicidad organizacional que emerge constituyendo a la comunidad, se comprueban la existencia de elementos que justifican la elevación de esta propuesta formativa.

Es necesario que el conocimiento tecnológico y las habilidades técnicas en el manejo de los medios y redes sociales, se desarrolle sobre el conocimiento de la realidad local y su proceso histórico y el conocimiento de la naturaleza y funcionamiento de las organizaciones. En esta línea de justificación se estima necesaria la promoción del derecho a la información y el aprovechamiento y alfabetización tecnológica, superando criterios basados en la sola previsión del soporte técnico.

Si bien es cierto que en el país existen instituciones formadoras de comunicadores sociales, también es necesario señalar e insistir en la necesidad de comunicadores que se distingan de lo que hasta ahora ha resultado la dominante del sistema, puesto que, como

[Firma manuscrita]



Provincia de Entre Ríos

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

0830
RESOLUCIÓN N° C.G.E.
Expte Grabado N° (1663713).-

consecuencia de dicha formación, han actuado de manera funcional al mencionado sistema de medios, en cuanto a la transferencia acrítica de producciones nacionales e internacionales no siempre valiosas, o en la reproducción de temas y clichés narrativos y estéticos.

La formación del profesional de la comunicación con orientación al desarrollo local, se orientará a satisfacer las demandas de la acción comunicacional con habilidades específicas para la acción en los medios técnicos de comunicación teniendo en cuenta el vertiginoso avance tecnológico, desde la base de una profunda formación que le permita la comprensión de la caracterización del devenir histórico como proceso y configuración de la actual realidad en el plano local y que pueden ser expresadas por otras prácticas expresivas y estéticas alternativas. Está claro que el manejo de las modernas tecnologías de la información y la comunicación como así también las redes sociales deben formar parte de su preparación. Sin embargo, como dice Jesús Martín Barbero, es necesario asegurarse "que la máscara no impida ver el rostro".

Asimismo, el Documento Base (Resolución N° 194/12 C.F.E.), al describir la realidad señala que "los limitados usos y alcances que hoy damos a la comunicación, se reflejan, como no podía ser menos, en la manera en que se educa a los nuevos comunicadores", y citando a Manuel Valvello (2001) agrega que "la sociedad necesita de escuelas que formen los comunicadores que no existen..."

En esa línea, la presente propuesta pretende superar el abordaje reduccionista de las opciones formativas que se centran sólo en enfoques teóricos de la comunicación, en la imitación de los modos a través de los cuales operan los medios masivos, o en consignas excluyentemente tecnológicas.

Se pretende ofrecer una propuesta formativa que apunte a satisfacer una genuina necesidad social, enmarcada en las normativas vigentes, por lo que apunta a que comprenda, sistematice y enseñe la comunicación en su relación con el desarrollo humano, en la que se incluya el desarrollo del propio comunicador, sustrayéndolo de su pretendida objetividad y superioridad para entrenarlo en una sensibilidad y una capacidad de investigar la realidad circundante, al mismo tiempo que intente la relación crítica que lo une con ella.

PERFIL FORMATIVO

La propuesta curricular aquí presentada se basa en la necesidad de preparar a los futuros comunicadores con habilidades o capacidades para que participen activamente en los procesos de desarrollo humano personal, local y regional; que colaboren con el crecimiento de los demás respetando la diversidad de grupos e instituciones públicas o privadas. La comunicación enfocada desde este lugar implica la construcción de sentidos que afiancen los lazos sociales, construyan escenarios de debate y diálogo y promuevan una participación activa de la ciudadanía en las cuestiones públicas.

Este planteo requiere que se incorpore como un rasgo del perfil formativo una adecuada conceptualización de la influencia de lo cultural.

En la línea que señalan algunos investigadores latinoamericanos, "la cultura no puede



Provincia de Entre Ríos

0830

RESOLUCIÓN N°

C.G.E.

Expte Grabado N° (1663713).-

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

estar ajena a la tematización del desarrollo. Primero como un factor inevitable, aunque realmente poco resaltado por los énfasis economicistas, y después como una dimensión central que parecía abrir las compuertas de aquellos modelos de desarrollo que fracasaron por extrapolaciones sin cultura, por aplicaciones sin historia (Germán Rey (2002), Cultura y Desarrollo Humano: Unas relaciones que se trasladan).

En este sentido se redefinen y reorganizan los contenidos y las estrategias didácticas con el propósito de construir una propuesta común que admita la articulación interdisciplinaria y que reconozca las diferencias desde una visión flexible del currículum.

El nuevo perfil formativo de los comunicadores se organiza alrededor de los ejes:

- **Comunicación, desarrollo y ciudadanía:** desde el comienzo de su formación, los estudiantes deberán investigar y analizar la realidad local a través de diferentes producciones que faciliten el conocimiento crítico que una comunidad tenga de sí, de sus problemáticas, producciones, necesidades, aspiraciones o logros.
- **Recursos narrativos:** fomentar la profundidad y creatividad expresivas desde diversos estilos y formatos narrativos. Poder desentrañar el sentido de los mensajes de los medios de comunicación, según los estilos, estrategias y recursos lingüísticos utilizados.
- **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 desde el 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.
- **Lectura crítica de los medios:** los estudiantes se formarán en una mirada compleja y crítica sobre la historia de los medios de comunicación social y las industrias culturales, en tanto actores estratégicos de la sociedad.

PERFIL PROFESIONAL

El Técnico Superior en Comunicación Social Orientado al Desarrollo Local, estará capacitado para: analizar, diseñar, planificar y ejecutar proyectos, programas y planes de comunicación social en el contexto local.

Estará formado para elaborar estrategias de comunicación en el seno de organizaciones sociales, áreas gubernamentales, medios de comunicación y redes sociales a través de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación.

Su preparación también lo habilitará para contribuir a fortalecer el desarrollo del conocimiento comprensión, y difusión de informaciones, ideas, actividades y campañas, asumiendo una posición reflexiva, crítica y propositiva sobre los procesos

[Firma]



Provincia de Entre Ríos

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

0830

RESOLUCIÓN N° C.G.E.
Expte Grabado N° (1663713).-

comunicacionales en la sociedad contemporánea, focalizando su actividad principalmente en el desarrollo local y regional.

Perfil profesional según áreas de competencia

1. Diagnosticar, planificar, gestionar, ejecutar y evaluar procesos y proyectos de comunicación para el desarrollo a nivel comunitario, local, municipal y regional, a partir del vínculo y articulación entre diversos actores sociales en el ámbito de lo público, construyendo capacidades de análisis e intervención en problemáticas asociadas al efectivo ejercicio de los derechos humanos y sociales en el ámbito local (salud, educación, vivienda, alimentación, trabajo y empleo, juego y recreación, etc.), en una dinámica conjunta de creación de posibilidades para el desarrollo.
2. Elaborar materiales, mensajes y contenidos en diversos lenguajes mediáticos (radiofónico, gráfico, audiovisual,) que puedan circular y distribuirse a través de distintos soportes (radio, televisión, boletines, periódicos, diarios, afiches, folletos, redes sociales, páginas web, blogs, telefonía celular) conociendo sus circuitos de producción, circulación y distribución como así también sus estrategias y dispositivos narrativos y de enunciación, participando y coordinando equipos de trabajo multidisciplinarios para la elaboración de los mismos.
3. Diagnosticar problemáticas comunicacionales en las organizaciones existentes y elaborar proyectos y planes de solución. Planificar y diseñar proyectos de comunicación para acompañar nuevos emprendimientos en el ámbito local y regional.
4. Contribuir a la articulación de la institución educativa a partir de su particular complejidad como organización atravesada por múltiples y dinámicas variables.
5. Producir y conducir programas periodísticos en medios radiofónicos y televisivos, como así también realizar producciones para medios gráficos impresos y digitales.
6. Promover y acompañar experiencias formativas que tengan como eje la comunicación y los medios en sus diferentes soportes especialmente poniendo especial énfasis en el uso de las nuevas tecnologías de la comunicación y la información en tanto herramientas de democratización de la comunicación, la cultura y el conocimiento.

SUB ÁREAS DE COMPETENCIA:

1. Diseñar, gestionar y producir notas, programas y otros proyectos o estrategias de comunicación 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 segmentos periodísticos correspondientes a distintos géneros y áreas temáticas (noticias, reportajes, entrevistas, notas de análisis, artículos de opinión) comprendidos en los géneros informativos y los de opinión.
 - 1.3 Elaborar piezas periodísticas (investigaciones, notas, reportajes, columnas, entrevistas, informes).

X



Provincia de Entre Ríos

0830

RESOLUCIÓN N° C.G.E.
Expte Grabado N° (1663713).-

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

- 1.4 Planificar piezas comunicacionales que contribuyan al desarrollo de la comunidad en la que trabaja.
- 1.5 Desarrollar la habilidad dialógica y estratégica para desenvolverse en la instancia de diálogo o contacto con las fuentes.
- 1.6 Elaborar piezas audiovisuales periodísticas, documentales o de ficción (guión, narración audiovisual, dirección de fotografía, montaje, sonido, postproducción, emisión).
- 1.7 Elaborar piezas radiales (grabación, musicalización, puesta en el aire).
- 1.8 Operar las herramientas informáticas ajustadas a la tarea periodística.
- 1.9 Programar y realizar campañas de difusión, concientización y de bien público.
- 1.10 Evaluar la evolución y de los distintos proyectos y piezas en forma permanente.
- 1.11 Conocer y emplear las instancias de investigación, obtención de testimonios, comparación de fuentes y chequeo de información propia del periodismo.
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, contemporáneo y/o histórico, 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 comunicaciones audiovisuales, gráficas, virtuales, etc.
 - 2.3 Investigar y comprender las herramientas por las cuales se genera verosimilitud.
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 Administrar la producción y postproducción de piezas comunicacionales.
 - 3.4 Administrar la difusión de piezas comunicacionales.
 - 3.5 Organizar servicios de producción.
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 comunicacionales con individuos, grupos o instituciones de la comunidad.
 - 4.2 Organizar actividades de difusión para la comunidad.
 - 4.3 Evaluar el impacto de las piezas difundidas en la comunidad.



Provincia de Entre Ríos

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

0830

RESOLUCIÓN N°
Expte Grabado N° (1663713).- C.G.E.

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

ÁREA OCUPACIONAL

El Técnico Superior en Comunicación Social podrá desempeñarse en:

- ✓ Medios de comunicación públicos y privados (gráficos, radiales, audiovisuales, Internet, etc.).
- ✓ Instituciones, empresas, agrupaciones y ONGs.
- ✓ Instituciones educativas.
- ✓ Instituciones dedicadas a la conservación y exposición del patrimonio.
- ✓ Productoras de contenidos: de radio, video, música, teatro y artes performáticas.
- ✓ Productoras de espectáculos y eventos culturales.
- ✓ Empresas dedicadas al turismo cultural y receptivo.
- ✓ Promoción y producción de artistas.

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.
- Conocimiento de 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.

42



Provincia de Entre Ríos

RESOLUCIÓN N°

Expte Grabado N° (1663713).-

0830

C.G.E.

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

BASE CURRICULAR

PRIMER AÑO

ESPACIO	CARGA HORARIA	FORMATO
CAMPO DE LA FORMACIÓN GENERAL		
Organizaciones y Desarrollo Local	2	Asignatura
Metodología y Técnica de la Investigación Social	2	Taller
CAMPO DE LA FORMACIÓN DE FUNDAMENTOS		
Introducción a la Comunicación	4	Asignatura
Problemáticas filosóficas	3	Asignatura
Problemas Socioculturales Contemporáneos	3	Asignatura
CAMPO DE LA FORMACIÓN ESPECÍFICA		
Producción Oral y Escrita	3	Asignatura
Medios, Lenguajes y Técnicas	3	Asignatura
Introducción a las TICs	4	Asignatura
CAMPO DE LA PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE		
Práctica Profesionalizante I	6	Taller
E.D.I.	3	
ESPACIOS = 10	33 Hs. Cátedra	

SEGUNDO AÑO

ESPACIO	CARGA HORARIA	FORMATO
CAMPO DE LA FORMACIÓN GENERAL		
Procesos socio-históricos modernos y contemporáneos	2	Asignatura
Emprendedorismo Local	2	Asignatura
CAMPO DE LA FORMACIÓN DE FUNDAMENTOS		
Teorías de la Comunicación	3	Asignatura
Comunicación, Cultura y Desarrollo Local	3	Seminario
Comunicación Organizacional	3	Asignatura
CAMPO DE LA FORMACIÓN ESPECÍFICA		
Comunicación Interpersonal	2	Asignatura
Técnica de la Comunicación Visual	3	Taller
Nuevas Tecnologías y Comunicación Digital	2	Taller
Producción Radiofónica y Audio	4	Taller
CAMPO DE LA PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE		
Práctica Profesionalizante II	6	Taller
E.D.I.	2	
ESPACIOS= 11	32 Hs. Cátedra	

[Firma manuscrita]



Provincia de Entre Ríos

RESOLUCIÓN N°
Expte Grabado N° (1663713).-

0830

C.G.E.

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

TERCER AÑO

ESPACIO	CARGA HORARIA	FORMATO
CAMPO DE LA FORMACIÓN GENERAL		
Análisis Político y Medios de Comunicación	2	Asignatura
Historia social y económica argentina	2	Asignatura
Derechos Humanos	3	Asignatura
CAMPO DE LA FORMACIÓN DE FUNDAMENTOS		
Derecho de la Información	2	Asignatura
Medios y Ciudadanía	3	Asignatura
CAMPO DE LA FORMACIÓN ESPECÍFICA		
Comunicación audiovisual	2	Taller
Gestión de Proyectos Comunicacionales	2	Taller
Periodismo de Investigación	3	Seminario
Televisión	4	Taller
CAMPO DE LA PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE		
Práctica profesionalizante III	7	Taller
E.D.I.	3	
ESPACIOS= 11	33 Hs. Cátedra	
TOTAL HORAS CÁTEDRA	3136 Hs.	
TOTAL HORAS RELOJ	2101 Hs.	

Cuadro 1: Estructura Curricular del Plan de Estudios de la Tecnicatura Superior en Comunicación Social

N°	Espacio Curricular	Hs Cátedra	F.G	F.F	F.E	P.P.	EDI
01	Organizaciones y Desarrollo Local	2	2				
02	Metodología y Técnica de la Investigación Social	2	2				
03	Introducción a la Comunicación	4		4			
04	Problemáticas filosóficas	3		3			
05	Problemas Socioculturales Contemporáneos	3		3			
06	Producción Oral y Escrita	3			3		
07	Medios, Lenguajes y Técnicas	3			3		
08	Introducción a las TICs	4			4		
09	Práctica Profesionalizante I	6				6	
10	E.D.I.	3					3
	Total de Hs Primer Año	33	4	10	10	6	3

X



Provincia de Entre Ríos

RESOLUCIÓN N°

Expte Grabado N° (1663713).-

0830

C.G.E.

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

N°	Espacio Curricular	Horas Cátedra	F.G.	F.F.	F.E.	P.P.	E.D.I.
01	Procesos socio-históricos modernos y contemporáneos	2	2				
02	Emprendedorismo Local	2	2				
03	Teorías de la Comunicación	3		3			
04	Comunicación, Cultura y Desarrollo Local	3		3			
05	Comunicación Organizacional	3		3			
06	Comunicación Interpersonal	2			2		
07	Técnica de la Comunicación Visual	3			3		
08	Nuevas Tecnologías y Comunicación Digital	2			2		
09	Producción Radiofónica y Audio	4			4		
10	Práctica Profesionalizante II	6				6	
11	E.D.I.	2					2
	Total de Hs Segundo Año	32	4	9	11	6	2
01	Análisis Político y Medios de Comunicación	2	2				
02	Historia social y económica argentina	2	2				
03	Derechos Humanos	3	3				
04	Derecho de la Información	2		2			
05	Medios y Ciudadanía	3		3			
06	Comunicación audiovisual	2			2		
07	Gestión de Proyectos Comunicacionales	2			2		
08	Periodismo de Investigación	3			3		
09	Televisión	4			4		
10	Práctica Profesionalizante III	7				7	
11	E.D.I.	3					3
	Total de Hs Tercer Año	33	7	5	11	7	3
	Total Hs de Trayectoria y Total Hs por campo	98	15	24	32	19	8
Total de horas cátedras del Diseño Curricular: 3136 horas.							
Total de horas reloj del Diseño Curricular: 2101 horas							

Cuadro 2: Carga Horaria Total de la Trayectoria Formativa en Horas Cátedra

Carga horaria por año académico		Carga horaria por campo formativo				EDI
		F.G.	F.F.	F.E.	P.P.	
1°	33	4	10	10	6	3
2°	32	4	9	11	6	2
3°	33	7	5	11	7	3
Total de la carrera	98	15	24	32	19	8
Porcentaje exigido	100	10-15 %	25-30 %	30-40 %	20-30 %	HASTA 20 %
Porcentaje propuesto	100	15%	25 %	32%	20 %	8 %



Provincia de Entre Ríos

RESOLUCIÓN N°

Expte Grabado N° (1663713).-

0830

C.G.E.

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

Coordinación de Prácticas Profesionalizantes.

Coordinación de Prácticas Profesionalizantes	Carga Horaria Semanal
Primer Año	3 Horas cátedras
Segundo Año	3 Horas cátedras
Tercer Año	3 Horas cátedras.
Total de horas	9 Horas cátedras

RÉGIMEN DE CORRELATIVIDADES

Para rendir:	Debe tener aprobadas
Emprendedorismo Local	Organizaciones y Desarrollo Local
Teorías de la Comunicación	Introducción a la Comunicación
Comunicación, Cultura y Desarrollo Local	Introducción a la Comunicación Organizaciones y Desarrollo Local
Comunicación Interpersonal	Introducción a la Comunicación
Técnica de la Comunicación Visual.	Medios, Lenguajes y Técnicas Introducción a la Comunicación
Nuevas Tecnologías y Comunicación Digital	Introducción a las TICs Medios, Lenguajes y Técnicas
Práctica Profesionalizante II	Práctica Profesionalizante I
Análisis Político y Medios de Comunicación	Comunicación, Cultura y Desarrollo Local
Historia social y económica argentina	Procesos socio – históricos modernos y contemporáneos
Medios y Ciudadanía	Comunicación, Cultura y Desarrollo Local Teorías de la Comunicación
Comunicación audiovisual	Técnica de la Comunicación Visual.
Periodismo de Investigación	Medios, Lenguajes y Técnicas Producción Oral y Escrita
Práctica Profesionalizante III	Práctica Profesionalizante II

Dinámica del diseño curricular

La organización curricular presenta diferentes formatos de unidades curriculares:

Asignaturas: Definidas por la enseñanza de marcos disciplinares o multidisciplinares y sus derivaciones metodológicas para la intervención educativa. Se caracterizan por brindar conocimientos y, por sobre todo, modos de pensamiento y modelos explicativos de carácter provisional, como se corresponde con el carácter del conocimiento científico y su evolución a través del tiempo.

En relación a la evaluación se proponen instancias de exámenes parciales, finales y/o promoción.

Seminarios: Son instancias académicas de estudio en profundidad de problemas relevantes para la formación, preferentemente desde una perspectiva interdisciplinaria. Incluyen la reflexión crítica de las concepciones o supuestos previos sobre tales problemas, el análisis,

[Firma]



Provincia de Entre Ríos

RESOLUCIÓN N°

Expte Grabado N° (1663713).-

0830

C.G.E.

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

la profundización, comprensión a través de la lectura y el debate de materiales bibliográficos y de investigación.

La perspectiva metodológica de trabajo habilita la incorporación de estrategias del campo de la investigación para el abordaje de los problemas planteados.

Estas unidades permiten el cuestionamiento del pensamiento práctico y ejercitan en el trabajo reflexivo y en el manejo de literatura específica a partir de los temas o problemas seleccionados.

Para este formato se propone el coloquio el cual puede asumir diferentes modalidades: producción escrita de informes, ensayos, monografías, investigaciones, etc. y su defensa oral.

Talleres: Son unidades curriculares orientadas a promover la resolución práctica de situaciones a partir de la interacción y reflexión de los sujetos en forma cooperativa.

Son instancias reflexivas que permiten revisar las prácticas, analizarlas, identificar obstáculos y contradicciones, reconocer logros y experiencias.

Como dispositivo metodológico posibilita a partir de la cotidianeidad en su complejidad, analizar casos, tomar decisiones y producir alternativas de acción y ejecución. Genera modos de aprendizaje reflexivo, de trabajo en equipo, escuchar al otro, colaborar en tareas grupales, asumir responsabilidades individuales y grupales, aportar opiniones, saberes, conocimientos y sostener propuestas de trabajo. Se propone para la evaluación la presentación de trabajos parciales y/o finales de producción individual o colectiva según la propuesta didáctica de los docentes de la unidad curricular.

UNIDADES CURRICULARES

PRIMER AÑO

CAMPO DE LA FORMACIÓN GENERAL

ORGANIZACIONES Y DESARROLLO LOCAL – 2 HS.

OBJETIVOS:

- Conocer la naturaleza de las organizaciones, sus elementos componentes, su dinámica, su cultura, sus problemas y sus principios, es un elemento clave para el mejoramiento de las herramientas y soluciones tendientes a paliar los problemas más básicos de la sociedad.
- Conocer, bajo los principios del desarrollo local, la gestión eficiente de las organizaciones tanto públicas como del ámbito privado, y los recursos y potencialidades constituyentes de las mismas,
- Analizar y comprender que lo antecedente es factor decisivo en la pretensión de alcanzar los objetivos de crecimiento económico, desarrollo social, sustentabilidad y cambio sociocultural, tanto a nivel individual como colectivo, dentro de un espacio territorial.



Provincia de Entre Ríos

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

CONTENIDOS:

La Ciencia de la Administración. Las organizaciones. Conceptos, características y clasificaciones. El rol de los administradores. Estructura, funciones y procesos organizacionales. Dinámica y cultura organizacional. Recursos componentes. Decisiones. Las organizaciones y el desarrollo local. Principios del desarrollo local. Herramientas de gestión administrativa. Responsabilidad Social y Sustentabilidad.

BIBLIOGRAFÍA:

ALVAREZ, H. F. (2002). *Principios de administración*. Córdoba: Editorial Eudecor.
BURIN, D. y HERAS, A. I. (2001). *Enfoque de sistemas y análisis comunicacional aplicados a procesos de desarrollo local*. Buenos Aires: Editorial CICCUS.
GILLI, J. J. AROSTEGUI, Á., DOVAL, I., IESULAURO, A. y SCHULMAN, D. (2007). *Diseño organizativo. Estructura y Procesos*. Bs. As.: Edic. Granica S.A.
KOONTZ, H. (2004). *Administración, una perspectiva global*. México: Edit. McGraw Hill.
MINTZBERG, Henry. (1998) *Diseño de Organizaciones Eficientes*. Buenos Aires. Editorial El Ateneo.
CHIAVENATTO, A. (2011). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México. Ediciones Mc Graw Hill.
DE ZUANI, E. R. (2012). *Introducción a la Administración de organizaciones*. Editorial Maktub.
LAROCCA, H. y otros. (2001). *Qué es administración. Las organizaciones del futuro*. Buenos Aires. Ediciones Macchi.
ROBBINS, S. y COULTER, M. (2010). *Administración*. México. Ediciones Pearson.
VOLPENTESTA, J. R. (2007). *Organizaciones, procedimientos y estructuras*. Editorial Osmar D. Buyatti.

METODOLOGIA Y TÉCNICA DE LA INVESTIGACIÓN SOCIAL - 2 HS.

OBJETIVOS:

- Reconocer y analizar los principales problemas locales y regionales de la comunicación.
- Conocer los procedimientos para la investigación social.
- Analizar proyectos de investigación en el campo social.
- Aplicar metodologías de la investigación para la realización de proyectos de comunicación.
- Colaborar con la ampliación de las fronteras del conocimiento, "hacer ciencia".

CONTENIDOS:

Realidad y conocimiento. Relación sujeto-objeto. Metodología. Método y técnicas. El método científico. El abordaje científico de la realidad. La investigación social. Características de la investigación. Esquemas o niveles de investigación empírica. Investigación básica y aplicada. Elementos básicos del método científico: Hipótesis. Variables. Indicadores. El trabajo de investigación: Formulación del problema. Fase exploratoria. Diseño de investigación. Trabajo de campo. Trabajo de análisis.

[Firma manuscrita]



Provincia de Entre Ríos

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

0830

RESOLUCIÓN N° C.G.E.
Expte Grabado N° (1663713).-

Procedimientos de recopilación de datos. Análisis y conclusiones. Realización de informes.
La participación social en la investigación orientada al desarrollo local.

BIBLIOGRAFÍA:

- ANDER-EGG, E. (1992). *Introducción a las técnicas de investigación social*. Buenos Aires. Editorial HUMANITAS.
- BACHELARD, G. (2000) *La formación del Espíritu Científico*. México:Edit. SIGLO XXI.
- DÍAZ, E. (1997) *Metodología de las Ciencias Sociales*. Buenos Aires: Editorial. BIBLOS.
- DÍAZ, E. (2000) *La posciencia*. Buenos Aires: Editorial BIBLOS.
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, R. Y (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial MC GRAW HILL.
- Mardones, J. M. – Ursúa N., (1997) *Filosofía de las Ciencias Humanas y Sociales*. México: Editorial FONTAMARA.
- Samaja, J. (1997) *Epistemología y Metodología. Elementos para una Teoría de la Investigación Científica*. Buenos Aires. Editorial EUDEBA.

CAMPO DE LA FORMACIÓN DE FUNDAMENTO

INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN - 4 HS.

OBJETIVOS:

- Comprender el fenómeno comunicacional a partir de la realidad de su práctica en la vida personal cotidiana y social.
- Distinguir entre la aparente simplicidad del acto comunicativo como práctica individual natural en el entramado social y su complejidad, analizada desde lo científico.
- Conocer y manejar los elementos que componen los procesos de comunicación.
- Conocer los distintos componentes de la comunicación como así también la aproximación general a las diversas problemáticas, escuelas de comunicación, sus objetos de estudio sus metodologías y postulados.

CONTENIDOS:

La complejidad de las acepciones de “comunicar: problemas: Significados, signos y lenguaje.

Diversidad y la estructura de los lenguajes.

Los aspectos técnicos de la comunicación. Elementos constitutivos del fenómeno.

Principales enfoques: escuelas, teorías, referencias generales.

Proceso y elementos de la Comunicación desde el enfoque clásico.

Medios y receptores. Públicos y competencias comunicativas. Instancias interactivas.

Distintas áreas de lo comunicacional: periodismo, publicidad, propaganda, relaciones públicas, comunicación organizacional, interpersonal, institucional.

[Firma]



Provincia de Entre Ríos

RESOLUCIÓN N°
Expte Grabado N° (1663713).- C.G.E.

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

BIBLIOGRAFÍA:

- BERLO, D. (1990). *El Proceso de la Comunicación*. Buenos Aires: Editorial EL ATENEO.
- PRIETO CASTILLO, D. (1985) *Diagnóstico de Comunicación: mensajes, instituciones, comunidades*. Quito: *Manuales Didácticos CIESPAL*.
- DE FLEUR, M. (1975) *Teorías Contemporáneas de la Comunicación*. Buenos Aires: PAIDÓS.
- ELDIN, F. (1998). *El Management de la Comunicación. De la comunicación Personal a la Comunicación Empresarial*. Buenos Aires: EDICIAL.
- RIBEIRO, L. (1999). *La Comunicación eficaz*. México: Editorial URANO.
- HEYMAN, R. (1999) *¿Por qué no lo dijo antes? Cómo hacerse entender*. Barcelona: Editorial GRANICA.
- DURANDIN, G. (1995). *La información, la desinformación y la realidad*. Barcelona: Editorial PAIDÓS.
- BOSCH, J. (1998). *Introducción a la Comunicación. Síntesis humanístico-científica*. Buenos Aires. EDIDIAL.

PROBLEMÁTICAS FILOSÓFICAS – 3 HS.

OBJETIVOS:

- Lograr una aproximación a los problemas de la filosofía, reconociendo los principales cuestionamientos, así como sus direcciones fundamentales.
- Analizar críticamente la realidad aplicando contenidos filosóficos.
- Reflexionar sobre cuestiones filosóficas y argumentar con criterios propios.

CONTENIDOS:

El campo de estudio de la filosofía. El surgimiento del pensamiento filosófico y sus principales desarrollos. Mito y logos.

Panorama general sobre los métodos actuales de pensamiento (fenomenológico, semiótico, axiomático y reductivos).

El hombre: La existencia como ser-en-el-mundo. Tecnología y filosofía. El lenguaje como sistema condicionante de nuestro modo de conocer, pensar y comunicarnos. El sujeto humano como actor creativo e innovador, con capacidad cognitiva y comunicativa. Correlación entre el sujeto ("Polo-yo") y la realidad.

El conocimiento científico. La idea de realidad y mundo en los medios de comunicación.

La Ética y la moralidad. La experiencia de la libertad como punto de partida de la ética: perspectiva filosófica. Problemáticas en la ética contemporánea.

BIBLIOGRAFÍA:

- BOCHENSKI, I. M., (1975). *Los métodos actuales de pensamiento*. Madrid: Editorial RIALP.
- LEOCATA, F. (2003), *Persona, Lenguaje, Realidad*. Buenos Aires: UCA.
- GEVAERT, J. (1984), *El problema del hombre*, Salamanca: Ediciones SÍGUEME.
- HEIDEGGER, M. (1990). *De camino al habla*, Barcelona: Ediciones del SERBAL.



Provincia de Entre Ríos

RESOLUCIÓN N°

Expte Grabado N° (1663713).-

0830

C.G.E.

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

CASSIRER, E. (2003). *Filosofía de las formas simbólicas*. México: FCE.
HABERMAS, J. (1987). *Teoría de la acción comunicativa*, Madrid: Editorial TAURUS.
SAHAGUN LUCAS, J. Edit., (1979), *Antropologías del siglo XX*. Salamanca: Ediciones SÍGUEME.
LADRIERE, J. (1978). *El reto de la racionalidad. La ciencia y la tecnología frente a las culturas*. Salamanca-Paris, Ediciones SÍGUEME-UNESCO.
ORITIZ-OSSES, A. (1976). *Mundo, hombre y lenguaje crítico*. Salamanca: Ediciones SIGUEME.

PROBLEMAS SOCIOCULTURALES CONTEMPORÁNEOS – 3 HS.

OBJETIVOS:

- Comprender la importancia de la cultura y las diversidades culturales.
- Comprender el fenómeno globalizador y sus consecuencias culturales.
- Analizar el lugar de lo local valorizado desde lo latinoamericano.
- Comprender el impacto de la tecnología informática en la cultura y el trabajo.

CONTENIDOS:

Globalización, trasnacionalización, regionalización. Lo “local” y lo “global” como eje de redefiniciones de alineamientos y tensiones socioculturales. La integración en bloques regionales y la conformación de una perspectiva latinoamericana.

El conocimiento en la sociedad de la información. El lugar del conocimiento en las nuevas modalidades de producción y de trabajo en red. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Transformación de las dinámicas de la circulación a partir de las nuevas tecnologías.

“Cultura” y culturas, modos de vida plurales y formas de discriminación o reconocimiento de las diferencias. El concepto de cultura: diversas perspectivas disciplinares para su comprensión teórica. La diversidad cultural: pluralismo horizontal de las diferencias. El desafío de la formación de lo común y lo público en un contexto plural.

BIBLIOGRAFIA:

MARTÍN ROJO, L., (1997). *El orden social de los discursos*, 1997. México.
TREW, T., (1979). *Teoría e ideología en acción.*, en Fowler R. *Lenguaje y control*. México, FCE.
Van Dijk, T., (2005). *Ideología y discurso. Utopía y praxis latinoamericana*, Vol 10, N° 29, 9-36.
ANGENOT, M. (2010). *El discurso social. Los límites históricos de lo pensable y lo decible* Buenos Aires: Editorial SIGLO XXI.
BOURDIEU, P., (1996). *Sobre la televisión*, Madrid: Editorial ANAGRAMA.
VAN DIJK, T., (1990). *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la Información*. Barcelona: Editorial PAIDÓS.



Provincia de Entre Ríos

RESOLUCIÓN N° **0830** C.G.E.
Expte Grabado N° (1663713).-

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

CAMPO DE LA FORMACIÓN ESPECÍFICA:

PRODUCCIÓN ORAL Y ESCRITA - 3 HS.

OBJETIVOS:

- Desarrollar las competencias lingüísticas que le permitan expresarse con propiedad, corrección y adecuación.
- Valorar la palabra como don esencialmente humano, expresión de su propia dignidad y de reconocimiento de la de los otros.
- Comprometerse en el uso de la palabra en su rol de futuro comunicador social.
- Comprender y aplicar las diferencias y características del lenguaje aplicado en cada medio de comunicación (escrito, radiofónico, televisivo).

•

CONTENIDOS:

Desarrollo de la competencia comunicativa oral y escrita: manejo de herramientas expresivas y discursivas; producción y análisis de piezas comunicacionales.

Texto, contexto y discurso: propiedades textuales. Producción de textos. Elementos identificativos del género. Géneros discursivos periodísticos.

La construcción de efectos en la comunicación de masas y análisis del discurso. Intencionalidad del periodismo informativo. La crónica como relato.

Discurso argumentativo: la nota editorial y el artículo de opinión.

Normativa: Revisión de reglas ortográficas básicas.

BIBLIOGRAFÍA:

ALVARADO, M. Y YEANNOTEGUY, A., (2009). *La escritura y sus formas discursivas. Curso introductorio*. Buenos Aires: Ediciones EUDEBA.

CAMILLI, E., (1970). *Cómo aprender a redactar*. Buenos Aires: Ediciones HUEMUL.

CAMILLI, E., (1985). *Los nombres de las cosas*. Buenos Aires: Ediciones PLUS ULTRA.

CAMINO, M.A.(2005). *Aportes. para la expresión escrita*, Buenos Aires: Ediciones MAGISTERIO DEL RÍO DE LA PLATA.

CLAVEL BORRÁS, J. (1982). *Cómo redactar mejor*, Buenos Aires: Editorial AZ.

FUENTES, J. (1993). *Ortografía Práctica*. Buenos Aires: Editorial KAPELUSZ.

LÓPEZ CASANOVA, M. Y OTROS, (2011). *Los textos y el mundo- Una propuesta integral para talleres de lectura y escritura*. Buenos Aires: UNIVERSIDAD NACIONAL DE GENERAL SARMIENTO.

DE GREGORIO DE MAC. M. (1992). *Coherencia y cohesión en el texto*. Buenos Aires: Editorial PLUS ULTRA.

CASTELLI, E. (1983). *Lengua y redacción periodística*, Santa Fe: Editorial COLMEGNA.



Provincia de Entre Ríos

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

0830

RESOLUCIÓN N°
Expte Grabado N° (1663713).- C.G.E.

MEDIOS, LENGUAJES Y TÉCNICAS - 3 HS.

OBJETIVOS:

- Conocer la especificidad de los lenguajes y las técnicas de los medios hoy disponibles y emplearlos desde una revisión valorativa, creativa y propositiva.
- Desarrollar actitudes positivas para el trabajo en equipo, imprescindible en la tarea a llevar a cabo en los medios de comunicación social.
- Comprender que las habilidades para la comunicación deben verse complementadas con una indispensable formación general y una profunda sensibilidad en el modo en que miramos la realidad circundante, abierta a reconocer, junto con Germán Rey, que “el desarrollo no es sólo caminos, puentes y hospitales, sino (...) encuentro de las culturas que se enriquecen mutuamente, intercambiando valores y expresiones”.

CONTENIDOS:

Periodismo gráfico y digital. La redacción periodística, la palabra escrita y la creatividad. Los géneros periodísticos aplicados al periodismo gráfico. Las secciones y especialidades en diarios, revistas y páginas web. La relación entre el texto y los componentes visuales y sonoros: fotos, infografías, diagramación, música, efectos sonoros. Complementariedad y redundancia.

Los nuevos formatos surgidos desde la aparición de la Internet: blogs, páginas web, links, radios en Internet, celulares, cámaras digitales, etc. Continuidades y rupturas. Periodismo radial. Sus pasos, técnicas y estructuras específicas. Sus requerimientos técnicos. Relación entre palabra, música y efectos. Producción, conducción y musicalización. La transmisión radiofónica y sus nuevas posibilidades a través de Internet.

Crítico: Marco normativo y ético de los diversos medios. Análisis de contenidos. Criterios de selección y presentación de la información y las ideologías desde las que parten. Los modelos de información y comunicación. Hacia la construcción de otro paradigma de la comunicación.

Características principales del nuevo paradigma

Relacional: Trabajo en equipo. Objetivos, dinámicas, roles, propios del desempeño en los diferentes medios.

BIBLIOGRAFÍA:

De Aguinaga Enrique. (2001). Hacia una teoría del periodismo. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7, 241-255.

BERLO D. (1984). *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires: Editorial EL ATENEO.

Petra María Secanella. (1981). *El lid: fórmula inicial de la noticia*. Barcelona: Edit. ATE.

FOTCUBERTA M. (1993). *Estructura de la noticia periodística*. Barcelona: Editorial PAIDÓS.

PRADO, E. (1981). *Estructura de la información radiofónica*. ASESORIA TECNICA DE EDICIONES.

CALVO HERNANDO, M. (1982). *Civilización tecnológica e información*. Barcelona: Editorial Mitre.



Provincia de Entre Ríos

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

TUBAU, I. (1982). *Teoría y práctica del periodismo cultural*. ASESORÍA TECNICA DE EDICIONES, 1982.
SCHRÖDER, J. ZURITA, L. (1977). *Introducción a los medios masivos*. Buenos Aires: Editorial BONUM.
MARRO, M.- DELLAMEA, A. (1993). *La comunicación social*. Fundación Universidad a Distancia "HERNANDARIAS".
SALAVERRIA, R. (2005). *Redacción periodística en internet*. Pamplona: Ediciones EUNSA.
HALPERÍN, J. (2008). *La entrevista periodística*. Buenos Aires: Ediciones AGUILAR.

INTRODUCCIÓN A LAS TICs - 4 HS

OBJETIVOS:

- Diferenciar los sistemas operativos propietarios y universales a través de sus características básicas.
- Editar y presentar el material textual con el formato adecuado según las exigencias de los medios gráficos y digitales.
- Integrar información de diferentes formatos para la realización de contenidos propios y su eventual publicación a través de la red.
- Utilizar con buen desempeño las herramientas colaborativas a través de la nube informática.
- Utilizar las diferentes aplicaciones informáticas propias de los medios.
- Desarrollar las capacidades de representación que permitan lograr la comunicación en diferentes medios y formatos.

CONTENIDOS:

Infraestructura. Datos. Información. Su procesamiento. Representación de los datos. Unidades y múltiplos de información.
Breve evolución de la informática.
Los lenguajes de programación. Base de datos. Tipos. Gestores.
Internet. Servicios. La Web 2.0. La Web 3.0.
El formato de la información según el soporte.
El formato textual y las herramientas de producción textual. Procesadores de textos.
El formato numérico y su representación gráfica. Planillas de cálculo.
Aplicaciones para diseño gráfico digital. Aplicaciones para edición de audio. Aplicaciones para edición de videos

BIBLIOGRAFÍA:

ARENA, H. F. (2010). *Grabación y Producción de Música. Su Pc como estudio de Sonido Profesional*. Buenos Aires: Editorial FOX ANDINA.
BRUNETTA, H. (2012). *Community Management*. Buenos Aires: M. P. Ediciones.
BUSTAMANTE, E. (2008). *Redes Sociales y Comunidades Virtuales en Internet*. México: Ediciones ALFAOMEGA.



Provincia de Entre Ríos

RESOLUCIÓN N°
Expte Grabado N° (1663713).- C.G.E.

0830

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

GINSBURG, M. C. (2013). *La PC por dentro*. Buenos Aires: GINSBURG Editor.
HARRIS, J. - Withrow, S. (2010). *Ilustración Vectorial. Los secretos de la creación digital*. Barcelona: Editorial PROMOPRESS.
JOYANES AGUILAR, L. (2012). *Computación en la nube. Estrategias de Cloud Computing en las Empresas*. México: Ediciones ALFAOMEGA.
MEDIACTIVE. *Aprender photoshop cs6*. (2012). México: Ediciones ALFAOMEGA.
OROZCO, O. (2009). *Fotografía y video en internet*. México: Editorial ALFAOMEGA.
PIPES A. (2011). *Diseño de Sitios Web*. Barcelona: Editorial PROMOPRESS.
RODRIGUEZ, R. (2012). *Procesamiento y Análisis Digital de Imágenes*. México: ALFAOMEGA.
TENORIO, I. (2008). *Podcast. Manuel del podcaster*. Barcelona: Editorial MARCOMBO.
TURNER, R. D. (2013). *Creación y Gestión de Sitios Web con Joomla*. Madrid: ANAYA MULTIMEDIA.
VELOSO. (2012). *Flex 4.5 - Plataforma Flash para Profesionales*. México: Ediciones ALFAOMEGA.

CAMPO DE LA PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE

PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE I - 6 HS.

OBJETIVOS:

- Conocer el campo de saberes teóricos y prácticos, asegurándose el correcto desenvolvimiento en las actividades desarrolladas por los comunicadores sociales.
- Implementar diferentes métodos y técnicas de recolección y análisis de la información obtenida.
- Sistematizar la información recabada y expresarla de forma creativa y producciones.
- Evaluar y diseñar estrategias superadoras.
- Reflexionar sobre la práctica profesional y la carrera elegida.
- Comprender lenguajes y contenidos básicos de cada tipo de organización local y regional, desde una visión integral de los contenidos.

CONTENIDOS:

Características conceptuales de las organizaciones en general en cuanto a sus tipologías y clasificaciones.

Características observacionales: Instrumentos para el relevamiento y el análisis de información. La observación sistemática. Construcción de un mapa.

Experiencias en organizaciones o relatos de protagonistas locales.

La reflexión sobre la práctica. La revisión de las trayectorias personales, sociales y profesionales como modo de formación. La idea de praxis como superación de los enfoques tecnocráticos y aplicacionistas en la formación.



Provincia de Entre Ríos

RESOLUCIÓN N° **0830** C.G.E.
Expte Grabado N° (1663713).-

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

BIBLIOGRAFÍA:

- PUIG PICART, T. (2001). *¡Se acabó la diversión!* Buenos Aires: Editorial EUDEBA.
- SEMPERE, A. M. (2008). *La gestión cultural: singularidad profesional y perspectivas de futuro*. Buenos Aires: Ediciones LA CRUJÍA.
- GIANNETTI, S. (2008). *La Comunicación en Redes*. Buenos Aires.
- Proyectos en red: experiencias articuladas con TICs, (2008). Buenos Aires: en Revista Novedades educativas, Marzo de 2008.
- GIANNETTI, S.- BENZAQUEN, A. (2007). *Ideas y Herramientas metodológicas para el trabajo colectivo y en red*. Buenos Aires: CULTURA SENDA.
- ROMBOLÁ, L. (2006). *Caja de herramientas: módulos de formación para emprendedores culturales*, Buenos Aires., SECRETARIA DE CULTURA, PRESIDENCIA DE LA NACIÓN, Laboratorio de Industrias Culturales.
- SANTOS, B. de Sousa. (2009). *Una epistemología del sur*. México: Ediciones CLACSO y SIGLO XXI.
- WORTMAN, A. (2008). *Procesos e imaginarios de la globalización cultural en Argentina: entre el consumo y la exclusión social*. Buenos Aires: Ediciones LA CRUJÍA ediciones.

ESPACIO DE DEFINICIÓN INSTITUCIONAL

E.D.I - 3 HS

SEGUNDO AÑO

CAMPO DE LA FORMACIÓN GENERAL

PROCESOS SOCIO – HISTÓRICOS MODERNOS Y CONTEMPORÁNEOS – 2 HS.

OBJETIVOS:

- Comprender los cambios en el tiempo realizados por las diferentes sociedades, a partir de la denominada Modernidad.
- Analizar el impacto de las transformaciones de los Estados Nacionales junto a la influencia del Renacimiento y Humanismo.
- Conocer y analizar las ideas de la Historia Contemporánea cuyo eje central será el desarrollo del Liberalismo en sus expresiones políticas y económicas que implicará cambios profundos en la conformación política de los Estados, y asimismo en las formas de producción que modificaran sustancialmente al mundo.
- Comprender nuestro presente desde la narración de la historia contemporánea vivida.

CONTENIDOS:

La Modernidad: cambios sociales, políticos y culturales.

Historia Contemporánea: La "Doble Revolución": las transformaciones políticas y económicas del Siglo XIX. Relaciones entre el Estado y la Sociedad desde la segunda

[Firma manuscrita]



Provincia de Entre Ríos

0830

RESOLUCIÓN N° C.G.E.
Expte Grabado N° (1663713).-

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

mitad del siglo XIX. El orden mundial luego de las guerras mundiales y el mundo bipolar. Construcción del Estado- Nación en la Argentina y los procesos de democratización posteriores. Estado de bienestar y crisis del modelo. Globalización financiera y regionalismo político. Debate actual sobre el rol del estado. Procesos de globalización financiera y regionalismo político.

BIBLIOGRAFÍA:

Historia Visual del Mundo. Un viaje fascinante a través de la Historia. Editorial P. Impreso en China, 2006

SAITTA, A. Guía (1996). *Crítica de la Historia Moderna*. México: FCE.

MARTÍNEZ, J., (2006). *Historia Contemporánea*. Valencia: Editorial TIRANT LO BLANCH.

CARBONELL, Ch. O., (2001). *Una Historia europea de Europa. ¿De un renacimiento a otro?* Valencia: Editorial TIRANT LO BLANCH.

Manual de Historia Universal. Edad Contemporánea. T. IV.(1958). Madrid: ESPASA CALPE.

BIDART CAMPOS, G., (1997). *Manual de Historia Política*. Buenos Aires: Editorial EDIAR.

GARCÍA VENTURINI, J., (1978). *Politeia*. Buenos Aires: Editorial TROQUEL

RODRIGUEZ VARELA, A., (2001). *Historia de las ideas políticas*. Buenos Aires: Editorial A-Z.

EMPRENDEDORISMO LOCAL – 2 HS.

OBJETIVOS:

- Conocer la problemática económica en sus factores generales.
- Conocer la significación del trabajo como factor social.
- Desarrollar talento y capital humano para transformar ideas en proyectos.
- Conocer el valor de la integración de lo público y lo privado en el fortalecimiento del tejido socioeconómico local y regional.
- Concebir que la cultura emprendedora enfrenta las lógicas tradicionales favoreciendo la creatividad, la innovación el asociacionismo y la cooperación.
- Comprender que permite al sector público, al privado y al de la economía social definir prioridades productivas en los contextos locales.

CONTENIDOS:

La problemática económica. El trabajo como actividad social fundamental. La producción y el intercambio. La relación de la esfera económica con las otras esferas de la vida social. La dimensión cultural de la economía. Principales corrientes del pensamiento económico. La vinculación entre la dimensiones micro y macro de la economía. Formas cooperativas y comunitarias de trabajo.

Actitudes y aptitudes emprendedoras. Empresas. Necesidades. Mercados, productos y servicios. Redes y asociatividad empresarial. Proceso emprendedor. Negociación. Ciclo de

✍



Provincia de Entre Ríos

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

vida de empresas y productos. Cadena de Valor. Calidad. Innovación. Plan de Negocios. Instrumentos y experiencias emprendedoras locales.

BIBLIOGRAFÍA:

- BASSI, L. MCMURRER, D. (2007). "Maximizando el rendimiento del personal". Harvard Business Review, 85(3), p115-123, 119p.
- CAYUELA, M. O. (2004). *Recreando empresas*. Buenos Aires: Ediciones INTEROCEÁNICAS.
- CHIAVENATTO, A., (2011). *Introducción a la Teoría General de la Administración*. México: Ediciones MC GRAW HILL.
- ECHEVERRIA, R., (2000). *La Empresa Emergente*. Buenos Aires: Editorial GRANICA.
- HERRERA, H. BROWN, D. (2006). *La guía del emprendedor: Combinaciones transgresoras para crear un negocio único*. Barcelona: Ediciones URANO
- MIGUEZ, D., (2008). *El emprendedor profesional: un integrador para la creación de empresas dinámicas*. Buenos Aires: Editorial MILTON MERLO.
- SENGE, P. (1994). *La quinta disciplina. El arte y la práctica de la organización abierta al aprendizaje*. Buenos Aires: Editorial GRÁNICA
- DE ZUANI, E. R. (2012). *Introducción a la Administración de organizaciones*. Salta: Editorial MAKTUB.

CAMPO DE LA FORMACIÓN DE FUNDAMENTO

TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN - 3 HS.

OBJETIVOS:

- Comprender que la Comunicación Social es un área de estudios e investigación, en el que existen problemas no resueltos y terrenos que recién se empiezan a explorar por la dinámica de los avances tecnológicos y los cambios que estos van produciendo en la sociedad y sus modos de comunicación.
- Comprender la relación de las prácticas comunicativas sociales, los modelos de comunicación y distribución de la información, con la política, la economía, la sociedad y la cultura, lo cual hace que la aparición de las diversas teorías no sea un fenómeno políticamente aséptico.
- Analizar críticamente los distintos lineamientos teóricos de la comunicación.

CONTENIDOS:

Principales corrientes teóricas. Cultura de masas: apocalípticos e integrados. Corriente de los efectos: distintas corrientes teóricas sobre los efectos de los medios. Funcionalismo. Agenda Setting, Espiral del silencio. La industria cultural, crítica: escuela de Frankfurt. Teoría de la dependencia y transnacionalización cultural.

Mirada Latinoamericana de la comunicación. Las denominadas teorías de la comunicación: surgimiento y el contexto. Características de la sociedad internacional en los períodos que abarcan las dos guerras mundiales. Necesidades e intenciones de apertura de nuevos



Provincia de Entre Ríos

0830

RESOLUCIÓN N°

C.G.E.

Expte Grabado N° (1663713).-

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

mercados.

Político: mundo bipolar, guerra fría, mundo multipolar, globalización.

El desarrollo de las teorías en los escenarios mencionados.

BIBLIOGRAFÍA:

ENTEL, A. (1994). *Teorías de la Comunicación. Cuadros de Épocas y pasiones de sujetos*. Buenos Aires: Editorial DOCENCIA.

HERRERO y MITJANS, S. (2005). *La Comunicación Incomunicada*. Buenos Aires: Editorial TEMAS.

THOMSON, J. (1998). *Lo Media y la Modernidad. Una teoría de los Medios de Comunicación*. Paidós comunicación, Bs. As, 1998.

MC QUAIL, Denis. Introducción a la teoría de la comunicación de masas (3ra ed. revisada y ampliada). Buenos Aires: PAIDÓS.

MORGAS, M. (1990). *Teorías de la Comunicación. Investigación sobre medios en América y Europa*. Buenos Aires: Editorial GILLI.

DE FLEUR, M. (1975). *Teorías Contemporáneas de la Comunicación*. Bs. As.: PAIDÓS.

ELDIN, F. I. (1998). *Management de la Comunicación. De la comunicación Personal a la Comunicación Empresarial*. Buenos Aires: Editorial EDICIAL.

BERLO, D. (1990). *El Proceso de la Comunicación*. Bs. As.: Edit. EL ATENEO.

PRIETO CASTILLO, D. (1985). *Diagnóstico de Comunicación*. Quito: CIESPAL.

BENITO, A. (1982). *Teoría General de la Información*. Madrid: Editorial PIRÁMIDE.

DURANDIN, G. (1995). *La información, la desinformación y la realidad*. Barcelona: PAIDÓS.

JARAUTA, F. (1998). *Escenarios de la Globalización. Una mirada crítica desde las Ciencias Sociales*. Rosario, Editorial HOMO SAPIENS.

COMUNICACIÓN, CULTURA Y DESARROLLO LOCAL – 3 HS.

OBJETIVOS:

- Comprender la estrecha relación que existe entre comunicación, cultura y desarrollo.
- Analizar críticamente las consecuencias de las distintas significaciones del término desarrollo y la evolución histórica de los modelos.
- Comprender las diferencias entre “Modelo” y “Propuestas”.
- Comprender el valor dialógico de la comunicación para la cultura y el desarrollo.
- Analizar implicancias de las NTIC en la comunicación, la cultura y el desarrollo local.

CONTENIDOS:

Desarrollo local: modelos históricos y teóricos.

Diferentes concepciones sobre el concepto de desarrollo: concepciones y acciones de comunicación comunitaria desde la década del 50 en adelante.

Acciones de comunicación y desarrollo según los organismos internacionales (FAO, PNUD, UNICEF,) desde la década del 70 hasta el presente.

La Concepción de Desarrollo como problema. Instrumentalización de la comunicación. La



Provincia de Entre Ríos

0830

RESOLUCIÓN N°

C.G.E.

Expte Grabado N° (1663713).-

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

Comunicación no es un recetario. Crítica a la visión instrumental de la comunicación. La Cultura de los pueblos incide en el desarrollo. Diversidad y Diferencias como fortalezas. "Modelos de Desarrollo" o "Propuestas".

Medios de Comunicación y desarrollo local. Relación de la comunicación y el desarrollo con: La educación, la salud y los derechos humanos y civiles a través de los medios.

Incidencia de las TICs en la cultura, la comunicación y el desarrollo local. La sociedad de la información.

BIBLIOGRAFÍA:

Beltrán Salomón, L. R., (2005). La Comunicación para el Desarrollo en América Latina: Un recuento de medio siglo. *III Congreso Panamericano de la Comunicación*. Buenos Aires.

ULLOA TAPIA, C., (2007). *Comunicación, Cultura y Desarrollo*. Quito: CIESPAL.

BARBERO, J. M., (2003). *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Unidad Editorial del Convenio ANDRÉS BELLO.

CASTAÑEDA, M. M., (2005). *Comunicación y desarrollo local: cuaderno de consultas*. Lima: Asociación de Comunicadores Sociales CALANDRIA.

CASTELLS, M., (2006). *La sociedad red: una visión global*. Madrid: Edit. ALIANZA.

Comunicación, Desarrollo y Derechos Humanos. (2006). Cuadernillo 1. Buenos Aires: UNICEF.

ASOCIACIÓN DE COMUNICADORES SOCIALES CALANDRIA, (2005). *Comunicación y desarrollo local*. Lima: Editorial CALANDRIA.

SUNKEL, G., (2002). *Una mirada otra. La cultura desde el consumo*. Caracas: CLACSO.

KLIKSBERG, B., (2000). *Capital social y cultura claves olvidadas del desarrollo*, Buenos Aires: BID-LNTAL.

KLIKSBERG, B., (2005). *Más ética, más desarrollo*. Buenos Aires: Editorial TEMAS.

FINQUELIEVICH, S. (2008). TIC: ¿Un medio para el desarrollo y la reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe?

http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r_1/nr_502/a_6854/6854.htm

Dubois, A. - Cortés, J. J., (2005). Nuevas Tecnologías de la Comunicación Para el Desarrollo Humano. *Instituto de Estudio Para el Desarrollo y la Cooperación Internacional*, Nro. 37. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad del País Vasco.

JENKINS, H., (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Editorial PAIDÓS.

BURBULES, N.C. -CALLISTER, Th. A., (2001). *Educación: Riesgos y promesas de las nuevas tecnologías de la información*. Barcelona: Editorial GRÁNICA.

Salazar M., (2014). Relaciones entre comunicación y desarrollo local. Diatriba contra reduccionismos y coordenadas para su articulación. *Razón y Palabra*. N° 86.

ONU, (2011). *Programa Naciones Unidas para el desarrollo*.



Provincia de Entre Ríos

0830

RESOLUCIÓN N°

C.G.E.

Expte Grabado N° (1663713).-

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL – 3 HS

OBJETIVOS:

- Comprender la naturaleza y estructuras de los distintos tipos de organización.
- Comprender la estrecha relación entre diseño organizacional y comunicación.
- Comprender el valor de las tecnologías en la comunicación organizacional.
- Conocer todos los elementos que constituyen la comunicación organizacional para el diseño de un plan comunicacional, su gestión y auditoria.

CONTENIDOS:

Organización multidimensional. Estrategias y estructuras. Organización del trabajo y de la empresa. La cultura organizacional. La implementación y uso de tecnologías de la información. Comunicación interna: dispositivos, soporte y lugares. Los límites de las acciones de la comunicación. Comunicación externa: la relación según los distintos públicos La imagen institucional .Explotar los recursos positivos para multiplicar los efectos.

Misión y Visión: orientadores claves de la planificación comunicacional de la organizacional.

Cultura organizacional e información, formal o informal, los rumores, las responsabilidades en la transmisión de la información necesaria, la oportunidad, la verificación, el control de resultado.

Estilo de liderazgo y comunicación organizacional.

El público es el destinatario del mensaje. Mapas de público interno. El mapa de públicos externo: como documento operativo que representa el complejo campo social en el que la organización está inmersa y la constituye.

Auditoria de situación comunicacional para la detección de la problemática existente a fin de efectuar las correcciones adecuadas con las diversas herramientas y técnicas comunicacionales.

BIBLIOGRAFÍA:

ANDRADE, H. (2005). *Comunicación Organizacional Interna. Proceso, disciplina y técnica*. Madrid: GESBIBLO.

HERRERO MITJANS, S., (2005). *LA COMUNICACIÓN INCOMUNICADA*. Buenos Aires: Editorial TEMAS.

ROBBINS, S., (2005). *Comportamiento Organizacional*. México: Editorial PEARSONS.

SCHULMAN, D., (2007). *Diseño organizativo. Estructura y Procesos*. Barcelona: EDICIONES GRANICA.

AMADO SUAREZ, A., (2008). *Auditoría de comunicación*. Buenos Aires: Editorial LA CRUJÍA.

BRANDOLIN, A., (2008). *Comunicación Interna. Recomendaciones y Errores Frecuentes*. Buenos Aires: Editorial LA CRUJÍA.

SANCHEZ MALDONADO, L., *Estrategia: la inflexión entre el pensamiento vertical y el pensamientolateral*.

12



Provincia de Entre Ríos

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

RESOLUCIÓN N° **0830** C.G.E.
Expte Grabado N° (1663713).-

http://www.degerencia.com/articulo/estrategia_lainflexion_entre_elpensamiento_vertical:y_el_pensamiento:lateral

SCHEINSHON, D., (1997). *Más allá de la Imagen Corporativa*. Buenos Aires: Ediciones MACHI.

XIFRA, J., (2005). *Planificación Estratégica de las Relaciones Públicas*. Barcelona: Editorial PAIDÓS.

WILCOX, D., (2006). *Relaciones Públicas. Estrategias y Prácticas*. Madrid: Ediciones PEARSONS.

COSTA, J., (2003). *Imagen Corporativa del Siglo XXI*. Bs. As: Edit. LA CRUJÍA.

ELIZALDE, L., (2004). *Estrategias En Las Crisis Públicas*. Buenos Aires: Editorial LA CRUJÍA.

ALVAREZ, H., (2000). *Principios de administración*. Córdoba: Ed. EUDECOR.

SURDO, E., (1998). *La Magia de Trabajar en Equipo*. Bs. As., Edic. GRANICA.

PRIETO CASTILLO, D., (1985). *Diagnóstico de Comunicación. Manuales Didácticos*. Quito: CIESPAL.

CAMPO DE LA FORMACIÓN ESPECÍFICA

COMUNICACIÓN INTERPERSONAL – 2 HS -

OBJETIVOS:

- Reconocer en la práctica los elementos constitutivos de la comunicación interpersonal.
- Reconocer las fortalezas y debilidades en la comunicación interpersonal.
- Desarrollar habilidades empáticas para la comunicación interpersonal.
- Aplicar habilidades que permitan una comunicación interpersonal y ante público efectiva.

CONTENIDOS:

La Comunicación. Componentes básicos de la Comunicación.

La Comunicación como un proceso bidireccional.

Comunicación verbal y No verbal.

Necesidad de una Comunicación eficaz.

Habilidades para lograr la comunicación eficaz: rapport y empatía. Rapport: asertivo, emotivo y verbal.

Los estilos de comunicación.

Comunicación Asertiva.

Habilidad para hablar en público.

Trabajo en Equipo.

BIBLIOGRAFÍA:

RULICKI, S.- CHERNY, M., (2007). *Comunicación No Verbal. Cómo la inteligencia emocional se expresa a través de los gestos*. Buenos Aires: Ediciones GRANICA.

FANELLI, V., (2012). *Los Poderes Secretos De La Comunicación Empática*. Barcelona:



Provincia de Entre Ríos

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

0830

RESOLUCIÓN N° C.G.E.
Expte Grabado N° (1663713).-

Ediciones OBELISCO.

VAN DER HOFSTAAD, R. C., (2005). *El Libro De Las Habilidades De Comunicación. Cómo Mejorar La Comunicación Personal*. Madrid: Ediciones DÍAZ DE SANTOS.

SCHEISON, D., (1996). *Comunicación Estratégica*. Buenos Aires: Ediciones MACCHI.

GOLEMAN, D., (1996). *La Inteligencia Emocional*. Barcelona: Editorial KAIRÓS.

CUDICI, C., (1998). *Pnl Y Comunicación*. Buenos Aires: Editorial GRANICA.

WOLK, L., (2007). *Coaching. El Arte De Soplar Las Brasas*. Buenos Aires: Editorial GRAN ALDEA.

TÉCNICA DE LA COMUNICACIÓN VISUAL - 3 HS.

OBJETIVOS:

- Resolver problemas gráficos, ya sea Editorial, Publicitario o de Imagen Institucional.
- Desarrollar un proyecto de trabajo para la solución gráfica.
- Integrar saberes de las diferentes materias y coordinarlos en su proyecto de trabajo grupal e individual.

CONTENIDOS:

Las áreas del Diseño en comunicación visual: Diseño editorial; Diseño publicitario y Diseño imagen institucional.

Papel de la percepción, las formas, la tipografía, los formatos, el color, soportes técnicos y sistemas de impresión dentro del área. Estrategias publicitarias, Mensajes Publicitarios, Figuras retóricas, Funciones esenciales del mensaje, Persuasión Estética.

Proceso productivo: sus actividades encaminadas para obtener un producto periodístico. Acciones y herramientas propias de la edición: temas de actualidad, producción de textos y titulares, criterios básicos de diseño gráfico, fotografía e infografía, la legibilidad, valoración de la información periodística, interrelación de las secciones que participan del proceso productivo.

BIBLIOGRAFÍA:

GONZÁLES RUIZ, G. (1994). *Estudio de Diseño*. Buenos Aires: EMECÉ Ediciones.

BILLOROU, O. P. (2001). *Introducción a la Publicidad*. Buenos Aires: El ATENEO.

FRASCARA, J. (2001). *Diseño Gráfico y Comunicación*. Buenos Aires: VISUAL INFINITO Ediciones.

CHÁVES, N. (2005). *La Imagen Corporativa*. Barcelona: Ediciones GUSTAVO GILI.

FRUTIGER, A., HISCOX, G.D. HOPKINS, A. A. (1994). *Signos, Símbolos, Marcas y Señales*. Barcelona: GUSTAVO GILI.

MULLER BROCKMAN, J. (2014). *Sistema de Retículas*. Barcelona: Ediciones GUSTAVO GILI. 2014.

AUMENT, J. (1992). *La Imagen*. Barcelona: Ediciones PAIDÓS.

FAWCETT-TANG, R., FOGES, Ch., O'REILLY, J. (2002). *Formatos Experimentales (Libros, folletos, catálogos)*, Barcelona: INDEX BOOKS.

BALIUS, A. (2007). *Type at Work: The Use of Type in Editorial Design*. Procedencia del



Provincia de Entre Ríos

0830

RESOLUCIÓN N° C.G.E.
Expte Grabado N° (1663713).-

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

original la Universidad de Michigan. Digitalizado 19 Dic 2007

LUIS POENITZ, L. (2004). *Recursos de Estilo en la Literatura y en la Publicidad*. Buenos Aires: Editorial DUNKEN

NUEVAS TECNOLOGÍAS Y COMUNICACIÓN DIGITAL – 2 HS.

OBJETIVOS:

- Conocer la comunicación digital, la tecnología de la información y la comunicación, así como la creación de contenidos en el marco de la Sociedad de la Información y el Conocimiento.
- Operar adecuadamente los instrumentos propios de las nuevas tecnologías que constituirán herramientas de su futura actividad: cámaras fotográficas digitales, filmadoras, celulares.
- Elaborar mensajes multimediales a partir de estos dispositivos.

CONTENIDOS:

Dimensión histórica: antecedentes, evolución y contexto.

Conocimiento de las nuevas tecnologías de comunicación y la información.

Convergencia tecnológica.

Diversas plataformas digitales al servicio de la acción comunicacional.

Fuentes de datos. Su procesamiento y representación.

Uso de las herramientas digitales en la comunicación periodística e institucional.

BIBLIOGRAFÍA:

ANDRADA, A. M., (2010). *Nuevas tecnologías de la información y la comunicación*. Buenos Aires: Editorial MAIPUE.

CRUCIANELLI, S. (2010). *Herramientas Digitales para Periodistas*, Texas: Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas.

FRANCO, G. (2009). *El Impacto de las tecnologías digitales en el periodismo y la democracia en América Latina y el Caribe*. Centro Knight para el Periodismo en las Américas de la Universidad de Texas.

BRIGGS, M. (2007). *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital para sobrevivir y prosperar en la era de la información*. Austin (Texas): Centro Knight para el Periodismo en las Américas, Univ. Texas.

PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA Y AUDIO - 4 HS.

OBJETIVOS:

- Aplicar los conceptos y pautas necesarias para la correcta elaboración de mensajes radiofónicos, teniendo en cuenta la existencia de reglas específicas.
- Planificar y producir programas de radio según los distintos géneros y formatos.
- Reconocer los temas de interés radiofónicos de la zona que colaboren con el desarrollo local y regional.



Provincia de Entre Ríos

0830

RESOLUCIÓN N° C.G.E.
Expte Grabado N° (1663713).-

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

- Aplicar estrategias para la construcción de un programa radial, desde la operación técnica, construcción del texto, utilización de los recursos que brinda el medio.
- Elaborar piezas comunicacionales que muestren capacidad crítica y creativa para aprovechar las potencialidades el medio radiofónico en la dinámica comunitaria.

CONTENIDOS:

Periodismo radiofónico: pasos, técnicas y estructuras específicas. Requerimientos técnicos. Relación entre palabra, música y efectos. Producción, conducción y musicalización. La transmisión radiofónica y sus nuevas posibilidades a través de internet.

Estilos de locución y presentación. Las señas radiales. El locutor profesional y el locutor empírico. La preparación de la lectura: preparación próxima y remota. La lectura en voz alta. Pautas esenciales para lograr una buena lectura. Elocución clara y segura. Pronunciación correcta: articulación, dicción y acentuación.

Lectura a dos voces. Continuidad en la lectura. Superposición de voces. La lectura expresiva: adecuación de tonos, ritmos, cadencias y énfasis. Naturalidad expresiva.

La lectura interpretativa: variación de estilos según los diferentes géneros radiofónicos. El relato y sus necesidades dramáticas. Aplicaciones estéticas.

La locución artística y publicitaria. Publicidad y propaganda. Producción y realización de spots, servicios comunitarios, promociones, siglas, avisos institucionales y tandas publicitarias.

La lectura informativa: análisis de las características de un locutor de noticias. El locutor y las diferentes funciones en los noticiarios: flashes, boletines horarios y panoramas de noticias. Concepto de programa. El programa en función de la audiencia.

BIBLIOGRAFÍA:

Portugal, M. -Yudchak, H. (2006). *Hacer radio. Guía integral*. Buenos Aires: Editorial GALERNA.

Guevara, A. (2003). *Locución, el entrenador personal*. Buenos Aires. Editorial GALERNA.

Periodismo y comunicación social en internet. Guía de las mejores direcciones en la web. Colombia: Grupo editorial NORMA, 2003.

CLAUSO, R. (2007). *Como se construyen las noticias*. Buenos Aires: Editorial LA CRUJÍA.

HAYE, R. (2004). *El arte radiofónico*. Buenos Aires: Editorial LA CRUJÍA.

FONTCUBERTA, M. BORRAT, H. (2006). . Buenos Aires: Editorial LA CRUJÍA.

Los géneros radiofónicos. Antología Buenos Aires. Buenos Aires: Ediciones COLIHUE, 2005.

DUMM, N. (2002). *La locución .voz, habla, habilidad lectora*. La Plata.

SCHUJER, S. - SCHUJER, M. (2006). *Aprender con la radio*, Buenos Aires: Editorial LA CRUJÍA.

PALMIERI, R. (2006). *En pocas palabras. Manual de redacción publicitaria para avisos gráficos y folletos*. Buenos Aires: Editorial LA CRUJÍA.

VERCELLI, S. (2000). *Informes, comunicados y presentaciones*. Barcelona: Editorial DE



Provincia de Entre Ríos

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

0830

RESOLUCIÓN N° C.G.E.
Expte Grabado N° (1663713).-

VECCHI.

TELLO, N. (1998). *Periodismo actual*. Buenos Aires. Ediciones COLIHUE.

ANDER-EGG, E. - Aguilar I. J. (2002). *Cómo aprender a hablar en público*. Buenos Aires: Editorial LUMEN.

DUMAS, R. (2007). *Manual de etiqueta*. Buenos Aires: Editorial LIBRO AMIGO.

CAMPO DE LA PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE

PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE II - 6 HS.

OBJETIVOS:

- Introducirse en el ámbito laboral como un aporte estratégico al desarrollo humano, social, productivo, laboral y cultural de su entorno.
- Afianzar conceptos teóricos desde la práctica, conociendo las realidades, técnicas y tecnología que cada medio emplea para desarrollar su labor.
- Integrar los saberes construidos en los campos de formación general, de fundamento y específica.
- Insertarse desde su posicionamiento comunicacional y social en un proyecto de desarrollo local.
- Diseñar y evaluar actividades y/o productos en conjunto con los actores en situaciones de trabajo.

CONTENIDOS:

Relevamiento y análisis de datos.

Metodología: presentación de informes. Guías de programas, organigramas de las empresas, canales de comunicación e instrumentos utilizados.

El rol de los comunicadores en los proyectos de desarrollo. Niveles de la intervención profesional: la comunicación como componente instrumental o de apoyo a los proyectos de desarrollo local. Visiones instrumentales, procesuales y estratégicas.

Elementos básicos para la evaluación de procesos y resultados de una actividad informativa, educativa o de incidencia.

BIBLIOGRAFÍA:

ANDION GAMBOA, M. (1990). *Escuelas de comunicación y mercado de trabajo*. Xochimilco. México, UAM.

ARAGON MONROY, F. (1994). Manual administrativo para el programa piloto de Formación y Práctica Profesional. México: UNAM-ENEP.

CORRALES DIAZ, C. (1991). *Proyectos de Comunicación, una estrategia en la práctica profesional de la comunicación*. México: HUELLA.

LOPEZ VENERONI, F. (1989). *Elementos para una crítica de la ciencia de la comunicación*. México: TRILLAS.

A



Provincia de Entre Ríos

0830

RESOLUCIÓN N°

C.G.E.

Expte Grabado N° (1663713).-

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

ESPACIO DE DEFINICIÓN INSTITUCIONAL

E.D.I. - 2 HS.

TERCER AÑO

CAMPO DE LA FORMACIÓN GENERAL

ANÁLISIS POLÍTICO Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN - 2 HS.

OBJETIVOS:

- Contribuir a la comprensión de la compleja relación entre comunicación y política.
- Reconocer diferentes posturas acerca del papel de los medios y analizar críticamente.
- Reconocer el papel de los diferentes actores sociales.
- Desarrollar habilidad para el análisis crítico de lo que se denomina "agenda", "agenda de los medios", "agenda de las instituciones", "agendas de los públicos".

CONTENIDOS:

La función del establecimiento de la agenda (agenda setting) en el campo de la comunicación política.

El rol regulador del Estado respecto de los medios. Las diferentes posiciones.

Claves en la interrelación entre los medios y su incidencia en la política.

La noticiabilidad. Del enfoque de la objetividad absoluta que la hace depender de rasgos intrínsecos de los hechos a la consideración de lo noticiable como un "fenómeno negociado".

La lógica del espectáculo aplicada a la noticia. Sus causas y sus consecuencias sobre la concepción de la política. Del ciudadano al espectador.

La representación de los movimientos sociales en los medios. La palabra escrita como arma política. Utilización de los medios para promover medidas políticas y económicas, guerras y genocidios. La tv y su rol en la construcción de actores políticos.

BIBLIOGRAFÍA:

ARRUETA, C. (2012) *¿Qué realidad construyen los diarios?* Buenos Aires: Editorial LA CRUJÍA.

CASTELLS, M., (2012). *Teorías de la opinión pública y de construcción de agendas.* Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes. Aruguete, N. & Amadeo, B. (2012).

CASTELLS, M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red: I. Los medios y la política. *Telos*, Enero-Marzo N° 74.

EDELMAN, M., (1991) *La construcción del espectáculo político.* Buenos Aires: Ediciones MANANTIAL.

MCCOMBS, M., (1996). La prensa escrita, actor social y político, espacio de producción cultural y fuente de información histórica. *Revista de Historia.* Neuquén: Universidad Nacional del Comahue.

A



Provincia de Entre Ríos

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

0830

RESOLUCIÓN N°

C.G.E.

Expte Grabado N° (1663713).-

MORAGAS, M. de (ed.), (1982). *La comunicación de masas*. Barcelona: Ediciones GUSTAVO GILI.

TUCHMAN, G. (1983). *La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*. México: Ediciones GUSTAVO GILI.

Tuchman, G. (1999). La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas. *Revistas.ucm.es, CIC n° 4 n° 199-217*.

Uranga, W. (2011). Entrecruzados: poder, política y comunicación. Herramienta.

Waisbord, S. (2013). Cambios y continuidades: la agenda de investigación de la comunicación política en América Latina. *Austral Comunicación*. N° 2,105-131.

HISTORIA SOCIAL Y ECONÓMICA ARGENTINA – 2 HS.

OBJETIVOS:

- Profundizar sobre los principales procesos históricos, sociales, económicos, políticos y culturales que han configurado recientemente la trama de la sociedad Argentina.
- Construir y discutir 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 histórico-social de Argentina.
- Reconocer, distinguir e integrar la dimensión socioeconómica de la realidad, vinculada con la organización social de los procesos de producción e intercambio, la distribución de los beneficios, las cuestiones del crecimiento y, finalmente, las relaciones básicas de la sociedad.

CONTENIDOS:

Contexto internacional y Contexto latinoamericano. De la formación del Estado nacional (1880) al fin de la república aristocrática (1916): El proceso de la conformación de la Argentina moderna a partir de la organización nacional. Los impactos de la protesta social y la democratización de la sociedad occidental. La economía agro-exportadora y la inmigración.

De la Primera Guerra Mundial hasta la crisis del '29: Transformaciones surgidas, como consecuencia de la conflagración mundial, en el esquema productivo nacional con la primera industrialización, la cuestión obrera, la expansión de la urbanización y el rol del Estado.

El ocaso del modelo agroexportador y la atención al mercado interno, la crisis estructural, el bilateralismo, la ruptura del orden institucional y el dirigismo neoconservador.

Entre 1946 y 1955- el surgimiento del Estado de Bienestar, la acentuación de las migraciones internas, las relaciones de fuerza entre Estado, agro e industria, el nacimiento de una sociedad de masas y la irrupción y regulación del sector obrero como nuevo actor social.

Desarrollismo, orden pretoriano y crisis de la industrialización sustitutiva: Desde el derrocamiento del peronismo a su nuevo derrocamiento en 1976.

En el segmento de 1976 a 2002 se profundizará en la caída del Estado democrático y la



Provincia de Entre Ríos

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

0830

RESOLUCIÓN N° C.G.E.
Expte Grabado N° (1663713).-

represión, el inicio del ataque al Estado de Bienestar; el retorno a la democracia y las herencias de la dictadura; los dilemas del alfonsinismo, la hiperinflación y el triunfo menemista; la disgregación del modelo de solidaridad social y los intentos por construir nuevas hegemonías políticas y sociales; la transformación de los valores, la desocupación y la marginalidad; las contradicciones de la Alianza; la salida de la convertibilidad.

BIBLIOGRAFÍA:

Acuña, C. H. (1995). Intereses empresarios, dictadura y democracia en la Argentina actual, en: Carlos H. Acuña (comp.). *La nueva matriz política argentina. Nueva Visión*: Buenos Aires, 13-24.

Acuña C. H. -Smulovitz, C. (2007) Militares en la transición argentina: del gobierno a la subordinación constitucional, en Anne Pérotin-Dumon (dir.). *Historizar el pasado vivo en América Latina. Anne Pérotin-Dumon*:

http://etica.uahurtado.cl/historizarelpasadovivo/es_contenido.php.

AZPIAZU, D.- KHAVISSE M. -Basualdo, E. (1986). *El nuevo poder económico en la Argentina de los años 80*. Buenos Aires: Ediciones LEGASA.

BERROTARÁN, P. (2003). *Del Plan a la Planificación: El estado en la época peronista*. Buenos Aires: Editorial IMAGO MUNDI.

BERROTARAN, P. y VILLARRUEL, J. (1995). Un diagnóstico de la crisis: el Consejo Nacional de Posguerra. En: *Representaciones inconclusas. Las clases, los actores y los discursos de la memoria. 1912-1946*. Buenos Aires: Editorial BIBLOS.

BIALETMASSÉ, J. (1986). *Informe sobre el estado de las clases obreras en el interior de la República Argentina*. Buenos Aires: Ediciones CEAL.

DERECHOS HUMANOS - 3 HS.

OBJETIVOS:

- Profundizar en los derechos humanos fundamentales para un encuadre objetivo de la función de los medios de comunicación en una sociedad democrática.
- Diferenciar derechos y violaciones, recurriendo a su fundamentación y a los documentos jurídicos nacionales e internacionales.
- Estudiar los diversos lenguajes y formas de transmitir información sobre los Derechos humanos y su violación.
- Demostrar una comprensión sistemática de los derechos humanos, de sus fundamentos, de la concepción de la democracia y la justicia internacional, así como de la capacidad analítica para elaborar informes objetivos sobre el tema.
- Saber usar y aplicar las diversas tecnologías para gestionar correctamente los datos y las fuentes de información.

CONTENIDOS:

Fundamentos filosóficos y jurídicos de los Derechos humanos.

Conceptualización: Identificación y caracterización. Derecho Natural y Derecho Positivo.

El Poder y el Estado. Los distintos tipos de discriminación. Vigencia de los Derechos



Provincia de Entre Ríos

0830

RESOLUCIÓN N°

C.G.E.

Expte Grabado N° (1663713).-

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

Humanos.

Los Derechos Humanos de Primera Generación: La dignidad humana. El derecho a la vida. Derecho a la libertad y a la autonomía. Los derechos civiles y políticos. Los derechos del Estado.

Los derechos Humanos de Segunda Generación: Los derechos sociales y económicos. El derecho al trabajo. El derecho a la seguridad social. Derecho a la vida digna. Derecho a la identidad cultural. El derecho a la educación. Los deberes del Estado. Incorporación al constitucionalismo moderno.

Los derechos Humanos de Tercera Generación: Igualdad de género. Los derechos de las minorías. El principio de autodeterminación. El derecho a un medioambiente ecológicamente equilibrado. Tecnología y derechos humanos.

Los Derechos Humanos y el Derecho Positivo: El Derecho Positivo Argentino: Antecedentes y desarrollo. El Derecho Internacional: Declaraciones, Pactos, Convenciones, Protocolos facultativos. Su obligatoriedad.

Los Derechos Humanos y proceso histórico: Transformaciones en la modernidad. La historia de los Derechos Humanos en América Latina. Los Derechos Humanos en la actualidad. El debate en torno a la construcción de un ciudadano global.

La información como derecho humano y condición para la preservación de todo otro derecho.

Los medios de información como factor de promoción de los Derechos Humanos en cuanto esos derechos son el "horizonte axiológico" del periodismo.

BIBLIOGRAFÍA:

Decreto N° 6404/88 MBSCE y Decreto N° 1631/01 MGJ. Provincia de Entre Ríos.

Declaración Universal de los Derechos Humanos, *Organización de las Naciones Unidas (ONU) del 10 de diciembre de 1948.*

Convención Americana sobre Derechos Humanos, *San José de Costa Rica, 22 de noviembre de 1969.*

Memoria del Mundo. Archivos sobre la represión en la Argentina durante el período 1976–1983, declarados por la UNESCO "*Patrimonio Documental sobre Derechos Humanos*".

Conferencia Mundial de los Derechos Humanos de Viena (1993).

Plataforma Interamericana de Derechos Humanos, Democracia y Desarrollo. Para exigir nuestros derechos: Manual de exigibilidad en DESC, Colombia, (2004).

POLO G., DR. LUIS FELIPE, (2011), *Fundamentos filosóficos de los derechos humanos*, <http://www.usil.edu.pe>.

SUÁREZ VILLEGAS, J. C., (2012), *La comunicación en defensa de los derechos humanos*, www.razonypalabra.org.mx

Comunicación, desarrollo y derechos humanos, (2006), www.unicef.org/argentina

Tuvilla Almería, J., (1997), *Derechos humanos y medios de comunicación*, Comunicar 9, www.revistacomunicar.com/

DUNONT, J. (1997), *El amanecer de los derechos del hombre*. Madrid: Ediciones ENCuentro.

FEIJÓO, J. L. (2007). Los derechos humanos en la Argentina del siglo XXI. En Fernández



Provincia de Entre Ríos

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

0830

RESOLUCIÓN N°

C.G.E.

Expte Grabado N° (1663713).-

G. – Gentile J., *Pluralismo y derechos humanos*, Córdoba: ALVERONI.

CAMPO DE LA FORMACIÓN DE FUNDAMENTO

DERECHO DE LA INFORMACIÓN – 2 HS.

OBJETIVOS:

- Reconocer la perspectiva histórica del marco legal comunicacional.
- Analizar la actual ley de Servicio de Comunicación Audiovisual.
- Conocer constitución del AFSCA, alcances e incumbencias, delegaciones y organismos vinculados.
- Conocer el marco normativo nacional, provincial e internacional sobre derecho a la información.

CONTENIDOS:

Perspectiva histórica y política de las legislaciones y regulaciones de la comunicación visual. Aspectos jurídicos de la ley N° 26.522. Titulares de los servicios de comunicación audiovisual. Multiplicidad de licencias y límites a la concentración de la propiedad. Organismos de aplicación e instancias de participación y control. Fomento de la producción nacional, regional, local.

De la libertad de expresión al derecho a la información. Derecho de información y empresa informativa. El rol del Estado en el fenómeno informativo: a) Aspectos generales; b) El Estado y la información. El consumidor de información periodística. El protagonista de informaciones o difusiones inexactas o agraviantes. Libertad Expresión. La libertad de prensa. La libertad de expresión en el derecho constitucional argentino. La censura y censura judicial La importancia de la imagen personal. Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual: contenido y alcance. La imagen como interés jurídico. Derecho a la imagen. Autonomía del derecho a la imagen. La normativa argentina. Las conductas prohibidas. Las excepciones.

BIBLIOGRAFÍA:

BORDA, G. (2012). *Manual de derecho civil. Parte General*. Buenos Aires: <http://www.laley.com.ar/product/files/41249061/41249061.pdf>

PIZARRO, R. D. (1991). *Responsabilidad civil de los medios masivos de comunicación – Daños por noticias inexactas o agraviantes*, Buenos Aires: Editorial HAMMURABI.

Eduardo A. Zannoni, Beatriz R. Bísaro Astrea, 1993

ZANNONI, E.A. - BISCARO, B., (1993). *Responsabilidad de los medios de prensa*. Buenos Aires: Editorial ASTREA.

ZAVALA GONZALEZ de, M., (1996). *Resarcimiento de daños*. Buenos Aires: Editorial HAMMURABI.

FAYT, C.S. (2001). *La corte suprema y sus 198 sentencias sobre comunicación y periodismo estrategias de la prensa ante el riesgo de extinción*, Buenos Aires: Editorial LA LEY.

[Firma manuscrita]



Provincia de Entre Ríos

0830

RESOLUCIÓN N° C.G.E.
Expte Grabado N° (1663713).-

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

TRIGO REPRESAS, F.A. - LOPEZ MESA, M.J. (2005). *Tratado de la responsabilidad civil*. Buenos Aires: Editorial LA LEY.
PEINADOR NAVARRO, A. (1962). *Tratado de la moral profesional*, Salamanca: BA.

MEDIOS Y CIUDADANÍA - 3 HS.

OBJETIVOS:

- Reconocer la relación entre la información y la construcción de ciudadanía.
- Analizar el papel de los medios en la construcción de ciudadanía y en la participación.
- Caracterizar la relación entre construcción de identidades y los medios de comunicación.
- Reflexionar acerca de la influencia que tienen los medios tecnológicos en la opinión pública como factor de contrapeso a los factores de poder y las posibilidades de una nueva forma de participación ciudadana.

CONTENIDOS:

Ciudadanía, Información y política. La información y el ejercicio de la ciudadanía en la sociedad mediatizada. La independencia de los medios como condición del ejercicio de una ciudadanía democrática. Los medios como espacio público de debate político. Los medios ante las elecciones y el comportamiento electoral. La participación ciudadana en los medios públicos, privados y alternativos.

La política y los medios de comunicación masiva: mediaciones, participación y nuevos actores, cambio social. La tensión entre consumidores y productores. Los ámbitos público y privado. Los debates en torno al poder. Los medios y los fenómenos de influencia política. El marketing político, la propaganda, campañas electorales.

La independencia de los medios como condición del ejercicio de una ciudadanía democrática. Los medios como espacio público de debate político, Los medios ante las elecciones y el comportamiento electoral. La participación en internet y los debates en torno a la "política virtual". La participación ciudadana en los medios públicos, privados y alternativos. Estudio de casos en distintos sistemas político. Discusiones en torno a la globalización e "imperialismo de los medios".

Opinión pública y comunicación ideológica. Corrientes teóricas y conceptuales de la opinión pública. Los medios, la opinión pública y la política pública. La construcción de datos estadísticos y el uso de las encuestas. Corrientes de opinión. Construcción de la agenda de los medios.

Legislación de la Comunicación audiovisual. Principales tópicos de la Ley 22.522. Titulares de los servicios de comunicación audiovisual. Multiplicidad de licencias y límites a la concentración de la propiedad. Órgano de aplicación. Fomento de la producción nacional, regional y local. Comparación con la ley anterior.

X



Provincia de Entre Ríos

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

0830

RESOLUCIÓN N°
Expte Grabado N° (1663713).- C.G.E.

BIBLIOGRAFÍA:

- FERNÁNDEZ ESCALANTE, F. (1981). *Relaciones Públicas*. Buenos Aires: Ediciones MACCHI.
- HABERMAS, J. (1981). *Historia y Crítica de la Opinión Pública*, Barcelona, Ediciones GINI.
- LERSCH, Ph. (1974). *Psicología Social*. Barcelona, Editorial SCIENTIA.
- MAAREK, Ph. (1995). *Marketing político y Comunicación. Claves para una buena información pública*, Buenos Aires: Editorial PAIDOS.
- MÉNDEZ, C. (1999). *La Opinión Pública*, Buenos Aires: Ediciones CIUDAD ARGENTINA.
- MORA Y ARAUJO, M. (2005). *El poder de la conversación. Elementos para una teoría de la Opinión Pública*. Buenos Aires: Ediciones LA CRUJÍA.
- MONZÓN ARRIBAS, C. (1997). *Opinión pública, comunicación y política*. Barcelona: Editorial PAIDOS.
- PRICE, V., (1992). *La opinión pública. Esfera pública y comunicación*. Barcelona: Editorial PAIDÓS.
- VASILACHIS GIALDINO De, I. (1998). *La construcción de representaciones sociales. Discurso político y prensa escrita*, Barcelona: Editorial GEDISA.

CAMPO DE LA FORMACIÓN ESPECÍFICA

COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL - 2 HS.

OBJETIVOS:

- Conocer técnica y tecnológicamente las tareas que realiza un periodista, realizador, investigador periodístico o productor de televisión y productos audiovisuales.
- Elaborar productos audiovisuales innovadores, que reflejen la realidad local y aporten al desarrollo regional.
- Conocer la Ley de Servicios Audiovisuales y explorar las nuevas posibilidades que abre a los futuros Técnicos en Comunicación Social.

CONTENIDOS:

Diagnóstico de la realidad audiovisual local.

Planificación y ejecución de proyectos de comunicación, utilizando soportes audiovisuales.

Los géneros informativos desarrollados en el medio audiovisual.

Las técnicas y géneros periodísticos dentro de la televisión.

Las nuevas tecnologías multimedia y el periodismo digital

Conceptos fundamentales de fotografía, Cine y Video.

BIBLIOGRAFÍA:

- CEBRIÁN HERREROS, M. (2003). *Información Televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación*. Madrid: Editorial SÍNTESIS.
- BALSEBRE, A. - MATEU, M. y VIDAL, D. (1998). *La entrevista en Radio, Televisión y*



Provincia de Entre Ríos

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

RESOLUCIÓN N° **0830** C.G.E.
Expte Grabado N° (1663713).-

Prensa. Madrid: Ediciones CÁTEDRA.

CASETTI, F. - DI CHIO, F. (1997). *Análisis de la Televisión. Instrumentos, métodos y prácticas de investigación.* Barcelona: Editorial PAIDÓS.

YORKE, I. (1990). *Principios básicos del reportaje televisivo.* España: Editado por Centro de Formación RTVE.

MARIN, C. (2006). *Periodismo Audiovisual.* Barcelona: Editorial GEDISA.

MARTINCHUK, E. - MIETTA, D. (2007). *Televisión para periodistas. Un enfoque práctico.* Buenos Aires: Editorial LA CRUJÍA.

GESTIÓN DE PROYECTOS COMUNICACIONALES – 2 HS

OBJETIVOS:

- Comprender la importancia y necesidad del planeamiento, la organización y el control de los recursos para alcanzar objetivos de emprendimientos comunicacionales.
- Proveer herramientas básicas relacionadas al quehacer profesional en la línea de elaboración, presentación, gestión y ejecución de proyectos comunicacionales en todos sus formatos y condiciones.

CONTENIDOS:

Perspectiva y prospectiva de la Planificación estratégica de proyectos comunicacionales.

Articulación entre proyecto, planificación y gestión. Ventajas de la formalización.

Concepto de Gestión de proyectos: acciones y procedimientos que engloban diagnóstico planificación ejecución y evaluación.

Concepto de planificación: sus etapas.

Autogestión de emprendimientos sustentables profesional y económicamente. Modalidades de financiación, empresas, asociaciones, cooperativas, mecenazgos, productores independientes y asociatividad. Búsqueda de fondos a nivel nacional e internacional. Créditos, subsidios, donaciones. Reducciones de financiación mixta.

BIBLIOGRAFIA:

MATUS, C. (1998). *Estrategia y plan.* México: Ediciones SIGLO XXI.

MERELLO, A. (1973). *Prospectiva. Teoría y práctica.* Buenos Aires: Editorial GUADALUPE.

MIDDLETON, J. (1981). *Enfoques sobre la planificación de la comunicación.* Quito: CIESPAL-UNESCO.

PICHARDO MUÑOZ, A. (1997). *Planificación y programación social.* Buenos Aires: Editorial LUMEN-HUMANITAS.

URANGA, W. (2008). *Prospectiva Estratégica desde la comunicación.* Facultad de Ciencias Sociales de la UBA.

PEREZ SERRANO, G. (1993). *Elaboración de proyectos sociales.* Madrid: Editorial NARCEA.

h



Provincia de Entre Ríos

0830

RESOLUCIÓN N°

C.G.E.

Expte Grabado N° (1663713).-

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN - 3 HS.

OBJETIVOS:

- Comprender que la investigación es la actividad esencial a la tarea periodística profesional.
- Comprender el valor del proceso de la investigación aplicada al periodismo.
- Identificar y valorar las fuentes con relación a la veracidad del dato.
- Desarrollar habilidades de utilización de las herramientas informáticas para la investigación periodística.
- Desarrollar actitudes que contribuyan e reconocer con honestidad intelectual la realidad de los hechos.

CONTENIDOS:

Reseña histórica del periodismo de investigación en Norteamérica, América Latina y Argentina. Diferencia entre actividad periodística cotidiana y periodismo de investigación. Características específicas del periodismo de investigación.

Herramientas clásicas en la tarea periodística del investigador.

El uso de las fuentes. Accesibilidad a fuentes públicas y privadas. Verificación de las fuentes y su implicancia con el tema investigado. El uso y complemento del periodismo cotidiano en la investigación.

Los datos. Concepto de dato. Uso de los datos y su verificación. Las múltiples interpretaciones de los datos y su uso en contextos específicos. Los hechos y los datos en la investigación.

Periodismo de Precisión al servicio del Periodismo de Investigación.

La irrupción del hipertexto y lo multimedial como nuevo formato periodístico expuesto en las páginas web de los principales diarios nacionales. El concepto de informe especial sobre diversos temas a la luz de una mirada periodística.

El uso de archivos públicos y privados en la investigación periodística. Los datos estadísticos como fuente periodística. Concepto de infoestadística en el trabajo de investigación.

La articulación de los datos, los hechos y la conformación de una historia narrada para un público general y no especializado. Narrar con textos, audios, imágenes y videos.

BIBLIOGRAFÍA:

HUNTER, M. L., (2013). *Investigación a Partir de Historias. Manual Para Periodistas de Investigación*. Montevideo: Ediciones UNESCO.

SANTORO, D., (2004). *Técnicas de Investigación. Métodos desarrollados en diarios y revistas de América Latina*. México: FCE.

WALLRAFF, G., (2000). *El periodista indeseable*. Madrid: Editorial ANAGRAMA.

MARTINI, St.-LUCHESSI, L., (2004). *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder*. Buenos Aires: Editorial BIBLOS,

Torre, A., (2005). Un abordaje científico y sistémico del periodismo de investigación. *Sala de Prensa*, Vol. 3, N° 85.



Provincia de Entre Ríos

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

0830

RESOLUCIÓN N° C.G.E.
Expte Grabado N° (1663713).-

CRUCCIANELLI, S., Herramientas digitales para periodistas: un manual básico. *Knight Center para el Periodismo en las Américas*:

<http://knightcenter.utexas.edu/hdpp.php>.

RODRIGUEZ, P., (1994). *Periodismo de Investigación: Técnicas y Estrategias*. Barcelona: Ediciones PAIDÓS.

WALSH, R., *Operación Masacre*. Buenos Aires: Ediciones DE LA FLOR.

WOLFE, T., (1992). *El Nuevo Periodismo*. Barcelona: Editorial ANAGRAMA.

DEL RÍO, R., (1997). *El Reportaje*. Quito: CIESPAL.

RESTREPO, J., (1999). *La Ética Periodística*. Cartagena de Indias: Ediciones TERCER MUNDO.

SECANELLA, P., (1986). *Periodismo de Investigación*". Madrid: Editorial TECNOS. MARTÍNEZ PANDIANI, G., (2004). *Periodismo de investigación: Fuentes, Técnicas e informes*. Buenos Aires: Editorial UGERMAN.

QUESADA, M., (1997). *Periodismo de investigación o el derecho a denunciar*. Barcelona: CIMS.

CHICOTE, J., (2006). *El periodismo de investigación en España*. Madrid. Ediciones FRAGUA.

REIG GARCÍA, R., (2000). *Periodismo de Investigación y Pseudoperiodismo*. Madrid: Ediciones LIBERTARIAS PRODHUFI.

CAPOTE, T., (1991). *A sangre fría*. Barcelona: Editorial ANAGRAMA.

TELEVISION - 4 HS.

OBJETIVOS:

- Conocer y entender la dinámica de la sociedad de la información y sus adelantos tecnológicos.
- Transferir lo aprendido a diferentes contextos, situaciones y actividades socio productivas.
- Planificar y producir programas reconociendo temas de interés audiovisual de la zona que colaboren con el desarrollo local.
- Planificar y aplicar estrategias para la construcción de un programa televisivo.

CONTENIDOS:

Televisión educativa y comunitaria. Productos para la discusión de problemas sociales.

Producción: Establecimiento de funciones y roles. Técnicas de investigación. Construcción de la narración y el relato televisivo. Elaboración de guión literario y técnico. Diferencias y coincidencias entre el lenguaje televisivo y otros como el cinematográfico. La fotografía como materia prima del lenguaje audiovisual: de la imagen fija a la imagen en movimiento; de la imagen física a la imagen digital. Autogestión de recursos humanos, técnicos y financieros.

Periodismo informativo y/o documental. La construcción de la noticia en el formato de la tv. El periodismo documental. El programa de opinión. El programa de investigación. El noticiero. Investigación, preproducción, grabación y postproducción. Piso y exteriores.

X



Provincia de Entre Ríos

0830

RESOLUCIÓN N°

C.G.E.

Expte Grabado N° (1663713).-

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

Estructuras específicas. Movileros y conductores, las relaciones de jerarquía y la narración construida entre ambos. Producción local versus “enlatados”. Las bajadas de satélite.

Realización: La realización audiovisual. Del guión a la realización. Géneros televisivos. Soporte técnico.

Edición: Requerimientos técnicos para la edición. Construcción del relato a partir de la combinación armoniosa entre palabra, imagen, sonido y efectos. Posibilidades y limitaciones tanto técnicas como humanas. Creatividad y valor agregado del editor. Edición televisiva y para los nuevos formatos digitales.

Socialización: Producciones comerciales y/o sociales. Proyecciones en televisión abierta o por cable. Otros soportes técnicos y digitales. Producción local frente a las realizaciones enlatadas.

BIBLIOGRAFÍA:

ANDER EGG, E. (2003). *Teleadictos y vidiotas en la aldea planetaria I: ¿Qué hace la televisión con nosotros?* Buenos Aires: Colección DESARROLLO CULTURAL.

CASETTI F. - DI CHIO F. (1999). *Análisis de la televisión: instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Buenos Aires: Editorial PAIDOS.

BARROSO GARCIA J. (1990). *Introducción a la realización televisiva*. Madrid: Centro de Formación Rtve.

SATARAIN, M. (2004). *Plano Secuencia: 20 películas argentinas para reafirmar la democracia*. Buenos Aires: Ediciones SIGNIS.

PISCITELLI A. (1998). *Post televisión: Ecología de los medios en la era de Internet*. Buenos Aires: Editorial PAIDÓS.

REGGINI HORACIO C. Repiqueteó el telégrafo, se escuchó la voz y después llegó la imagen. *Suplemento Diario La Nación, fascículo N°21*.

CAMPO DE LA PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE

PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE III - 7 HS.

OBJETIVOS:

- Integrar y contrastar los saberes construidos en los campos de formación general, de fundamento y específica.
- Articular la teoría y la práctica en los procesos formativos a través del acercamiento a situaciones de trabajo y a contextos y problemáticas socio-culturales concretas.
- Insertarse en un ámbito laboral a través de prácticas profesionales como un aporte estratégico al desarrollo humano, social, laboral y cultural de su entorno.
- Conocer las diferentes situaciones socioculturales de la comunidad local y regional.
- Desarrollar un espíritu de investigación seria, comprometida y documentada de la realidad local.
- Evaluar participativamente la experiencia junto con otros actores.
- Autoevaluar los proyectos y su impacto en la propia formación profesional.

[Firma]



Provincia de Entre Ríos

0830

RESOLUCIÓN N°

C.G.E.

Expte Grabado N° (1663713).-

CONSEJO GENERAL DE EDUCACION

CONTENIDOS:

Informes. Guías de programas, organigramas de las empresas, canales de comunicación e instrumentos utilizados.

Elaboración de piezas, programas u otros proyectos comunicativos.

Diagnóstico, planificación y evaluación participativos de proyectos de comunicación y desarrollo local.

Objetivos e interlocutores diversos y dinámicos en un proyecto de comunicación y desarrollo local. Diferencias y complementariedades entre objetivos de comunicación: informar, instalar, reflexionar, capacitar, movilizar, organizar y capitalizar y socializar logros colectivos. Identificación, caracterización y abordaje diferenciado de los interlocutores/destinatarios de un proyectos: los decisores, los líderes y referentes sociales y políticos, grupos poblacionales específicos, etc.

Construcción de metodologías de acercamiento y aproximación a las problemáticas locales desde las herramientas de la comunicación comunitaria, educativa y popular.

BIBLIOGRAFÍA:

ANDION GAMBOA, M. (1990). *Escuelas de comunicación y mercado de trabajo*. México: Ediciones UAM.

ARAGON MONROY, F., (1994). *Manual administrativo para el programa piloto de Formación y Práctica Profesional*. México: Ediciones UNAM, ENEP.

CORRALES DIAZ, C. (1991). *Proyectos de Comunicación, una estrategia en la práctica profesional de la comunicación*. México: Ediciones HUELLA.

LOPEZ VENERONI, F. (1989). *Elementos para una crítica de la ciencia de la comunicación*. México: Ediciones TRILLAS.

ESPACIO DE DEFINICIÓN INSTITUCIONAL

E.D.I. - 3HS