



Consejo Federal de Educación

**DOCUMENTO BASE DE LA TECNICATURA SUPERIOR EN
COMUNICACIÓN SOCIAL**

Diciembre 2012

INDICE

I. INTRODUCCIÓN.....	3
II. PRESENTACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA	4
III. PERFIL FORMATIVO	6
Perfil profesional.....	9
Desarrollo de las áreas de competencia.....	10
Áreas socio ocupacionales	19
IV. BASES CURRICULARES	19
CAMPO DE LA FORMACIÓN GENERAL.....	21
Bloque Relación Estado-Sociedad	21
Bloque Problemas socioculturales contemporáneos	21
Bloque Procesos político económicos y el mundo del trabajo actual	22
CAMPO DE LA FORMACIÓN DE FUNDAMENTO.....	22
Bloque Estudios de la Representación	22
Bloque Comunicación social, teorías y procesos.....	23
Bloque Surgimiento y efectos de los medios de información y comunicación.....	24
Bloque Comunicación, Medios y Ciudadanía	25
CAMPO DE LA FORMACIÓN ESPECÍFICA	26
Bloque Comunicación y Desarrollo.....	26
Bloque Arte y narrativa	27
Bloque Medios de comunicación: la especificidad de lenguajes y técnicas	27
Bloque Gestión, producción, administración.....	28
CAMPO DE LA PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE.....	29
V. Alcances del título	32

I. INTRODUCCIÓN

El presente documento constituye el “Documento Base” para la organización curricular de la carrera, de acuerdo con lo que establece el Acuerdo Marco de las Tecnicaturas Superiores Sociales y Humanísticas. El documento aprobado por el Consejo Federal de Cultura y Educación, se constituye en el marco de referencia necesario para la estructuración de ofertas formativas que pretendan para sí el reconocimiento de validez nacional por parte del Ministerio de Educación.

Asimismo, se han considerado las orientaciones estratégicas definidas para la Educación Superior Técnica Social y Humanística, que son: vinculación con el mundo del trabajo, desarrollo socio cultural y resignificación del rol del estado. El documento se organiza a través de los siguientes componentes: justificación de la propuesta curricular, perfil formativo, perfil profesional, base curricular y alcances del título.

La justificación de la propuesta curricular consiste en fundamentar la conveniencia y relevancia del proyecto de carrera. Es decir, se deben explicitar las necesidades sociales a las que debe dar respuesta una determinada oferta formativa, y en consecuencia, el futuro egresado.

El perfil formativo da cuenta de los sentidos a ser alcanzados en el marco de los diferentes procesos de enseñanza y aprendizaje que se desarrollan en la tecnicatura. Alude a los saberes que el egresado deberá adquirir como “andamiaje” constitutivo de esos propósitos.

La construcción y desarrollo del Perfil Formativo se realizan con base en la justificación de la propuesta curricular, y con referencia al perfil profesional. El mismo debe expresar: las áreas socio-ocupacionales sobre las que se define la orientación de la tecnicatura, los procesos científicos y tecnológicos que se desarrollan en las mismas, y las características de intervención del técnico superior en los mencionados procesos científicos y tecnológicos. Asimismo, las áreas socio-culturales sobre las que se define este nivel del sistema educativo y las características de la participación ciudadana del egresado en los diferentes procesos culturales de construcción democrática.

El perfil profesional, en tanto referencia para el perfil formativo, expresa el conjunto de realizaciones profesionales que una persona hace efectivas en las diversas situaciones de trabajo a las que puede enfrentarse en el dominio de su área ocupacional. Es decir, el conjunto de los desempeños de un área ocupacional delimitada, tomando en cuenta los conocimientos, habilidades, destrezas, valores y actitudes profesionales en distintas posiciones ocupacionales.

Base curricular es el conjunto de criterios que caracterizan la propuesta de una formación en el marco de la Educación Superior Técnica Social y Humanística.

La misma está organizada por los siguientes **campos de formación**: general, de fundamento, específico y de la práctica profesionalizante. En este nivel de definición curricular, los campos de formación están constituidos por bloques que organizan los contenidos. Éstos no constituyen en sí mismo espacios curriculares.

Los **alcances del título** aluden a las actividades profesionales que el título en cuestión acredita, que el poseedor del mismo está capacitado a realizar.

Este documento es el resultado de la concertación alcanzada en el seno de la denominada mesa consultiva, constituida por representantes de los ámbitos formativo, laboral y académico-científico relacionados con la orientación de la carrera. La misma participa en la construcción del documento, en el marco de las acciones políticas estratégicas para promover la integración entre los procesos de formación y de ejercicio profesional.

II. PRESENTACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA

En las voces de todos, hay algo de la vida que es un milagro.

Cesare Pavese

En la Argentina existen más de mil opciones formativas alrededor de conceptos como “comunicación social” y “periodismo” -según datos relevados en el año 2004- entre carreras universitarias y terciarias, sean éstas ofertas oficiales o no. Proponer una nueva carrera en tan amplio terreno nos exige, por lo tanto, una reflexión acerca de cómo se ejerce hoy la tarea de comunicar y de formar comunicadores.

El tema no es menor. El mundo hoy gira alrededor de los medios de comunicación: se despereza al son de la radio y opina asomándose a la tapa del diario o a una pantalla, sumergido en un flujo continuo de información e imágenes. Sin embargo, la elaboración de mensajes -en diarios, revistas, programas de radio y televisión o en Internet-, suele estar signada por el apuro y la transferencia acrítica de producciones nacionales e internacionales no siempre valiosas o en la reproducción de temas y clichés narrativos y estéticos. Estas prácticas limitan severamente las posibilidades de la comunicación como herramienta para el reconocimiento y fortalecimiento o difusión de otras identidades culturales, percepciones y sensibilidades.

Se atiende a la previsión legal de los servicios de comunicación audiovisual como una realidad más abarcativa que las que se dedican a instalar a los medios en tanto emisores últimos frente al público. Por el contrario, es de interés la promoción del derecho a la información y al aprovechamiento y alfabetización tecnológica superando los criterios basados en la sola previsión del soporte técnico. De allí que la presente propuesta es superadora de la visión instrumentalista de la comunicación y se posiciona como constitutiva de lo público. Desde esta perspectiva, se considera a la comunicación audiovisual en cualquiera de sus soportes una actividad social de interés público, de carácter esencial para el desarrollo sociocultural de la población, por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones sin ningún tipo de censura.

Lo público en este caso en particular, amplía su esfera de influencia. Esta ampliación da cuenta también de una necesaria imbricación entre el Estado y las organizaciones sociales, tomando distancia de la distinción tajante entre éstos ámbitos en torno a la constitución de la cuestión pública. Construyendo así mismo una noción de interés público más plural y descentrada donde lo público remite centralmente a la deliberación colectiva de la sociedad para actualizar lo político y la política. El Estado

es quien tiene un rol ineludible e irremplazable como organizador del poder político de una comunidad nacional, mediante instituciones objetivas que declaran y sostienen los Derechos.

Los mensajes elaborados sobre el modelo dominante son, precisamente, los que llegan a todos los hogares, los que están siempre a mano, ofreciéndose como compañeros de todos los momentos. Los que forman una huella -demasiado profunda para ser ignorada- en nuestra manera de vivir, de enfrentar el trabajo y el trato interpersonal; en el modo de elegir representantes y de resolver nuestras diferencias; en cómo nos comportamos o nos vestimos, o en los sueños que nos atrevemos a anhelar.

Asimismo, el espacio público hoy ofrece pocas alternativas en cuanto a prácticas y posibilidades comunicativas que son, sin embargo, esenciales en la historia de la comunicación y el desarrollo humano. Nos referimos, en primer lugar, al uso de los medios de comunicación (radio, televisión, periódicos, videos, documentales) como herramienta para el desarrollo sostenible, la resolución de conflictos y el afianzamiento de prácticas de ciudadanía y derechos. Ejemplo de estas últimas es el caso de las radios mineras en Bolivia desde la década del '50 en adelante o las experiencias en teatro, radio y televisión comunitaria en Latinoamérica y África propulsadas desde los años '70 por organismos internacionales como FAO, UNICEF, etc. ¹ Por otro lado, nos referimos también otras posibilidades de transmisión y comunicación como lo son los mitos, narraciones folklóricas y estructuras narrativas artísticas, tradicionales o contemporáneas, que contienen un tesoro cultural inapreciable y podrían enriquecer enormemente nuestras prácticas narrativas.

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. "Al parecer, en América Latina existen más de 300 escuelas universitarias de comunicación, con una población superior a los 20 mil alumnos. La mayor parte de estas escuelas buscan formar profesionales para los medios masivos, las actividades publicitarias, la denominada comunicación empresarial y las relaciones públicas. No existe una sola facultad que forme comunicadores para el desarrollo (...) o comunicadores pedagógicos. Y en parte ahí se encuentra la explicación a tanto desastre comunicacional como encontramos en esas actividades. Es difícil comprender por qué siguen proliferando esas escuelas o facultades de comunicación para cuyos graduados no hay fuente de trabajo. La sociedad necesita de escuelas que formen los comunicadores que no existen..."².

Esta observación se constata en nuestro país, como en otros, con opciones formativas que se centran ya en un abordaje exclusivamente teórico de la comunicación, ya en la imitación de los modos a través de los cuales hoy operan los medios masivos, o en consignas excluyentemente tecnológicas. No está disponible una oferta formativa que

¹ El Departamento de Desarrollo Sostenible de la FAO incluye aquí "radios rurales para el desarrollo comunitario, videos y módulos multimediales para la capacitación de los agricultores, y la Internet para vincular a los investigadores, educadores, extensionistas y grupos de productores entre sí y con fuentes de información de carácter mundial. Sea que las aldeas estén comunicadas con el mundo exterior a través de las telecomunicaciones modernas, o que aprendan lo atinente a la atención de salud a través de proverbios y cantos populares o escuchen transmisiones radiales sobre las mejores prácticas agrícolas, el proceso es siempre el mismo: personas que se comunican y aprenden juntas". En http://www.fao.org/sd/kn1_es.htm.

² CALVELLO, Manuel (2001) en Alfonso Gumucio Dagrón, *HACIENDO OLAS, Historias de comunicación participativa para el cambio social*. Fund. Rockefeller, Plural Editores, La Paz, Bolivia.

comprenda, sistematice y enseñe la comunicación en su relación con el desarrollo humano. Y que, además, incluya en éste 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 comprender la relación crítica que lo une con ella.

Sin embargo, esta enseñanza es imprescindible. Porque aunque es bien conocida la posición -sostenida desde Paulo Freire y las escuelas constructivistas en adelante- de fijar como punto de partida lo que los estudiantes son y saben al ingresar en una institución educativa, quizás no se ha insistido lo suficiente en que es desde allí, desde el conocimiento y apreciación de sí mismos y de su relación con el mundo, donde la comunicación se convierte en herramienta de la transformación personal, humana, comunitaria, social.

Creemos necesaria una propuesta que forme profesionales a través de una oferta curricular en sintonía con una educación de la sensibilidad, de la mirada con que miramos la realidad circundante, que ha quedado históricamente por fuera de la pedagogía tradicional, excesivamente preocupada por los contenidos curriculares intelectuales-racionalistas. Esta educación de la sensibilidad es un espacio político y ético de enorme importancia. Para ello, esta propuesta trabaja sobre los registros sensibles y expresivos de la comunicación a la par que sobre sus aspectos técnicos, profesionales y teóricos más conocidos, nutriéndose de las experiencias de otros contextos. El objetivo es contribuir en la valoración y amplificación de las prácticas locales, enriqueciéndolas con otras desarrolladas en otros ámbitos. Y propone ofrecer una formación crítica a nivel socio-político que permita entender sus vínculos con dinámicas más globales y con sus concreciones más singulares en el contexto local.

Finalmente, creemos que la propuesta debe aportar a formar comunicadores capaces de generar miradas y narrativas más informadas, profundas e integrales sobre los ámbitos locales. Debe aportar, por tanto, al fortalecimiento de una identidad local en diálogo permanente con otras experiencias, en condiciones que permitan aprender de las herencias y tradiciones, los recursos humanos, las estrategias productivas, económicas, políticas y sociales: nadie puede reconstruir en un lugar al que teme o idealiza mentirosamente, al que desconoce o desprecia.

En síntesis: la presente propuesta se apoya en la convicción de que recuperar y profundizar el rol de los comunicadores, comprometidos con el desarrollo de sí y de su contexto es una tarea posible y necesaria para el desarrollo humano, el fortalecimiento de prácticas de ciudadanía, equidad y acceso a la cultura y al trabajo. Y que, en ella, la educación tiene unas herramientas, una misión y una responsabilidad pendientes.

III. PERFIL FORMATIVO

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

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

La enseñanza de la Comunicación orientada al desarrollo local debe superar, entonces, tanto los clichés, temas y formatos que hoy proponen los medios masivos, como las concepciones de los años '50 y '60 que limitaban la idea del desarrollo a la actividad económico-industrial, barriendo con particularidades culturales y regionales en pos de una "modernidad" que sólo buscaba homologar diversidades al modelo de vida de los grandes centros de poder político.³ Como bien señala Germán Rey: "El desarrollo no es sólo caminos, puentes y hospitales, sino (...) encuentro de las culturas que se enriquecen mutuamente, intercambiando valores y expresiones".⁴

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

1. Comunicación, desarrollo y ciudadanía. Desde el comienzo de su formación, los estudiantes deberán investigar la realidad local entrenándose en una actitud de investigación, análisis y crítica históricos y sociales, y conciencia del propio vínculo de cada comunicador con ésta, realizando notas, programas u otras producciones que faciliten el conocimiento crítico que una comunidad tenga de sí, de sus problemáticas, producciones, necesidades, aspiraciones o logros. Y prepararse para articular su trabajo y producciones con grupos o agrupaciones de la comunidad, favoreciendo la producción anticipativa de medios y mensajes. Se promoverá la visión de la comunicación como aspecto constitutivo y estructurante de lo público, es decir del escenario de lo común y el ejercicio de la ciudadanía en el marco de un Estado presente.

2. Recursos narrativos. Fomentar la profundidad y creatividad expresivas, ampliando sus modos de contar, utilizando formatos y estilos narrativos diversos: históricos o contemporáneos, locales o internacionales, literarios, folklóricos, pictóricos, dramáticos, que amplíen su potencia y capacidad de mirar, apreciar, contar, sintetizar, explayarse, inventar, transmitir.

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

4. 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.

5. Lectura crítica de medios. Los estudiantes se formarán sólidamente 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 vida social,

³ Una historia de los avances y equívocos relacionados con la comunicación y el desarrollo puede consultarse en los cuadernillos de Comunicación y desarrollo de UNICEF, en http://www.unicef.org/argentina/spanish/resources_4656.htm

⁴ Rey, Germán en "Cultura y desarrollo humano: unas relaciones que se trasladan", en sitio web de la revista Pensar en Iberoamérica.

y en el marco de la economía y la cultura actuales. Serán capaces de interpretar dispositivos comunicativos presentes en los medios masivos, lógicas de construcción de los relatos, y proponer nuevas estéticas y contenidos que tiendan a una mayor conciencia ciudadana y visibilización de los temas relevantes del desarrollo en la agenda pública.

Perfil profesional

Competencia general:

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

Para ello, un Técnico en Comunicación Social orientada al Desarrollo Local está formado en:

- el conocimiento de las experiencias y debates alrededor de la comunicación aplicada al desarrollo local (cultural, económico, social): radios comunitarias, videos educativos, dramatizaciones sobre derechos y ciudadanía, nexo entre productores agropecuarios, artesanos y productores, resolución y mediación en conflictos, situaciones de riesgo, etc.
- el conocimiento técnico y tecnológico de las tareas que realiza un periodista, realizador, investigador periodístico o productor en diarios y revistas, televisión, radio, documentales y en el manejo de las nuevas tecnologías y formatos de la comunicación (Internet, blogs, fotos y films realizados con cámaras digitales o celulares, etc.).
- la metodología de investigación de las realidades –culturales, económicas, de individuos o grupos- locales y la conciencia crítica de su propio vínculo con éstas.
- los procedimientos propios de los medios de comunicación existentes y de las áreas de comunicación en el interior de instituciones estatales o privadas, Organizaciones No Gubernamentales, agrupaciones independientes, etc.
- los medios para generar, obtener, gestionar y administrar fondos que les permitan funcionar de manera económicamente independiente (o al servicio de grupos e iniciativas independientes) generando piezas, programas, eventos e incluso polos informativos locales –capaces de tentar a la comunidad con nuevas opciones- en las comunidades a las que hoy sólo llegan las grandes empresas periodísticas.
- las prácticas convencionales de los medios comerciales, y las prácticas y formatos innovadores, imprescindibles para trabajar en países en desarrollo – como el nuestro- y en un mundo en rápida transformación.
- técnicas y procedimientos para convocar, involucrar y generar diálogos entre individuos, grupos, instituciones y autoridades, y para coadyuvar a las tomas de decisión informadas.

Áreas de competencia:

1. Diseñar, gestionar y producir notas, programas y otros proyectos o estrategias de comunicación para el desarrollo local aptas para los diferentes medios de comunicación tradicionales (radios, diarios, televisión, documentales, eventos) y para los nuevos géneros y tecnologías de la comunicación (Internet, celulares, blogs, películas digitales, etc.), conociendo y empleando crítica y reflexivamente sus herramientas y lenguajes tecnológicos propios.
2. Diseñar y desarrollar estrategias de producción, obtención de fondos, financiación, organización, y gestión tradicionales o independientes, que les permitan concretar y difundir sus producciones no sólo en los medios de comunicación tradicionales sino también en forma independiente y en la comunidad.
3. Desarrollar estrategias de recopilación, difusión y empleo de géneros, estructuras y estrategias narrativas periodísticas o de otras disciplinas (artes plásticas, música, danza, video, mitología, relatos folklóricos) del acervo cultural universal o local, ya sea en sus formas contemporáneas o históricas, con el fin de ampliar su propia capacidad comunicativa y la de sus espectadores y lectores.
4. Diseñar y desarrollar estrategias de difusión y capacitación en la comunidad, para la socialización de los conocimientos adquiridos y de las actividades, producciones o problemáticas locales.

Desarrollo de las áreas de competencia

Área de competencia 1: Diseñar, gestionar y producir notas, programas y otros proyectos o estrategias de comunicación para el desarrollo local apta para los diferentes medios de comunicación tradicionales (radios, diarios, televisión, documentales, eventos) y para los nuevos géneros y tecnologías de la comunicación (Internet, celulares, blogs, películas digitales, etc.), conociendo y empleando crítica y reflexivamente sus herramientas y lenguajes tecnológicos propios.

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

Actividades	Criterios de realización
<p>1.2 Planificar piezas comunicacionales que contribuyan al desarrollo de la comunidad en la que trabaja.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se investigan, eligen y desarrollan temas, tratamientos y formatos partiendo del conocimiento de la realidad local. - Se releva sistemáticamente información ya existente, proveniente de diversos campos (sociales, científicos, oficiales, etc.). - Se identifican actores sociales, redes existentes, medios y comunicadores posibles de asociar, comprendiendo e incluyendo sus diversos puntos de vista y se coordinan instancias de debates y de participación en la narración y difusión de estas piezas. - Se identifican informadores menos consultados, voces poco frecuentes, agrupaciones comunitarias que podrían contribuir a la construcción de mensajes comunicativos. - Se tienen en cuenta las experiencias históricas y actuales de comunicación y desarrollo (educación, tecnologías, derechos, género, conflictividad étnica y racial, radios rurales, capacitación, formación artística, etc.).
<p>1.3 Elaborar piezas periodísticas (investigaciones, notas, reportajes, columnas, entrevistas, informes).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se forman equipos de trabajo para realizar todos los pasos de concreción de una publicación periodística -escrita, televisiva, radial, electrónica, etc.- a fin de experimentar y analizar críticamente su funcionamiento. - Se experimentan todos los roles de la cadena organizacional (trabajo en equipo, redes, enviados especiales, columnistas, noteros, editores, editores fotográficos) y tecnológica (uso de computadoras, impresoras, teletipos, etc.). - Se organiza conceptualmente el material producido y se planifica su formato y estrategia de difusión final. - Se conoce y tiene en cuenta las normativas legales nacionales e internacionales que rigen esta actividad.

Actividades	Criterios de realización
<p>1.4 Elaborar piezas audiovisuales periodísticas, documentales o de ficción (guión, narración audiovisual, dirección de fotografía, montaje, sonido, postproducción, emisión).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se forman equipos de trabajo para realizar todos los pasos de concreción de una producción audiovisual a fin de experimentar y analizar críticamente su funcionamiento. - Se experimentan todos los roles de la cadena organizacional (equipos, cabezas de equipo, funciones) y tecnológica (cámaras, micrófonos, trípodes, luces, etc.). - Se organiza conceptualmente el material producido y se planifica su formato y estrategia de difusión final. - Se conoce y tiene en cuenta las normativas legales nacionales e internacionales que rigen esta actividad.
<p>1.5 Elaborar piezas radiales (grabación, musicalización, puesta en el aire, etc.).</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se trabaja en equipos para realizar todos los pasos de una producción radiofónica con el fin de experimentar y analizar críticamente todos sus pasos. - Se experimentan los diversos roles de un equipo técnico cumpliendo sus diversas tareas y responsabilidades. - Se organiza conceptualmente el material producido y se planifica su formato y estrategia de difusión final. - Se conoce y tiene en cuenta las normativas legales nacionales e internacionales que rigen esta actividad.
<p>1.6 Programar y realizar campañas de difusión, concientización y de bien público.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se desarrollan estrategias de reflexión, debate y concientización sobre temas relacionados con el desarrollo y la cultura locales. - Se adquieren estrategias de análisis de relevamientos existentes de opinión pública, particularmente de sus modos de construcción e interpretación.

Actividades	Criterios de realización
<p>1.7 Evaluar la evolución y de los distintos proyectos y piezas en forma permanente.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se definen instancias de evaluación y autoevaluación, auto observación y reflexión crítica del trabajo, sus frecuencias y modos, a fin de instaurarlas como pasos integrantes del trabajo. - Se definen indicadores para la evaluación y seguimiento de la realización. -Se analiza su impacto político y ético en la comunidad, y en sus proyectos de desarrollo local. - Se desarrollan criterios y estrategias de modificación o de reformulación de los objetivos planteados para cada trabajo.
<p>1.8 Conocer y emplear las instancias de investigación, obtención de testimonios, comparación de fuentes y chequeo de información propias del periodismo.</p>	<p>-Se aplican criterios de análisis y contextualización de las informaciones obtenidas con el fin de compararlas y exponer sus posibles contradicciones, coincidencias, parcialidades y falencias informativas de manera crítica.</p>

Medios de producción

- Archivos
- Biblioteca
- Videoteca
- Computadoras
- Conexión a banda ancha
- Scanner
- Softwares informáticos que incluyan procesador de textos (Word o similar), de cálculos (Excell o similar), navegadores y buscadores de Internet, de desglose y producción de cine y video (Movie Magic o similar), de comunicación telefónica (Skype o similar), de edición, sonido y proyección de imágenes y video.
- Cañón de proyección
- Equipos básicos de radiofonía (propios o en convenio con una propaladora local)
- Grabadores
- Cámaras de video digital sencillas, con trípodes y un equipo básico de iluminación, trípodes y conexiones eléctricas

Área de competencia 2: Diseñar y concretar estrategias de producción, financiación, organización, y gestión tradicionales o independientes, que les permitan concretar y difundir sus producciones no sólo en los medios de comunicación existentes en su comunidad, sino también en forma independiente.

Actividades	Criterios de realización
<p>2.1 Conocer y llevar a cabo las distintas estrategias de financiamiento, gestión y administración existentes en los medios de comunicación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se analizan y ejercitan casos de financiación tradicional, cooperativas, financiación independiente, comunitaria, búsqueda de fondos, donaciones, mecenazgo, coproducción, etc. - Se analizan y ejercitan casos de gestión, contrataciones, y administración de emprendimientos cinematográficos, documentales, televisivos, radiales, periodísticos, de Internet, etc. - Se analizan y ejercitan instancias de aplicabilidad en la realidad local.
<p>2.2 Realizar todos los pasos de la preproducción de piezas periodísticas, televisivas, documentales, radiales, websites, blogs, en campañas, eventos, etc.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se prevén los pasos necesarios para formalizar una pieza, desde su formulación, investigación periodística, comprensión, redacción de ideas, hasta las funciones del equipo humano, sus roles y responsabilidades y las normativas que dan marco al trabajo en los medios. - Se prevén los costos y las alternativas de gastos adecuados a cada proyecto. -Se producen tareas de búsqueda de locaciones, escenarios (scouting), posibles contrataciones. Se investigan las características de los lugares, sus valores históricos, naturales, necesidad o no de preservación, etc.
<p>2.3 Llevar adelante todos los procedimientos vinculados a la gestión y producción de medios</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Se prevén los pasos necesarios para la gestión y producción de una pieza, desde su formulación, investigación periodística, comprensión, redacción de ideas, hasta las funciones del equipo humano, sus roles y responsabilidades y las normativas que dan marco al trabajo en los medios. - Se prevén los costos y las alternativas de gastos adecuados a cada proyecto. -Se producen tareas de búsqueda de locaciones, escenarios (scouting), posibles contrataciones. Se investigan las características de los lugares, sus valores históricos, naturales, necesidad o no de preservación, etc.

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

Medios de producción

- Archivos
- Biblioteca
- Computadoras
- Conexión a banda ancha
- Scanner
- Softwares informáticos que incluyan procesador de textos (Word o similar), de cálculos (Excell o similar), navegadores y buscadores de Internet, de desglose y producción de cine y video (Movie Magic o similar), de comunicación telefónica (Skype o similar). Programas de edición de audio y de video
- Estudio de radio
- Cámaras de video digital sencillas, con trípodes y un equipo básico de iluminación, trípodes y conexiones eléctricas

Área de competencia 3: Desarrollar estrategias de recopilación, difusión y empleo de estructuras, géneros y estrategias narrativas periodísticas o de otras disciplinas (artes plásticas, música, danza, video, mitología, relatos folklóricos) del acervo cultural universal o local, de la tradición oral y escrita, ya sea en sus formas contemporáneas o

históricas, con el fin de ampliar su propia capacidad comunicativa y la de sus espectadores y lectores.

Actividades	Criterios de realización
<p>3.1 Investigar y conocer distintos tipos de estrategias y géneros narrativos históricos</p>	<p>- Se analizan, desglosan y practican narrativas de la tradición oral (cuentos populares, folklóricos, mitos, teatro popular, narraciones danzadas, etc.) y sus recursos estilísticos, personajes, temas y maneras de transmisión.</p> <p>- Se analizan, desglosan y practican narrativas de la tradición escrita (cuentos populares, folklóricos, mitos, teatro popular, narraciones danzadas, etc.) y sus recursos estilísticos, personajes, temas y maneras de transmisión.</p> <p>- Se realizan notas, relatos, guiones, programas aplicando estos estilos narrativos y teniendo en cuenta sus similitudes y diferencias.</p>
<p>3.2 Investigar, conocer y manejar fluidamente las estrategias y géneros narrativos en uso en los medios de comunicación audiovisuales, escritos, virtuales, etc.</p>	<p>- Se analizan las estrategias y géneros vigentes en los medios de comunicación a través del análisis de estilos y formatos en uso: documentales, programas informativos, entrevistas periodísticas, científico, deportivo, entre otros.</p> <p>- Se producen piezas narrativas de acuerdo con los modelos vigentes en los medios para comprender profunda y críticamente su estructura y funcionamiento.</p> <p>- Se trabaja en el análisis y la reflexión sobre los supuestos teóricos o lingüísticos, los recursos narrativos, clichés, y formatos en los medios de comunicación existentes, a fin de comprenderlos y analizarlos críticamente.</p>
<p>3.3 Investigar y comprender las herramientas y estrategias mediante las cuales se construye verosimilitud.</p>	<p>- Se producen piezas de los distintos géneros estudiados, atendiendo a los criterios de objetividad, verdad y verosimilitud.</p> <p>- Se ejercitan y analizan los puntos de vista en la estructura narrativa.</p> <p>- Se realizan narraciones partiendo de diferentes puntos de vista para entender la relación entre el punto de vista y producto final.</p> <p>- Se hacen ejercicios alrededor de autobiografía reales o ficticias, con el fin de tomar conciencia de cómo adquieren verosimilitud este tipo de narraciones.</p>

Medios de producción

- Archivos

- Biblioteca (incluyendo colecciones de narrativas universales, folklóricas, clásicas, etc.)
- Videoteca (incluyendo documentales, películas de ficción y no ficción y otras producciones que ejemplifiquen tipos de narrativas en diversos géneros, nacionales, folklóricas, universales, históricas, innovadoras, etc.).
- Computadoras
- Conexión a banda ancha
- Scanner
- Softwares informáticos que incluyan procesador de textos (Word o similar), de cálculos (Excell o similar), navegadores y buscadores de Internet, de comunicación telefónica (Skype o similar), de edición, sonido y proyección de imágenes y video.
- Cañón de proyección
- Grabadores
- Cámaras de video digital sencillas, con trípodes y un equipo básico de iluminación, trípodes y conexiones eléctricas

Área de competencias 4: Diseñar y desarrollar estrategias de articulación con grupos, individuos o instituciones de la comunidad, favoreciendo la producción participativa 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 y producciones realizadas.

Actividades	Criterios de realización
<p>4.1 Organizar actividades de producción y difusión de piezas comunicacionales con individuos, grupos o instituciones de la comunidad.</p>	<p>-Se identifican agrupaciones comunitarias que puedan generar mensajes comunicativos, y se diseñan estrategias participativas de producción y difusión.</p> <p>-Se identifican valores patrimoniales y culturales del contexto local como así también los intereses y problemas de la comunidad.</p> <p>-Se trazan alianzas de difusión a través de medios locales.</p> <p>-Se alienta la generación de piezas, programas y medios de comunicación comunitarios y/o independientes.</p> <p>-Se diseñan e implementan sistemas de información y comunicación, de registro e información de manifestaciones comunicativas.</p>

Actividades	Criterios de realización
4.2 Organizar actividades de difusión para la comunidad.	<p>- Se diseñan y llevan a cabo distintas estrategias de difusión de las producciones realizadas (programas, proyecciones de videos, radio, cine debate, muestras, performances e intervenciones artísticas, eventos, encuentros culturales, etc.) para la comunidad.</p> <p>- Se. comparten y socializan aprendizajes y producciones</p>
4.3 Evaluar el impacto de las piezas difundidas en la comunidad	<p>- Se diseñan estrategias alternativas que recuperen los aportes relevados.</p> <p>- Se registran y analizan las críticas, necesidades, opiniones, y reclamos generados en la comunidad por las piezas difundidas como insumo para nuevas producciones.</p>
4.4 Se estudian y diseñan campañas de bien público.	<p>Se analizan casos reales y se comparan estrategias y efectos.</p> <p>Se desarrollan instancias de consulta y discusión con las instituciones locales.</p> <p>Se desarrollan propuestas de campañas de bien público para situaciones relacionadas con la realidad local.</p>

Medios de producción

- Archivos
- Biblioteca
- Videoteca
- Computadoras/Impresoras
- Conexión a banda ancha
- Scanner
- Softwares informáticos que incluyan procesador de textos (Word o similar), de cálculos (Excell o similar), navegadores y buscadores de Internet, de desglose y producción de cine y video (Movie Magic o similar), de comunicación telefónica (Skype o similar), de edición, sonido y proyección de imágenes y video.
- Cañón de proyección
- Equipos básicos de difusión y propalación de tv y radio (propios o en convenio con una propaladora local) y de diagramación para gráfica.
- Grabadores
- Cámaras de video digital sencillas, con trípodes y un equipo básico de iluminación, trípodes y conexiones eléctricas

Áreas socio ocupacionales

El comunicador social orientado al desarrollo estará capacitado tanto para desempeñarse en los diversos medios de comunicación existentes (diarios, radios, revistas, televisión, documentales, páginas web, celulares, etc.) como en la planificación y producción de notas, programas y estrategias comunicacionales independientes o no tradicionales. Contará con una base formativa para poder iniciarse en la reproducción y concreción de piezas comunicacionales periodísticas, documentales, audiovisuales, o digitales en el conocimiento de que éstas son herramientas aptas para estimular el desarrollo y la promoción inclusiva de colectivos y sujetos particulares a través del conocimiento, desarrollo o difusión de sus capacidades creativas y sus producciones culturales, de sus problemáticas, o de otras realidades e intereses de los actores sociales o realidades emergentes de la comunidad en la cual se desempeña.

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.
- Difusión y socialización de sus aprendizajes y producciones.
- Gestión de dispositivos sociales – planes, programas y proyectos -, vinculados al desarrollo socio territorial en clave comunicacional

IV. BASES CURRICULARES

Introducción

En la introducción del documento se describieron los componentes que constituyen el insumo y el marco para la construcción curricular en el nivel jurisdiccional. En este nivel se puede construir el currículum de las siguientes maneras, entre otras:

Mediante la definición de áreas modulares que se estructuran a su vez, en módulos. Estos organizan conocimientos y saberes provenientes de los distintos campos, a través de actividades formativas que integran teoría y práctica en función de los saberes que se proponen desarrollar.

Estableciendo espacios curriculares. Éstos se constituyen a partir de la articulación e integración de los contenidos de los diferentes campos de formación, definidos en este documento. Se pueden plasmar a través de materias, talleres, laboratorios, gabinetes, seminarios, pasantías, proyectos, entre otros.

Tanto se opte a nivel jurisdiccional por el establecimiento de módulos o de espacios curriculares, se sugieren los siguientes criterios de organización curricular:

Integración de conocimientos: articulación de contenidos y experiencias provenientes de distintos espacios del currículum.

Apertura pedagógica: ampliación de los espacios de formación tradicionalmente reducidos al intercambio docente-alumno y al ámbito del aula.

Equilibrio entre ejes: oferta que, en término de recorridos formativos, asuma como organizadores de las diferentes actividades curriculares las orientaciones estratégicas de la Educación Superior Técnica Social y Humanística.

Flexibilidad: implica unan propuesta curricular que posibilite realizar aportes, por parte de los diferentes actores intervinientes en los procesos de enseñanza-aprendizaje, en términos de diseño, implementación y evaluación de “lo curricular”.

Apropiación instrumental: responde a la necesidad de una propuesta curricular que, desde una lógica sistémica de construcción, se ubique como herramienta para las diferentes actividades integradas que se desarrollen en el plano de lo disciplinar y de la experiencia no disciplinar.

Contenidos Básicos

Campo de formación general -Bloques-
1. Relación Estado-Sociedad
2. Problemas socioculturales contemporáneos
3. Procesos político-económicos y el mundo del trabajo actual
Campo de formación de fundamento -Bloques-
1. Estudios de la representación
2. Comunicación social: teorías y procesos
3. Los medios de información y comunicación: lenguajes, medios y recepciones
4. Comunicación, medios y ciudadanía
Campo de formación específica -Bloques-
1. Comunicación y desarrollo
2. Arte y narrativas
3. Medios de comunicación: la especificidad de lenguajes y técnicas
4. Gestión, producción, administración
Campo de la práctica profesionalizante
1. Desarrollo de los ejes estratégicos del campo
2. Criterios y orientaciones para el desarrollo de las prácticas

3. Itinerarios de la práctica profesionalizante

CAMPO DE LA FORMACIÓN GENERAL**Bloque Relación Estado-Sociedad**

Transformaciones del estado moderno. Teorías sobre las relaciones entre Estado y sociedad desde la segunda mitad del siglo XIX. La construcción del Estado-Nación en la Argentina y los procesos de democratización posteriores. El desarrollo del “Estado de Bienestar” y la crisis del modelo. El orden mundial luego de la II Guerra Mundial. Los procesos de globalización financiera y de regionalismo político. El debate contemporáneo sobre el rol social del Estado.

Procesos político económicos en la Argentina reciente. Principales lineamientos y discusiones sobre la historia argentina reciente. Estudio de las diversas estrategias aplicadas en el campo de la educación, la cultura y la producción. El contexto internacional y el contexto latinoamericano.

El poder como dimensión constitutiva de la política. Poder social, poder político y dominación. Tensiones entre representación y participación: el problema de la delegación del poder. El conflicto social y los nuevos movimientos sociales en Argentina y Latinoamérica. El surgimiento y la construcción de nuevos actores en espacios de poder.

Ciudadanía y espacio público. Las esferas de lo público y lo privado en las sociedades modernas. Derechos civiles, derechos sociales, derechos culturales. Accountability y democracia. Redefinición de las modalidades de acción estatal y nuevos modos de participación ciudadana. Las distintas formas de participación ciudadana. Elecciones, sindicatos, libertad de expresión, asociaciones civiles. Ciudadanía y globalización: los debates en torno a la construcción de un ciudadano global.

Ética y responsabilidad. Ética y moralidad: conceptualización y marco teórico. La problemática ética contemporánea: éticas vigentes y morales emergentes. Ética aplicada al ejercicio profesional.

Bloque Problemas socioculturales contemporáneos

Globalización, transnacionalización, regionalización. Lo “local” y lo “global” como eje de redefinición 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 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.

Bloque Procesos político económicos y el mundo del trabajo actual

La economía como dimensión de la vida social:

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 las dimensiones “micro” y “macro” de la economía. Formas cooperativas y comunitarias de trabajo.

Las formas de organización del trabajo:

La división social del trabajo. Formas organizativas precapitalistas. Mecanización del trabajo, procesos técnicos y desarrollo tecnológico. El conocimiento como factor de la producción. La revolución industrial y los orígenes del capitalismo. Taylorismo y Fordismo: características, impacto sociocultural y relación con el keynesianismo y el contexto de la “sociedad de bienestar”. Toyotismo y posfordismo. Neoliberalismo, flexibilización y precarización del trabajo. Organización del trabajo en las economías socialistas.

Mundo del trabajo, subjetividad e identidades colectivas:

El trabajo como articulación de lo singular y lo colectivo. El trabajo como realización de un proyecto vital y el trabajo como alienación. Dispositivos socioproductivos y modos de subjetivación modernos. Contrato psicológico del sujeto con su organización. Nuevas calificaciones laborales: especialización y polivalencia. Relaciones de producción y transformaciones en las relaciones de género. Modos de asociación política en torno al mundo del trabajo: corporaciones profesionales y sindicatos. Derecho al trabajo y las transformaciones neoliberales.

CAMPO DE LA FORMACIÓN DE FUNDAMENTO

Bloque Estudios de la Representación

Las diversas representaciones del mundo: la cosmovisión y tipo de comprensión en los mitos, el arte y la poesía. El surgimiento del pensamiento filosófico y sus principales desarrollos. El conocimiento científico. La idea de realidad y mundo en los

medios de comunicación. La escritura y la imagen como formas de representación del mundo.

Conocimiento social y conocimiento científico: teorías del conocimiento. Conocimiento y realidad: la mediación del lenguaje. La investigación y sus procedimientos en las ciencias duras, las ciencias sociales y el periodismo. Las estrategias de construcción de "objetividad" y la construcción de verosimilitud. La inmediatez.

Discursos y medios de comunicación: la representación de los movimientos sociales en los medios. Casos paradigmáticos del periodismo y de la historiografía. La palabra escrita como arma política. Utilización de los medios para promover medidas políticas y económicas, guerras y genocidios. La televisión y su rol en la construcción de actores políticos.

Cultura visual contemporánea: la conformación de sujetos visuales a partir de la difusión de las nuevas tecnologías audiovisuales. Puntos de vista, reproductibilidad, maleabilidad, edición y manipulación. La circulación de imágenes y discursos: críticas a la sociedad de la información. Los modelos visuales: cuerpos, lenguajes, códigos, consumo.

Identidades y consumos: comunicación, identidad, construcción de identidades y políticas de representación. Género y sexualidad, etnias y culturas y locales: su lectura según los discursos y según los medios de comunicación. Jerarquías y desigualdades en la construcción de identidades: las huellas de la discriminación en el lenguaje escrito y visual.

Bloque Comunicación social, teorías y procesos

El proceso de la Comunicación. Las teorías clásicas de la comunicación y la definición de los elementos del proceso comunicativo: emisor, mensaje, receptor, canal, código y ruido. La aparición de los medios de comunicación y la multiplicación de los receptores. Los públicos y las competencias comunicativas. Las instancias interactivas.

Teorías de la Comunicación. Principales corrientes teóricas. La doble postura ante la cultura de masas. Denigración o apología. Las distintas corrientes teóricas sobre los efectos de los medios masivos. Funciones y disfunciones de los medios. El concepto de establecimiento de agenda. La crítica a la industria de la cultura. La razón instrumental y los productos estandarizados de la industria cultural. Otras miradas sobre los medios de comunicación. Los cambios en la percepción. El medio es el mensaje. Teorías de la dependencia y transnacionalización cultural.

Medios de Comunicación. Cultura de la imagen y las tensiones con la cultura textual. La sociedad del espectáculo. La aceleración tecnológica. Prensa escrita: el origen de los diarios. Prensa *blanca* y prensa *amarilla*. Los diarios digitales: editarlos y leerlos.

La noticia impresa al instante. Radio. El consumo radial. El formato según el tipo de onda radioeléctrica. Televisión: públicos y sus competencias audiovisuales. La revolución en la pantalla: la multiplicación del menú. La naturalización del espectáculo. Géneros televisivos: telenovelas, series y videoclip. El lenguaje televisivo: las narrativas fragmentadas.

Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. La sociedad de la información. La Aldea Global y la transparencia perdida. La Brecha digital. Pantallas y alteraciones espacio-temporales de la cultura actual. La circulación de imágenes en "tiempo real". La "transparencia" social. La cultura en el ciberespacio., la velocidad como clave de interpretación de la cultura fin de siglo. Internet, la interactividad y la hipertextualidad. Los nuevos modos de sociabilización: el mensaje de texto y el Chat.

La Comunicación Organizacional. La 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, soportes 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. Gobierno electrónico: la comunicación en los órganos de gobierno usando TIC. Algunas experiencias internacionales y nacionales.

Bloque Surgimiento y efectos de los medios de información y comunicación

Análisis del surgimiento de los distintos medios de comunicación en la historia: Sus efectos sobre los cambios sociales durante los siglos XIX y XX. La construcción de públicos específicos. La relación entre ciudadanía y consumo mediático. El peso de los modelos mediáticos sobre los usos y costumbres sociales. Historia de a comunicación popular en América Latina: medios tradicionales y no tradicionales.

La prensa gráfica. La masificación del público lector y sus consecuencias político-culturales. Nuevos géneros, nuevos públicos. Cambios en las jerarquías culturales y distribución del saber. Tensiones con la educación. El impacto sobre los procesos de alfabetización. **Los medios nacionales y los medios gráficos locales: similitudes y diferencias en la construcción de las noticias.**

Cine. La imagen en movimiento y el lenguaje gestual. Surgimiento de un arte de masas. Distintos modos de producir y realizar cine: cine de autor, cine de productor y sus características. El cine como herramienta de crítica o de propaganda política. Movimientos y escuelas cinematográficos. La emergencia de nuevas miradas en el cine: cine independiente, nuevo cine argentino, cine realizado por niños, entre otros. Accesibilidad y distancia de las tecnologías y equipamientos en la actualidad.

La radio y la TV. Su aparición y efectos sobre el lenguaje, la economía, la cultura, la moda o la política. El oyente y el televidente en la escena doméstica: nuevas

configuraciones en la vida familiar. Interacción entre los códigos lingüísticos y trato social. La resignificación de lo oral a través del espacio mediático. La radio y la TV educativas. La construcción de la noticia en la radio y la TV. Los efectos de la transmisión en directo (transmisión de enfrentamientos bélicos, escenas cruentas, luchas políticas, casos policiales, entre otros casos a analizar). La televisión estándar y la fragmentación del público televisivo.

Medios y globalización. Efectos y potencialidades de la aparición de la Internet y los medios digitales: descentralización, interactividad, convergencia de tecnologías, multiplicidad de interpretaciones, textos y miradas. Efectos políticos, económicos y sociales.

Visión general sobre las industrias culturales. Los procesos económicos, productivos y laborales alrededor de los medios de comunicación y de los bienes culturales. La existencia de marcos regulatorios, compañías multinacionales y leyes internacionales en contextos nacionales. La financiación y difusión. Las alianzas económicas. Las posibilidades de desarrollo de industrias y emprendimientos culturales privados, comunitarios y locales: estudios de caso.

Bloque Comunicación, Medios y Ciudadanía

Ciudadanía, información y política. La información y el ejercicio de la ciudadanía en la sociedad mediatizada. Libertad de expresión, acceso a la información pública, habeas data, derecho a la información, derecho a la privacidad. 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 políticos. El rol de los medios en los fenómenos de crisis políticas latinoamericanas. Las discusiones en torno a la globalización y el “imperialismo de los medios”.

La política y los medios de comunicación masiva: mediaciones, participación y nuevos actores, cambio social. Audiencias y público. La tensión entre consumidores y productores. Los ámbitos público y privado. Los debates en torno al poder y los medios desde una perspectiva política y cultural. Los medios y los fenómenos de influencia política. El marketing político, la propaganda, la gestión de noticias políticas y las campañas locales, nacionales y globales en torno a cuestiones de la política. Los medios como el espacio público donde se desarrolla la política.

Nuevos medios y nuevas tecnologías. Saturación de información en el contexto de las nuevas tecnologías. Disponibilidad, instantaneidad, accesibilidad, jerarquización y modos de consumo de los materiales que circulan por las redes. La ilusión de la democratización y la participación. Las nuevas interacciones sociales, individuales y colectivas. La producción múltiple de piezas comunicacionales en espacios de Internet como Myspace, Youtube, Internet 2.0, etc. Los problemas de acceso.

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. Los fenómenos globales y las corrientes de opinión. La construcción de la agenda de los medios.

La economía política de los medios. Los medios de comunicación como empresas nacionales o multinacionales. La fusión de medios y los grandes grupos económicos. La información como mercancía. Los monopolios de la información y el entretenimiento en Latinoamérica. Los marcos regulatorios de los medios de comunicación. La convergencia de medios.

Legislación de la Comunicación Audiovisual: perspectiva histórica y política de las legislaciones y regulaciones de la comunicación visual. Aspectos jurídicos de la Ley 26.26.522. Titulares de los servicios de comunicación audiovisual. Multiplicidad de licencias y límites a la concentración de la propiedad. Órgano de aplicación e instancias de participación y control. Fomento de la producción nacional, regional, local.

CAMPO DE LA FORMACIÓN ESPECÍFICA

Bloque Comunicación y Desarrollo

El desarrollo local y la comunicación. Desarrollo local: modelos históricos y teóricos. Diferentes concepciones sobre el concepto de “desarrollo”. Planificación estratégica y modelos de desarrollo. La comunicación para el desarrollo: concepciones y acciones de comunicación comunitaria desde la década del 50 en adelante. Las acciones de comunicación y desarrollo de los organismos internacionales (FAO; PNUD; UNICEF, etc.) desde la década del 70 hasta el presente. La utilización de los medios en casos paradigmáticos de mediación y resolución de conflictos (palestinos e israelíes, Chiapas, etc.)

Medios, comunicación y desarrollo local. La educación, la salud y los derechos humanos y civiles a través de los medios. La televisión educativa y comunitaria. El empleo de videos para la discusión de problemas sociales y toma de decisiones: género, discriminación, derechos, VIH sida. La formación técnica, capacitación y educación a través de periódicos, revistas, radios, televisión, video e Internet. Campañas de difusión, concientización y bien público. Criterios para su análisis y construcción. Diagnóstico y diseño de estrategias y metodologías de comunicación audiovisual y desarrollo. Procesos participativos, seguimiento y evaluación de resultados y efectos producidos. Estructuras tradicionales e innovadoras. Logros y fracasos. Diferencias y similitudes con otras producciones audiovisuales y gráficas. Formatos audiovisuales empleados y su relación con los diversos conceptos de desarrollo.

La planificación de actividades de difusión para la comunidad: cine-debate, muestras, eventos, encuentros, difusión de bienes culturales. Evaluación del impacto de las

mismas. Producciones audiovisuales y gráficas destinadas al desarrollo local: estudio de casos. Realización de proyectos y talleres.

Publicidad y opinión pública. Lineamientos básicos de la publicidad comercial y de las campañas de bien público. Análisis de casos y componentes. Propaganda. Promoción. La construcción de mensajes y la reproducción de estereotipos. La "anti publicidad" y los discursos "políticamente incorrectos" o rebeldes como herramienta de marketing. Relevamiento de opinión pública. Análisis de casos, análisis y tratamiento de la información.

Bloque Arte y narrativa

La apreciación y creación estéticas. Arte y percepción visual: visión, percepción, equilibrio, gestalt, color. La educación de la sensibilidad, la percepción y la observación. Las distintas concepciones del arte y la belleza: el arte como tekné y práctica cotidiana. La concepción decimonónica del arte y del artista. La creación y apreciación artística a lo largo de la historia. Movimientos artísticos básicos. Escuelas, movimientos, instrumentos y materiales: los movimientos artísticos a través de la historia. Tendencias básicas. Arte contemporáneo. Diseño. Tecnologías y arte. De lo material a lo virtual.

La construcción del relato y su concepción del mundo. Narrativa escrita y narrativa oral. Los cuentos folklóricos. Mito y logos. La estructura de los cuentos-enseñanza. Otras narrativas: pictóricas, dramáticas, audiovisuales, musicales, corporales. La representación del tiempo y de los conflictos en las distintas disciplinas artísticas. Construcción y elementos de la estructura narrativa. La voz del narrador. Temporalidad. Textualidad. El proceso creativo en la narración de cuentos. Los cuentos como herramienta de desarrollo creativo, prevención de situaciones de riesgo y promoción de conductas. La reflexión sobre la propia percepción: talleres y ejercicios para volver sobre los supuestos propios.

Narrativas y medios masivos. La narrativa en el discurso de la ficción y la no ficción. Literatura y periodismo. Las narrativas presentes en los medios, su estructura, repeticiones, innovaciones y clichés. Análisis y crítica de sus elementos y utilización. Objetividad, verosimilitud, puntos de vista. Ejercicios de narrativa según los diversos estilos y formatos estudiados.

Bloque Medios de comunicación: la especificidad de lenguajes y técnicas

El día a día en los medios. Prácticas y rutinas de trabajo: antecedentes y procedimientos. La cotidianeidad de los medios en la actualidad. Los formatos en uso: informe, crónica, entrevista, reportaje, investigación, columna de opinión, editorial, etc. La investigación periodística: búsqueda, chequeo y confrontación de datos, fuentes y testimonios. El uso de datos, el tratamiento de fuentes, el chequeo de la información.

Técnicas de investigación documental. Convenciones discursivas. Tratamiento y ética periodísticos.

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 entre ambos. Talleres multimedia. Normativa nacional e internacional.

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. Normativa nacional e internacional.

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

La fotografía. Fundamentos y práctica. Sus pasos, técnicas y estructuras específicas. Sus requerimientos técnicos. El reportaje gráfico: historia y presente. Documental versus producción. El retrato, la fotografía de guerra, la secuencia, la fotografía de moda, la fotografía de productos. De la imagen fija a la imagen en movimiento. De la imagen física a la digital. La realización audiovisual. Sus pasos, técnicas y estructuras específicas.

Cine y video. De la investigación al guión. Del guión a la preproducción. De la preproducción al rodaje. Del rodaje a la posproducción. El sonido: fundamentos y práctica. La iluminación. El encuadre. Los planos. Los movimientos de cámara. La narrativa cinematográfica. La estética del clip. El montaje: fundamentos y práctica. Diferencias y coincidencias entre la imagen electrónica y la fílmica y sus condiciones de recepción y apreciación. Emisión, proyecciones y difusión: alternativas tradicionales e independientes. La proyección fílmica, la proyección masiva, la difusión por televisión abierta y cerrada, el cineclub, la difusión a través de Internet.

Talleres de producción de piezas comunicacionales audiovisuales, gráficas y radiales. Talleres de realización en medios digitales. Talleres de redacción y géneros periodísticos. Estructuras, clichés, supuestos y repeticiones.

Bloque Gestión, producción, administración

Industrias culturales. La tensión entre arte e industria. Los modelos de gestión y administración posibles. Los pasos de la producción y gestión en los medios audiovisuales: preproducción, realización, postproducción y difusión. La producción en los medios gráficos. El periodismo independiente, las empresas locales y los

monopolios nacionales e internacionales. Modelos económicos y de trabajo. Roles, tareas.

La difusión. Los circuitos tradicionales: cines, televisión, radio, diarios, Internet. Los circuitos alternativos: espectáculos callejeros, performances, encuentros populares, encuentros virtuales, etc.

Modalidades de financiación y administración en los medios y producciones audiovisuales, gráficas, radiales y digitales: empresas, asociaciones, cooperativas, monopolios, mecenazgo, productores independientes y asociatividad. Roles, tareas. Búsqueda de fondos a nivel nacional e internacional. Créditos, subsidios, donaciones. Producciones de financiación mixta. Coproducciones nacionales e internacionales. Alianzas, asociaciones y coproducciones entre empresas, emprendedores y/o organizaciones de la sociedad civil y del Estado.

Los llamados “servicios de producción”. Búsqueda de locaciones, traslados, investigación periodística o histórica, búsqueda de personajes. Capitalización de contactos y de los conocimientos del lugar. El turismo y el documental como oferta local. El conocimiento de los recursos naturales y culturales de la zona y el cuidado de los fondos no renovables. El desarrollo de un perfil conservacionista y al mismo tiempo de difusión cultural y turística. Utilización y protección.

Gestión y administración en los medios: lectura, desgloses, búsqueda de locaciones, traslados, contrataciones, presupuestos, seguros, imprevistos.

Gestión y administración de proyectos de comunicación para el desarrollo. Análisis de experiencias y discusión de casos modelo desde el punto de vista de la inversión, búsqueda de fondos y administración y gestión de los mismos.

Taller de planificación de una estrategia de comunicación para el desarrollo a través de diversos formatos: Internet, reportaje gráfico, documental, video, etc. Planificación y evaluación de viabilidad de proyectos según las características y posibilidades locales. Preproducción, realización, postproducción y difusión de los mismos. Evaluación de los efectos y del impacto en la comunidad.

CAMPO DE LA PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE

La formación a través de la **práctica profesionalizante** es un aporte estratégico al desarrollo humano, social, productivo, laboral y cultural de los territorios donde se inscribe.

Es, por lo tanto, un ámbito de **alto protagonismo institucional que debe generar acciones, redes, compromisos y concreciones** entre las autoridades, docentes y estudiantes y los diversos actores, realidades y potencialidades locales, así como con los cambios científicos y tecnológicos, y con la actualidad social, artística y cultural. Por todo ello, este campo es parte fundamental del desarrollo político-estratégico de la Educación Superior de cada jurisdicción.

Como se señala en el acuerdo federal: “El campo de la formación de la práctica profesionalizante está destinado a posibilitar la integración y contrastación de los saberes construidos en los campos de formación general, fundamento y específica, y garantizar la articulación teoría-práctica en los procesos formativos a través del acercamiento de los estudiantes a situaciones de trabajo y a contextos y problemática socio-culturales concretas”.⁵

Esto implica, además, encuadrar y supervisar una correcta vinculación del alumno con el área socio-ocupacional de pertenencia de la tecnicatura; la participación, promoción y problematización del desarrollo comunitario donde se inscriben los institutos y el compromiso, en tanto deberes y derechos del sujeto como parte de la organización educativa y la comunidad, *en clara clave intersectorial*, convocando desde las instituciones una relación fluida con los diferentes actores locales y jurisdiccionales vinculados a la oferta formativa pedagógica e institucional.

Desde una sustantiva responsabilidad del instituto, en el marco de las orientaciones político-estratégicas de la jurisdicción, la práctica profesionalizante asume los siguientes criterios para su desarrollo:

- Progresivo acercamiento, a lo largo de toda la formación, al campo ocupacional en que se orienta la carrera y a las diferentes situaciones socioculturales que “atraviesan” la comunidad. **Esto implica que la propuesta asuma la formación crítica del sujeto en su relación con distintos contextos (rurales, semirurales y urbanos de poblaciones pequeñas, medias o grandes).**
- Materialización de espacios propios en fuerte conectividad con los espacios pertenecientes a los otros campos de formación, que recorran todo el proceso formativo.
- Planificación y puesta en juego de los saberes **en la elaboración y concreción de piezas, programas y otros proyectos comunicativos con clara orientación a la realidad local.**
- Desarrollo de momentos específicos de formación que, en el marco de los espacios curriculares propios del campo, viabilicen el despliegue de niveles de interrogación y conceptualización cada vez más complejos **desde una perspectiva reflexiva, investigadora, crítica y activa.**
- Identificación del conjunto de procesos científicos y tecnológicos específicos del área.
- Presencia continua y concreta de la institución formativa, acompañando la gestión administrativa y la coordinación de la práctica, en todo el proceso **apuntando, a la vez, a la apropiación y uso autónomo de saberes propios de la gestión de proyectos comunicativos.**
- Amplia disponibilidad de recursos humanos, recursos materiales y simbólicos que los alumnos y procesos requieran en las diferentes instancias de la práctica.

⁵ Acuerdo Marco para la Educación Superior Técnica Social y Humanística.

- Supervisión de los modos en que se concretan las **pasantías profesionales** en medios locales, garantizando activamente el respeto y protección de los alumnos que los realicen.

Consideraciones del itinerario de la práctica

Las prácticas profesionalizantes que, en función de sus respectivos formatos, constituirán la singularidad de sus itinerarios, deberán dar cuenta de los siguientes componentes:

- Ofrecer un acercamiento al campo de actuación profesional donde se inscribe la tecnicatura;
- Desarrollar acciones de servicio donde los estudiantes y la institución participen y/o generen diferentes instancias socio-productivas y socio-culturales en el ámbito local;
- Implementar instancias de reflexión, en clave de una evaluación entendida como momento y como noción que atraviesa todo el campo de la práctica.
- Implementar instancias de autoevaluación y autorreflexión sobre los materiales producidos y sobre los impactos que estos generen en la comunidad.

Uno de los puntos principales de esta propuesta requiere la jerarquización, fortalecimiento y profesionalización de los institutos. Para ello, es posible enriquecer su desempeño apoyándolos en la tarea de convertirse, también, en centros de producción audiovisual, radiofónica y gráfica, para que no sólo los alumnos realicen allí parte de sus prácticas desde primer año sino también para que las instituciones se conviertan en productores y emisores de piezas de calidad (programas de radio y TV, de páginas de Internet, de periódicos, de documentales, etc.).

El estudio de experiencias interesantes en esta línea en nuestro país -por ejemplo la Radio Universidad de La Plata- y en otros puede ofrecer interesantes elementos de análisis y de transferibilidad.

Como es lógico, esto implica ayudar a viabilizar fondos para proveer elementos tecnológicos (hoy muy accesibles) y equipamiento para los institutos de educación superior.

Los lineamientos deben seguir los ejes de la carrera: investigación seria y documentada de la realidad local, compromiso social, humano y cultural, una apuesta a generar cada vez mayores niveles de profesionalismo, manejo de narrativas de manera creativa y la producción de piezas comunicativas referidas a temas locales (recursos naturales, culturales, sociales o turísticos).

Asimismo, se pone de relieve la necesidad de que cada instituto trace alianzas con organizaciones, profesionales, docentes e instituciones locales que puedan aportar y enriquecer este proceso de fortalecimiento. La construcción de este mapa de alianzas constituye uno de los elementos clave para la elaboración y concreción de planes de desarrollo local, otorgándole fortaleza y originalidad.

Además, es necesario estructurar convenios con medios locales que permitan a los alumnos avanzados realizar pasantías. Son estas modalidades interesantes ya que combinan la posibilidad de formación en el campo de los alumnos futuros comunicadores con el aporte de recursos humanos para las organizaciones receptoras. Esto supone una definición clara de las tareas, determinadas con sentido formativo ya que es importante considerar que estamos proponiendo la formación de emprendedores de la comunicación, que -al menos en forma parcial y más allá de que realicen tareas fijas como empleados en diversas empresas privadas o estatales- inviertan parte de su tiempo (y obtengan parte de su sustento cotidiano) desarrollando emprendimientos independientes.

V. Alcances del título

El egresado de la carrera de Técnico Superior en Comunicación Social orientada al Desarrollo local se desempeñará en organismos e instancias del ámbito público, privado y de la sociedad civil, tanto en el nivel local como jurisdiccional y nacional. Sus actividades profesionales centrales serán las de:

- Desarrollo de acciones, investigaciones, programas y proyectos comunicativos en contextos locales que apunten a la participación e integración de distintas instituciones y diversidad de actores.
- Asesoramiento para la planificación y gestión activa de políticas, proyectos y acciones comunicativas.
- Asistencia en emprendimientos y estrategias de comunicación de desarrollo local así como también en la capacitación y mediación en organizaciones de la sociedad civil, con clara orientación al desarrollo local y a la participación comunitaria.
- Desarrollo de estrategias de difusión para el reconocimiento, apropiación y puesta en valor de las manifestaciones culturales del contexto local.
- Desarrollo de emprendimientos en el área de las comunicaciones, creando piezas (programas, películas, periódicos, páginas web), como en la promoción y creación de medios independientes.