



Universidad Nacional
de

Expte. UNC 46.643/2011. Córdoba

República Argentina

VISTO lo solicitado por la Directora del Centro de Estudios Avanzados de la UNC en su Res. 409/2011; atento lo informado por el Consejo Asesor de Posgrado a fs. 621 y por la Subsecretaría de Posgrado de la Secretaría de Asuntos Académicos a fs. 622, y teniendo en cuenta lo aconsejado por las Comisiones de Vigilancia y Reglamento y de Enseñanza,

**EL H. CONSEJO SUPERIOR DE LA
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA**

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Hacer lugar a lo solicitado por la Directora del Centro de Estudios Avanzados de la UNC en su Res. 409/2011 y, en consecuencia, aprobar la creación de la carrera de posgrado ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS AUDIOVISUALES Y CIUDADANIA, obrante de fs. 533 a 620, que en fotocopia forma parte integrante de la presente.

ARTÍCULO 2º.- Designar a la Lic. María Cristina MATA como Directora y a la Mgter. Daniela Inés MONGE como Directora Alternativa de la citada Carrera y aprobar el Comité Académico que estará integrado por el Dr. Damián LORETI, Dra. Mabel GRILLO, Mgter. Daniela Inés MONGE, Dr. Martín BECERRA y Ab. Esteban FALCON.

ARTÍCULO 3º.- Comuníquese y pase para su conocimiento y efectos al Centro de Estudios Avanzados.

DADA EN LA SALA DE SESIONES DEL H. CONSEJO SUPERIOR A CUATRO DÍAS DEL MES DE OCTUBRE DE DOS MIL ONCE.

æ
8

Mgter. JHON BORETTO
SECRETARIO GENERAL
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CORDOBA

Dra. HEBE S. GOLDENHERSCH
Vicerrectora
Universidad Nacional de Córdoba

RESOLUCIÓN N°:

1050

**CEA**Centro
de Estudios
Avanzados**UNC**Universidad
Nacional
de Córdoba

PROYECTO
Carrera de
ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS AUDIOVISUALES Y CIUDADANÍA.

I. FUNDAMENTACIÓN

La confluencia de transformaciones normativas y tecnológicas sustantivas en el campo de los medios de comunicación audiovisual durante los últimos años, impone a los profesionales de la comunicación el dominio de nuevos conocimientos y capacidades técnicas, acordes a esas nuevas condiciones de planificación, producción, gestión y realización de prácticas comunicativas de carácter masivo.

En relación a las transformaciones normativas, la nueva regulación de la actividad por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522 (LSCA), conforme los estándares sostenidos por los organismos internacionales de Derechos Humanos¹ para la libertad de expresión y el derecho a la información, instituye un marco de variaciones significativas en torno al carácter, los objetivos, las finalidades y los actores de la actividad.

Por un lado, y de acuerdo a esos estándares, la actividad de los servicios de comunicación audiovisual es considerada de ahora en más como una actividad de interés público mediante la cual se ejerce el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones, establecido en el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y en el artículo 13 de la Convención Americana de Derechos Humanos. Esto conlleva la introducción de nuevos criterios para proyectar y planificar la actividad mediática -anteriormente signada por criterios estrictamente comerciales-, así como la incorporación de las instituciones sin fines de lucro como prestatarias de estos servicios y el rediseño del sector público, en tanto no son subsidiarios del sistema comercial, sino actores comunicativos relevantes. Esto ofrece un marco inusitado para la creación de nuevos medios, ya que se prevé la reserva del 33% del espectro para los medios sin fines de lucro, así como la creación de medios audiovisuales públicos dependientes de gobiernos municipales y provinciales, de universidades nacionales y de pueblos originarios.

Por otro lado, la diversidad y la pluralidad son introducidas por la LSCA como valores asociados a la actividad, y se reconocen los aportes que efectúan a ellas los diferentes tipos de medios, así como el estímulo de la producción local y el reconocimiento de la heterogeneidad cultural que caracteriza al territorio nacional. Esto ofrece también la posibilidad de incorporar formas de gestión, sustentabilidad y producción coherentes con esos valores y objetivos democráticos.

En relación con las transformaciones tecnológicas operadas en este campo, la digitalización, la convergencia de soportes y las nuevas alternativas para la producción y circulación de mensajes, encarnan en la práctica una verdadera revolución para la que se requieren nuevos conocimientos y nuevas capacidades profesionales.

¹ Comisión Interamericana de DDHH, Corte Interamericana de DDHH.

**CEA**Centro
de Estudios
Avanzados**UNC**Universidad
Nacional
de Córdoba

Ambas transformaciones habilitan la proyección, creación y/o reformulación de medios de comunicación audiovisuales como medios con perspectiva ciudadana; esto es, de medios, fundados en el respeto por los derechos humanos y la promoción de una cultura democrática, plural y participativa.

Pensar la ciudadanía desde la comunicación implica poner en primer plano las dimensiones simbólicas de los procesos de formación de poder y ejercicio de la libertad y autodeterminación, lo que no puede dejar a un lado la cuestión de las mediaciones técnicas y discursivas operadas por los medios masivos en esos procesos. Ellos importan por su rol en la configuración de lo público y lo privado, el espacio y el tiempo, la cotidianeidad y la sensibilidad (Caletti: 2007; Curran: 2002; Dahlgren: 1995; Martín Barbero: 2002; Silverstone: 2010, Thompson: 1998, Mata: 2008)².

En los estudios sobre comunicación y ciudadanía en América Latina, los medios son tematizados como espacios que posibilitan (o restringen) el ejercicio de la ciudadanía, básicamente en dos sentidos. Por un lado, como proveedores de la información que haría posible tanto la vigilancia del poder (fundamentalmente estatal), como el ejercicio de derechos ciudadanos. Por otro lado, los medios son concebidos como espacios de visibilidad y actuación pública, como lugares de colectivización de intereses y construcción de comunidad. Es decir, son planteados como espacios de construcción de ciudadanía. La centralidad de los medios para el ejercicio de la ciudadanía debiera entenderse en relación a su poder como dispositivos estructurantes de la esfera pública (visibilizando y legitimando temas, hablantes, e interpretaciones; cambiando las formas tradicionales de intermediación, modificando los procesos de agregación, entre otros).

Todo lo referido representa un significativo desafío en términos académico-profesionales. Las investigaciones y actividades de formación y extensión que se desarrollan desde 2005 en el Programa de Estudios sobre Comunicación y Ciudadanía del Centro de Estudios Avanzados y que se reseñan en el Anexo I, han permitido comprobar limitaciones que, de no comenzar a superarse, pueden poner en riesgo el desarrollo de la diversidad de medios y expresiones que la LSCA regula y alienta. Las carreras de grado de comunicación social –numerosas en nuestro país– han incorporado escasamente la problemática de la democratización de la comunicación como horizonte de la formación práctica de los estudiantes. Esto no quiere decir que en dichas carreras no existan cursos sobre legislación o políticas de comunicación. Pero las orientaciones de producción en medios de comunicación y periodismo, los correspondientes talleres o cursos prácticos, usualmente están desvinculados de esas

² Caletti, S.: "Repensar el espacio de lo público. Un esbozo histórico para situar las relaciones entre medios, política y cultura", Boletín de la Biblioteca del Congreso de la Nación Edición N° 123, Bs As, 2007. pp 195-252; Curran, J.: *Medios de comunicación y poder*, Hacer Editorial, Barcelona, 2002; Dahlgren, P.: *Televisión and the public sphere: citizenship, democracy and the media*, Londres, Sage; Martín Barbero, J.: *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, FCE, Chile; Silverstone, R.: *La moral de los medios de comunicación. Sobre el nacimiento de la polis de los medios*, Amorrortu, Bs As, 2010; Thompson, J.: *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*, Paidós, Barcelona, 1998; Mata, M.: "Ciudadanía comunicativa: los desafíos de una construcción categorial" en Da Porta y Saur (Coords.) *Giros Teóricos en las ciencias sociales y humanidades*, Comunicarte, Córdoba, 2008.

**CEA**Centro
de Estudios
Avanzados**UNC**Universidad
Nacional
de Córdoba

asignaturas en que se abordan las problemáticas del derecho a la comunicación, las relaciones entre comunicación y política o las prácticas comunicativas de índole comunitaria. Por otra parte, el nivel de estudios de posgrado garantiza la profundización de aspectos y la introducción de enfoques novedosos en los contenidos.

Los egresados de carreras universitarias de comunicación que se desempeñan en medios audiovisuales destinados a fortalecer la pluralidad informativa y el efectivo ejercicio del derecho ciudadano a la comunicación carecen, en la mayor parte de los casos, de ámbitos de formación específicos y de hecho se capacitan en la práctica. Lo mismo ocurre con una gran cantidad de profesionales formados en otras disciplinas – pedagogos, trabajadores sociales, psicólogos, sociólogos, entre otros- que se desempeñan en medios públicos y sin fines de lucro o en organizaciones sociales e instituciones que desarrollan proyectos comunicativos audiovisuales como vía para el abordaje de problemáticas sociales. Finalmente, los medios audiovisuales comunitarios y cooperativos ya existentes, así como diversas organizaciones e instituciones que podrán crearlos a partir de la vigencia de la LSCA, no cuentan con ofertas académicas de carácter público sustentadas en este enfoque para la capacitación de las personas que se desempeñan en ellos.

Por lo anterior, se considera necesario cubrir lo que constituye un área de vacancia en los estudios de comunicación: **la problemática de la gestión y producción de medios audiovisuales sustentada en el reconocimiento de la comunicación como derecho humano y en los medios audiovisuales como servicios de interés público mediante los cuales se ejerce ese derecho humano inalienable.**

En ese sentido, lo que en este proyecto se conceptualiza como “medios audiovisuales para la ciudadanía” o “perspectiva ciudadana” de dichos medios, implica la articulación de específicas categorías comunicacionales, culturales y políticas con peculiares estrategias y prácticas orientadas a materializar nuevos modelos de comunicación basados, entre otros aspectos, en la promoción del derecho a la información pública de la población; la intervención de distintos sectores en la producción del discurso público; la participación de las audiencias en la elaboración de contenidos y el debate de ideas; el respeto de la pluralidad, la diversidad y los derechos sectoriales; la articulación de los medios con otras instituciones sociales para la producción de nuevos espacios culturales.

La creación de una Especialización en Medios Audiovisuales y Ciudadanía, ofrecerá un espacio para la formación calificada de recursos humanos con capacidad para abordar, intervenir y aportar a la constitución de esos nuevos modelos democráticos de comunicación, tanto desde medios audiovisuales públicos como desde medios sin fines de lucro. En ese sentido, la Especialización también busca ser un espacio de convergencia productiva entre contenidos y perspectivas teóricas y práctico-profesionales que a menudo están desarticuladas en las carreras de comunicación.

Al mismo tiempo, la creación de esta carrera –anunciada por la Pro Secretaría de Comunicación Institucional de la Universidad Nacional de Córdoba en ocasión del lanzamiento del Polo Audiovisual Centro como parte del Programa Polos Audiovisuales (CIN- SATVD-T)- será un modo de materializar el compromiso académico asumido por la Universidad Nacional de Córdoba al crear el Centro de Promoción y Producción Audiovisual de la UNC, que en el inciso h) del artículo 3º de la Res. Rectoral N° 2162/10, plantea la voluntad de contribuir a “la mejora continua de las capacidades y habilidades de los profesionales del sector audiovisual y de los

canales de televisión públicos y/o comunitarios con el objeto de consolidar el sector como industria cultural" (Ver Anexo II)

II. OBJETIVOS

II.1. Generales

Formar profesionales con competencias y capacidades específicas para la producción y gestión de medios de comunicación audiovisual con perspectiva ciudadana.

II.2. Específicos

- Promover el análisis de las condiciones y posibilidades ofrecidas por el marco normativo vigente para el desarrollo de medios audiovisuales con orientación ciudadana, especialmente medios sin fines de lucro y medios públicos.
- Brindar herramientas para el reconocimiento y la indagación de las condiciones y posibilidades establecidas por las reestructuraciones tecnológicas para la gestión y la producción de medios audiovisuales.
- Desarrollar competencias específicas para la gestión integral de medios de comunicación audiovisuales vistos desde la perspectiva de la información y la libertad de expresión como derechos humanos, en especial en medios públicos y sin fines de lucro, abordando la consideración de aspectos técnicos, organizacionales, y comunicativo-culturales.
- Aportar nociones y técnicas para la producción de contenidos audiovisuales con perspectiva ciudadana en diferentes géneros y formatos.

III. TÍTULO A OTORGAR

El título que se otorgará será el de Especialista en Medios Audiovisuales y Ciudadanía.

Iç. PERFIL DEL EGRESADO

El egresado estará en condiciones de:

- Elaborar proyectos para la creación de medios audiovisuales que promuevan el derecho a la información pública de la población, la intervención de distintos sectores en la producción del discurso público, la participación de las audiencias en la elaboración de contenidos y el respeto de la pluralidad, la diversidad y los derechos sectoriales, tomando en consideración dimensiones normativas, tecnológicas y culturales-comunicativas.
- Gestionar integralmente medios de comunicación audiovisuales y/o productoras de contenidos audiovisuales desde una perspectiva que destaque la información como derecho público, en sus aspectos organizacionales,

**CEA**Centro
de Estudios
Avanzados**UNC**Universidad
Nacional
de Córdoba

técnicos y culturales-comunicativos, o desempeñarse como responsable específico de alguna de esas áreas.

- Producir contenidos audiovisuales en diferentes géneros y formatos (informativo, educativo, ficcional, documental, de entretenimiento, entre otros) que promuevan la pluralidad y la diversidad cultural; garanticen la rigurosidad en el tratamiento informativo de los temas; fomenten la divulgación de conocimientos científicos y alienten, entre otros, la creación y la experimentación artística y cultural.

5. DESTINATARIOS y REQUISITOS DE ADMISIÓN

La carrera está dirigida a personas con formación académica en el campo de la comunicación o disciplinas afines (ciencias de la educación, letras, artes, cine, ciencias sociales, psicología, trabajo social) que aspiren a obtener capacitación y competencias en la producción y gestión de medios de comunicación audiovisual con perspectiva ciudadana.

Se considera que la misma será especialmente valorada por quienes se desempeñan en medios audiovisuales (públicos y/o sin fines de lucro) o se plantean generar nuevos medios, en la medida que actualmente no existe una oferta académica específica que responda a sus demandas de formación, debiendo capacitarse, en general, a partir del ejercicio profesional.

Los postulantes a cursar la Especialización deberán contar con título universitario de grado o de nivel superior no universitario de cuatro (4) años de duración como mínimo. En caso de no cumplirse con estos requisitos, se tendrá en cuenta lo dispuesto por la Ley 24521, Artículo 39 bis y la Resolución 279/04 del HCS de la UNC.

Las condiciones de ingreso y procedimientos para la inscripción a la carrera se ajustarán a lo establecido en el Régimen de Alumnos de Posgrado del Centro de Estudios Avanzados (Aprobado por Resolución CEA N° 394/2008). Los aspirantes a la Especialización, luego de una pre-inscripción, serán seleccionados por el Comité Académico a través de sus antecedentes y de una entrevista personal. Se priorizarán las postulaciones de personas que: a) estén trabajando en medios sin fines de lucro o públicos; b) integren organizaciones e instituciones sociales –fundaciones, asociaciones civiles sin fines de lucro, cooperativas, sindicatos, entre otros.- que aspiren a desarrollar medios audiovisuales; c) trabajen en productoras de contenidos con perspectiva ciudadana.

V.1. CUPO DE ALUMNOS

Cupo: mínimo 30 (treinta) alumnos; máximo: 60 (sesenta) alumnos.

Se considera necesario contar con un número mínimo de 30 (treinta) alumnos para el funcionamiento de la Especialización según la estimación de costos (ver Anexo V).

VI. FINANCIAMIENTO DE LA CARRERA

**CEA**Centro
de Estudios
Avanzados**UNC**Universidad
Nacional
de Córdoba

La Especialización obtendrá su financiamiento del arancelamiento de las actividades curriculares y de otras fuentes complementarias.

Los alumnos regulares pagarán una matrícula anual en una cuota única al inicio de su año lectivo y un arancel anual en cuotas. Los alumnos deberán haber cumplido con las obligaciones arancelarias de cada módulo académico para tener derecho al cursado del siguiente. En caso de solicitar una prórroga de los plazos establecidos para la presentación del Trabajo Final, deberán abonar adicionalmente un arancel mensual hasta la aprobación de la misma.

Las autoridades del Centro de Estudios Avanzados fijarán periódicamente los montos correspondientes a los distintos aranceles detallados en este capítulo, los cuales serán publicados con suficiente antelación, tal como se establece en la Resolución CEA N° 403/11.

Se considera relevante contar con apoyos económicos que faciliten la formación de personas integrantes de organizaciones sin fines de lucro que no cuentan con recursos económicos.

Ver presupuesto de la Carrera en Anexo V.

VI.1. SISTEMAS DE BECAS

Anualmente el Comité Académico de la Especialización fijará el cupo de becas parciales y completas, y procederá a llevar a cabo su llamado, inscripción y selección de acuerdo a procedimientos explícitos y públicos y a lo establecido en el Reglamento de Becas del Centro de Estudios Avanzados (Aprobado por Resolución CEA N° 394/2008).

Podrán ser aspirantes a becas los alumnos regulares que hayan pasado los mecanismos de selección, siendo sus adjudicatarios aquellos estudiantes con mayores dificultades económicas para realizar los estudios y cuyos antecedentes y resultados en la prueba de selección demuestren probado interés y responsabilidad académica.

Las becas durarán seis meses y serán renovables por períodos de igual duración en base al desempeño del alumno durante su carrera.

VII. CUERPO ACADÉMICO

VII.1. AUTORIDADES DE LA CARRERA

La estructura académica de gobierno estará conformada por un Director, un Director Alterno y un Comité Académico integrado por 5 (cinco) miembros que deberán cumplir los requisitos establecidos en los Artículos N° 4 y 8 del Reglamento de funcionamiento de la carrera (Anexo VI). Todas las autoridades durarán tres años en sus funciones y podrán ser re-designados según lo dispuesto en el Art. 24 del Reglamento Interno del CEA. Los integrantes del Comité Académico serán propuestos por el Director del CEA y designados por el HCS. El Director Alterno deberá ser un miembro del Comité Académico. Todas las mencionadas autoridades serán propuestas por el Director del

**CEA**Centro
de Estudios
Avanzados**UNC**Universidad
Nacional
de Córdoba

Centro de Estudios Avanzados y designadas por el HCS de la Universidad Nacional de Córdoba, según lo establecido en los Art. 24 y 25 del Reglamento Interno de la institución.

La Carrera contará con un Coordinador Académico, designado por el Director del CEA a propuesta del Director de la Especialización, tal como se establece en el Art. 6 del Reglamento de la carrera y de acuerdo al Art. 28 del Reglamento Interno del CEA. El Coordinador Académico cumplirá funciones de carácter operativo vinculadas al desarrollo de las actividades académicas bajo supervisión del Director de la Carrera. (Ver nómina de autoridades en Anexo III)

VII.2. CUERPO DOCENTE

El cuerpo docente estará constituido por veinticinco (25) docentes y tutores de prácticas profesionales y trabajo final: diecinueve (19) Profesores Estables y seis (6) Profesores Invitados. Serán docentes de la Especialización, personas con títulos de posgrado (especialista, magister y/o doctor) en áreas pertinentes a la carrera y con antecedentes suficientes para desempeñarse como docente en la carrera. También podrán ser docentes de la especialidad personas con antecedentes destacados en el campo de la comunicación audiovisual. La inclusión de profesionales con experiencia en la gestión y producción de medios audiovisuales públicos y sin fines de lucro -que se desempeñarán sólo en seminarios teórico-prácticos-, resulta imprescindible para garantizar el perfil del egresado explicitado en el punto IV, que requiere la articulación de conocimientos y competencias provenientes de la investigación y producción académica, la experimentación y creatividad profesionales, y la gestión institucional. La convergencia entre esos diferentes tipos de conocimientos y competencias constituye, además, un rasgo diferenciado de la Especialización, que busca de este modo subsanar las frecuentes e improductivas dicotomías entre los quehaceres teóricos y prácticos en el campo de estudios sobre medios de comunicación, tal como se señaló en la Fundamentación.

En el Anexo VI se detallan las condiciones requeridas para la designación de docentes.

VIII. PLAN DE ESTUDIOS

VIII.1. DURACIÓN Y ORGANIZACIÓN

La Especialización en Medios Audiovisuales y Ciudadanía implica 18 meses de cursado, y 6 meses para el desarrollo de Prácticas Profesionales Supervisadas y la realización del Trabajo Final. Está organizada en cuatro Módulos con un total de 370 horas académicas obligatorias, desglosadas del siguiente modo: sesenta (60) horas teóricas, ciento setenta (170) horas teórico-prácticas, y ciento cuarenta (140) horas prácticas.

Los tres primeros Módulos están orientados a brindar conocimientos teórico-prácticos pertinentes y suficientes para gestionar y producir contenidos en medios audiovisuales desde la perspectiva de la ciudadanía y los derechos a la comunicación, ampliando la capacitación profesional de los estudiantes. Dichos Módulos están integrados por Cursos, Seminarios Teórico-Prácticos y Talleres. El conjunto de esas actividades, con

predominio de espacios teórico-prácticos, busca garantizar que los futuros especialistas cuenten con adecuadas bases conceptuales para su formación e instrumentos de trabajo y metodologías apropiadas para su desempeño profesional.

- **Cursos:** actividades en las cuales se desarrollan marcos teóricos y nociones sobre temas y problemas vinculados al campo de la comunicación, los medios audiovisuales y los derechos ciudadanos.
- **Seminarios teórico-prácticos:** actividades en las cuales se articula el desarrollo de nociones y categorías con dimensiones de la práctica en medios audiovisuales enfocadas desde sus actuales condiciones de producción, que incluyen el nuevo marco normativo y tecnológico.
- **Talleres de Prácticas de Integración:** Un taller por cada Módulo. En ellos se desarrollarán prácticas específicas (diseño y/o realización de proyectos, programas, productos, estrategias, etc.) a través de las cuales se producirá la aplicación de los contenidos trabajados en los seminarios a experiencias y situaciones específicas.

La inclusión en cada uno de esos Módulos de seminarios optativos busca dar una estructura flexible a la currícula permitiendo que los alumnos orienten su formación según intereses, experiencias previas y aptitudes personales, optimizando de este modo sus propios recursos intelectuales.

El cuarto Módulo está orientado a la ejercitación práctica de los estudiantes en la elaboración de proyectos de gestión y producción de medios audiovisuales a través del desarrollo de un Taller de Trabajo Final y de Prácticas Profesionales Supervisadas.

Cada estudiante deberá acreditar la realización de 60 horas de prácticas profesionales supervisadas en el medio, productora u organización social en que se desempeña o, en su defecto, en las instituciones con las cuales la Especialización suscribirá convenios de trabajo. En el Anexo IV se adjuntan las cartas de intención ya firmadas con los Servicios de Radio y Televisión y el Centro de Promoción y Producción Audiovisual de la Universidad Nacional de Córdoba para la realización de dichas prácticas (Ver Anexo IV). El Plan de Prácticas Profesionales Supervisadas será diseñado durante el Taller de Trabajo Final y debe estar relacionado con el desarrollo del trabajo final propuesto por el alumno. Se realizarán bajo la conducción del Director del Trabajo Final de cada alumno y la supervisión de un docente-tutor de la Especialización.

VIII.2. MODALIDAD DE DICTADO Y CORRELATIVIDADES

Los cursos, seminarios y talleres tendrán una modalidad de cursado presencial. Cada uno de ellos se dictará en clases consecutivas de entre tres y cuatro horas de duración cada una según los casos. La frecuencia entre el dictado de cada uno de ellos será de 15 días.

Los cursos, seminarios y talleres se agruparán en tres semestres y se dictarán con la duración y secuencia que se consigna en el siguiente punto y el cuadro correspondiente. Para cursar los Talleres de Prácticas de Integración de cada uno de los tres primeros Módulos es necesario haber regularizado los seminarios que los

**CEA**

Centro
de Estudios
Avanzados

**UNC**

Universidad
Nacional
de Córdoba



integran. Para cursar el Taller de Trabajo Final es necesario haber regularizado la totalidad de asignaturas de los tres primeros Módulos.

VIII.3. CONTENIDOS A DESARROLLAR

MÓDULO I. Políticas de Comunicación y ciudadanía (80 hs)

Curso

- **Políticas de comunicación en Argentina (20 hs)**

Los medios masivos como industrias culturales. El papel del estado. Configuración actual del sistema audiovisual en Argentina. La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual como instrumento de política comunicacional. Su fundamentación deontológica en la comunicación como derecho humano. Nuevas subjetividades en la ley: Infancia, Género y Pueblos Originarios; sus implicancias.

Docente: Mger. Daniela Monje

Seminario obligatorio

- **Democratización de la comunicación audiovisual: instituciones y prácticas (20 horas)**

Definiciones y disposiciones de la Ley de SCA con respecto a los medios sin fines de lucro. El sistema de medios públicos en Argentina. Dimensiones jurídico-normativas y política de los medios públicos. Estado y medios públicos. El valor de los medios públicos para la ciudadanía y su participación en la producción y gestión de los medios públicos. El desarrollo histórico de medios populares, comunitarios y ciudadanos en Argentina. Relación con organizaciones y movimientos sociales; modalidades de gestión y producción compartida. Posibilidades y condicionamientos para el desarrollo del sector en el sistema mediático argentino

Docentes: Esp. Luis Lázzaro y Mger. Claudia Villamayor

Seminarios optativos (debe cursarse uno)

- **Libertad de expresión y derecho a la información: aspectos filosóficos, normativos y jurídicos (20hs)**

Los derechos a la comunicación en el marco de los derechos humanos y constitucionales. Normativas nacionales e internacionales vigentes. Regulaciones específicas referidas al trabajo periodístico.

Docente: Dr. Damián Loreti

- **Comunicación/Educación ciudadana (20 hs)**

La comunicación mediática audiovisual como espacio educativo. Lenguaje, identidad y procesos de reconocimiento de sí y del otro como dimensiones inescindibles de la pluralidad comunicativa. Aportes para el diseño y gestión de medios para la ciudadanía.

Docente: Mger. Jorge Huergo

Taller de prácticas de Integración I (20 hs)

El Taller articulará los contenidos de los Seminarios desarrollados en el Módulo a partir del análisis de: a) contenidos específicos de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual; b) experiencias de medios públicos; c) experiencias de medios sin fines de lucro

Docente: Esp. María Liliana Córdoba

MÓDULO II. Gestión Integral de Medios Audiovisuales (80 hs)

Curso

- **La digitalización de los medios audiovisuales (20 hs)**

Del paradigma industrial al capitalismo informacional: cuestiones generales. Bienes culturales y bienes intangibles. La generación de contenidos en el marco de la digitalización del espectro. De la divergencia a la convergencia tecnológica en medios audiovisuales: el triple y el cuádruple play como posibilidades. Producciones cooperativas y producciones en red. Los "bienes comunes" como recursos para la producción de contenidos. La cuestión del canon digital. La ley de propiedad intelectual y la ley de Derecho de autor en el mundo digital. El papel y el uso de Internet en el nuevo paradigma. Software libre, Software privativo y Software patentado. Problemas y alternativas en la transición del modelo analógico al digital en el sistema de medios audiovisuales.

Docente: Dr. Diego Levis

Seminarios obligatorios

- **Aspectos legales e institucionales para la gestión de medios audiovisuales (10 hs)**

Normas para radio y televisión fijadas por la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Autorizaciones y licencias. Instituciones regulatorias y de promoción. Cuotas de Producción. Redes. Propiedad intelectual. Los programas televisivos como obra colectiva. Sociedades de Gestión Autoral. Contratos básicos. Proyectos de financiamiento: fuentes y normativas.

Docente: Ab. Esteban Falcón

- **Aspectos político-técnicos de la gestión de medios de comunicación (20 hs)**

Elementos fundamentales para la elaboración y gestión de un proyecto: diagnóstico, planificación y evaluación. Técnicas y herramientas. Dimensiones gerenciales y políticas de la gestión. Sustentabilidad económica y social de los medios sin fines de lucro en el recambio tecnológico. Modelos y alternativas institucionales y de gestión. Publicidad, subsidios y otras fuentes de financiamiento. Competitividad. Trabajo rentado y relaciones laborales en medios sin fines de lucro.

Docente: Néstor Busso

Seminarios optativos (debe cursarse uno)

- **La televisión digital en Argentina (10 hs)**

**CEA**Centro
de Estudios
Avanzados**UNC**Universidad
Nacional
de Córdoba

El proceso de digitalización de la televisión abierta y el diseño de política pública propuesto en Argentina. Modalidades de conexión (satelital, fibra óptica, TDT, otras tecnologías). Planes nacionales de desarrollo de la TV digital. Estructura normativa y esquema de implementación. Plantas trasmisoras, ubicación y cobertura. Sistemas de recepción; conexión para interactividad. Nuevos modelos de negocios desde la Televisión digital.

Docentes: Esp. Carlos Liendo y Lic. Osvaldo Nemirovsci

- **La digitalización de la radiodifusión sonora (10 hs)**

Fundamentos técnicos, políticos y económicos de la radio digital. Perspectivas para la digitalización de los servicios de radiofonía: normas disponibles, accesibilidad tecnológica. La gestión del espectro radioeléctrico a partir de la digitalización de la radio. Oferta y demanda. Contenidos, servicios y consumos digitales. Nuevos servicios a partir de la convergencia (redes, streaming, flujos).

Docente: Lic. Martín Iglesias.

Taller de prácticas de Integración II (20hs)

El Taller articulará los contenidos desarrollados en los Seminarios correspondientes al Módulo a partir del análisis de casos y problemas referidos a la gestión de medios públicos y/o sin fines de lucro y la planificación de estrategias y acciones orientadas a su resolución.

Docente: Dra. Soledad Segura

MÓDULO III. Programación y producción de contenidos para Medios Audiovisuales (130 hs)

Curso

- **Los medios audiovisuales y sus audiencias (20 hs)**

Las articulaciones entre comunicación, cultura, política y ciudadanía. Implicancias prácticas. El ciudadano como sujeto comunicativo. El espacio público como esfera de representación, acción e interlocución. El público de los medios audiovisuales y su condición de ciudadanos como base para programar y producir contenidos. Reconocimiento del mercado mediático y modos de vinculación con las audiencias. Procesos de segmentación y construcción de propuestas sectoriales. Estrategias de participación.

Docente: Lic. María C. Mata

Seminarios obligatorios

- **Departamentos de producción en los medios audiovisuales (30 hs)**

Departamentos informativos. El servicio informativo en la programación del medio. Línea editorial y construcción de agenda. Lenguaje, formatos, rutinas de producción. La participación ciudadana en la producción de la información: corresponsales, articulación con organizaciones y movimientos sociales, interacción de medios públicos y sin fines de lucro, etc.

Departamentos creativos y producción de contenidos no informativos. La producción y realización audiovisual como proceso creativo. Adecuación de géneros, formatos y temáticas con diferentes segmentos de la audiencia. La producción de programas de entretenimiento y ficción.

Docentes: Lic. Bernarda Llorente y Periodista María Seoane

- **Estrategias de programación y modalidades de producción para televisión (20 hs)**

El diseño de la programación de medios audiovisuales: modelos de programación y metodología para su diseño. La organización de las tareas de producción en los medios audiovisuales. Producción propia, co-producciones, producciones en red, etc. Recursos institucionales y económicos para la producción audiovisual (concursos INCAA, polos regionales, Red nacional audiovisual universitaria, etc.) Gestión de contenidos producidos por terceros; vinculación con productores independientes.

Docentes: Lic. Víctor Hugo Díaz

- **Programación radiofónica para la ciudadanía (20 hs)**

Políticas de programación. Géneros y formatos privilegiados, programas y estilos radiofónicos. Producción informativa, musicalización y publicidad. Estética, artística y la construcción de la identidad institucional.

Docente: Lic. Damián Valls

Seminarios Optativos (debe cursarse uno)

- **Guionado para Televisión (20hs)**

El guión como estructura del relato audiovisual y pauta productiva. Dimensiones significantes y estéticas. Modalidades. Procedimientos de elaboración: bases documentales e informativas; la elaboración de la idea o argumento; su puesta en imágenes, etc.).

Docente: Mger. Ana Mohaded y Ezequiel Cazzola

- **Estudios de audiencia (20 hs)**

El conocimiento de la audiencia. Tipos de estudio. Objetivos y aplicabilidad. Diseño básico de un estudio de audiencias. Utilización de los resultados en la gestión del medio y la producción de contenidos.

Docente: Dra. Mabel Grillo

- **Producción de contenidos educativos para televisión (20 hs)**

Finalidades y destinatarios de los programas educativos. Géneros, formatos, espacios y lenguajes apropiados para la inclusión de contenidos educativos en la programación del medio. La accesibilidad y los usos de los contenidos educativos.

Docente: Esp. Verónica Fiorito

- **Producción y promoción cultural desde las radios (20hs)**

El medio más allá del estudio: inserción e intervención cultural en la comunidad. Políticas culturales del medio. Producción de eventos culturales. La producción cultural como estrategia de financiamiento.

Docente: Dra. Patricia Fasano y Ernesto Lamas

Taller de prácticas de Integración III (20 hs)

El Taller articulará los contenidos desarrollados en los Seminarios correspondientes al Módulo a partir del análisis de: a) programaciones de medios audiovisuales públicos y sin fines de lucro; b) diseños de departamentos informativos y creativos de medios audiovisuales; c) realización de estudios de audiencia y estrategias de interacción con audiencias por parte de ese tipo de medios.

Docente: Esp. Santiago Martínez Luque

MÓDULO IV. Diseño de Proyectos y Propuestas (80 hs.)

- **Taller de Trabajo Final (20 hs.)**

El taller será el ámbito en el cual los alumnos comiencen a elaborar sus proyectos de Trabajo Final y el Plan de Prácticas Profesionales vinculadas a él. Durante su desarrollo se debatirán las ideas presentadas por los alumnos a fin de evaluar su pertinencia y adecuación a los objetivos y características de la carrera así como su viabilidad de realización. Además se brindarán elementos metodológicos para el diseño del respectivo proyecto y las pautas de presentación ante la Dirección de la Especialización.

Docentes: Esp. María Liliana Córdoba, Dra. Soledad Segura, Esp. Santiago Martínez Luque, Lic. Víctor Hugo Díaz (el taller será dictado por los docentes responsables de los “Talleres de Integración” de los Módulos anteriores, con el fin de garantizar la articulación de ambas instancias. Se suma a ellos la autoridad del Centro de Promoción y Producción Audiovisual de la Universidad Nacional de Córdoba, lo cual facilitará la integración con dicha dependencia).

- **Prácticas profesionales supervisadas (60 hs.)**

Finalizado el Taller de Trabajo Final, cada estudiante debe presentar ante la Dirección de la carrera el Plan de Prácticas Profesionales Supervisadas, que deben estar vinculadas a la elaboración de su Trabajo Final. Dichas prácticas se realizarán en los medios u organizaciones en los que el alumno se desempeña o en las instituciones con las cuales la Especialización ha establecido convenios (Servicios de Radio y Televisión de la UNC y Centro de Promoción y Producción Audiovisual de la UNC) o los que establezca en el futuro. El Plan de Prácticas debe incluir la propuesta de Director y Co-Director (en caso que lo hubiere) de su Trabajo Final, el que se desempeñará, también, como Director de las Prácticas Profesionales Supervisadas. La Dirección de la carrera deberá autorizar la realización de las Prácticas, evaluando su factibilidad y pertinencia de acuerdo al Trabajo Final propuesto por el alumno.

Cumplido esos requisitos, el alumno contará con un plazo de seis (6) meses para el desarrollo de las sesenta (60) horas de Prácticas Profesionales que serán supervisadas por los docentes del Taller de Trabajo Final. La supervisión se realizará a través de un sistema de encuentros periódicos en los cuales se compartirá y evaluará el desarrollo de la experiencia y se ofrecerán recomendaciones y sugerencias.

Docentes-tutores: Esp. María Liliana Córdoba, Dra. Soledad Segura, Esp. Santiago Martínez Luque, Lic. Víctor Hugo Díaz.

(En caso de ser necesario por la cantidad de alumnos se añadirán docentes-tutores, priorizando a docentes que integran la planta de la Especialización).

AÑO	SEMESTRE	MODULO	ASIGNATURA	HORAS	SUBTOTAL	TOTAL	
1° año	1° semestre	I. Políticas de Comunicación y Ciudadanía	Curso: Políticas de Comunicación en Argentina	20	Teóricas: 20 hs. Teórico-Prácticas: 40 hs. Prácticas: 20 hs. SUB TOTAL: 80 hs.	Teóricas hs.60 Teórico- Prácticas hs.170 Prácticas hs. 140 Total horas 370	
			Sem. Oblig.: Democratización de la comunicación audiovisual: instituciones y prácticas	20			
			Seminario Optativo (1)	20			
			Taller de Prácticas de Integración I	20			
		II. Gestión Integral de Medios Audiovisuales	Curso: La digitalización de los medios audiovisuales	20			Teóricas: 20 hs. Teórico-Prácticas: 40 hs. Prácticas: 20 hs. SUB TOTAL: 80 hs.
			Sem.Oblig.: Aspectos legales e institucionales para la gestión de medios audiovisuales	10			
			Sem. Oblig.: Aspectos político-técnicos de la gestión de medios de comunicación	20			
			Seminario Optativo (1)	10			
	2° semestre	III. Programación y Producción de Contenidos para Medios Audiovisuales	Curso: Los medios audiovisuales y sus audiencias	20	Teóricas: 20hs. Teórico-Prácticas: 90hs. Prácticas: 20 hs. SUB TOTAL: 130 hs.		
			Sem. Oblig: Estrategias de programación y modalidades de producción para televisión	20			
			Sem.Oblig: Programación radiofónica para la ciudadanía	20			
			Sem. Oblig.: Departamentos de producción en los medios audiovisuales	30			
			Seminario Optativo (1)	20			
			Taller de Prácticas de Integración III	20			
2° año	3° semestre	IV. Diseño de proyectos y propuestas	Taller de Trabajo Final	20	Prácticas: 80 hs.		
	4° semestre		Prácticas Profesionales Supervisadas	60			

- Prueba de Suficiencia de Idioma

VIII.4. METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

En todos los casos (cursos, seminarios teórico-prácticos y talleres) los alumnos deberán asistir al 80% de las actividades presenciales.

La evaluación de las asignaturas será diferenciada según sus características:

- La evaluación de las asignaturas teóricas –**cursos**- consistirá en la realización de trabajos monográficos individuales u otras modalidades que los docentes propongan a las autoridades de la Especialización y que éstas aprueben. En esos trabajos los alumnos deberán dar cuenta de la adquisición de conceptos y de la capacidad para abordar críticamente las problemáticas tratadas en los cursos.
- La evaluación de las asignaturas teórico-prácticas –**seminarios** obligatorios y optativos-, consistirá en el desarrollo de trabajos prácticos que se realizarán en el marco del Taller de Prácticas de Integración de cada Módulo. Esta modalidad de evaluación busca que se puedan integrarse diferentes dimensiones y/o aspectos de la problemática general del Módulo permitiendo que los alumnos den cuenta del desarrollo de competencias cognitivas, procedimentales e instrumentales, así como de la capacidad de resolución de problemas a partir de los conocimientos adquiridos en cada uno de los seminarios.
- La evaluación del Taller de Trabajo Final, consiste en la presentación del proyecto de Trabajo Final y el Plan de la Práctica Profesional Supervisada.

Todos los trabajos deberán ser aprobados con una calificación no inferior a siete (7) puntos, en una escala de 0 a 10.

VIII.4.1. EVALUACIÓN FINAL

Para obtener el título de Especialista, una vez finalizado el cursado y aprobadas todas las asignaturas de los cuatro Módulos y las prácticas supervisadas, el alumno deberá someterse a una Evaluación Final que tendrá dos partes: a) La presentación del Trabajo Final y b) La defensa oral del mismo.

El Trabajo Final consistirá en la elaboración de propuestas comunicacionales de distinto tipo: diseño de nuevos medios audiovisuales con perspectiva ciudadana; re-diseño de medios audiovisuales existentes, programaciones para radio y/o televisión, programas o series de programas radiofónicos o televisivos, prácticas de gestión institucional (estudios de audiencia, planes de acción cultural, proyectos de sustentabilidad, etc.). Todo ello orientado al desarrollo de la comunicación ciudadana y vinculado con la realización de las prácticas profesionales supervisadas.

Finalizado el Taller de Trabajo Final, cada estudiante debe presentar ante la Dirección de la carrera el proyecto de Trabajo Final aprobado en dicho Taller y la propuesta de Director y Co-Director (si lo hubiere). El plazo para la elaboración y presentación del Trabajo Final será de 6 meses, a partir de la fecha de autorización del Proyecto por parte de un tribunal integrado por el Director de la Carrera y dos integrantes del Comité Académico. El alumno podrá solicitar una prórroga debidamente justificada a las autoridades de la carrera. Dicha prórroga será de un máximo de 6 meses.



Centro
de Estudios
Avanzados



Universidad
Nacional
de Córdoba



Cumplidos los 3 primeros meses de la autorización del Proyecto de Trabajo Final, el alumno deberá presentar al Coordinador Académico un informe de avance del mismo, avalado por su Director.

El Trabajo Final será evaluado por un tribunal propuesto por el Director de la Especialización y designado por las autoridades del CEA. En primera instancia, se examinará la presentación de la propuesta comunicacional y, posteriormente, su defensa oral de acuerdo a lo establecido en el Art. 18 del Reglamento de la Carrera.

El trabajo final se aprobará con una calificación mínima de 7 (siete) puntos en una escala de 0 a 10.

Para la obtención del título de Especialista el alumno deberá aprobar un examen de suficiencia en idioma extranjero pertinente a su formación profesional y vinculado con su Trabajo Final.

**UNC**Universidad
Nacional
de Córdoba**CEA**Centro
de Estudios
Avanzados

ANEXO VI

REGLAMENTO DE FUNCIONAMIENTO DE LA ESPECIALIZACION EN MEDIOS AUDIOVISUALES Y CIUDADANIA

Artículo 1º.- Dependencia Institucional. La Especialización en Medios Audiovisuales y Ciudadanía dependerá del Centro de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional de Córdoba, institución que regulará y supervisará el funcionamiento de la Especialización y designará sus Autoridades de acuerdo a lo establecido en esta reglamentación.

Artículo 2º.- Título a otorgar. El título de Especialista en Medios Audiovisuales y Ciudadanía será otorgado por la UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA a solicitud del Centro de Estudios Avanzados (CEA), a quienes cursen y cumplan con todos los requisitos de evaluación de la Carrera y aprueben el Trabajo Final, en un todo de acuerdo con las normas generales establecidas para carreras del cuarto nivel en esta Institución y en la Universidad.

Artículo 3º.- Organización académica de la Especialización. La Especialización estará conducida por dos Directores, (uno Titular y otro Alterno); contará con un Comité Académico, un Coordinador Académico y un Cuerpo Docente.

Artículo 4º.- Directores de la Especialización. El Director y el Director Alterno deberán poseer título de posgrado (Especialista, Magister y/o Doctor), ejercer o haber ejercido actividades de docencia y/o investigación en el Centro de Estudios Avanzados o en otra institución de reconocida trayectoria en el área temática de la carrera. Serán designados por el HCS de la UNC a propuesta del Director del CEA; durarán tres años en su cargo, y podrán ser re designados, según se establece en el Art. 24 del Reglamento Interno del CEA.

El **Director Alterno** deberá ser un miembro del Comité Académico y su función será la de reemplazar al Director en caso de ausencia temporaria.

Artículo 5º.- Funciones del Director de la Especialización. La Dirección de la Especialización tendrá las siguientes funciones:

- a) Planificar, organizar y supervisar las actividades académicas de la carrera.
- b) Proponer a la Dirección del CEA la designación del Coordinador Académico y los profesores a cargo de las actividades curriculares de la Especialización.
- c) Presidir el Comité Académico de la carrera y ejercer su representación institucional.

**UNC**Universidad
Nacional
de Córdoba**CEA**Centro
de Estudios
Avanzados

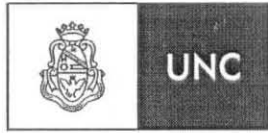
- d) Elaborar el presupuesto anual de la Especialización y el orden de prioridades a las que se afectarán los recursos teniendo en cuenta el presupuesto general aprobado para la Especialización por el Consejo Superior de la Universidad Nacional de Córdoba al momento de su creación y la disponibilidad de recursos que previamente se espera obtener en el ejercicio anual correspondiente.
- e) Informar anualmente a la Dirección del CEA el presupuesto anual y el orden de prioridades a los que se refiere el inciso d).
- f) Establecer conjuntamente con el Comité Académico, la nómina de alumnos admitidos y el orden de mérito para la adjudicación de becas, en caso de disponerse de ellas.
- g) Evaluar periódicamente el desarrollo de la carrera con el asesoramiento del Comité Académico y proponer las modificaciones para su perfeccionamiento.
- h) Elevar un informe anual a las autoridades del CEA, sobre el desenvolvimiento de la Especialización.
- i) Autorizar la ejecución de los Proyectos de Trabajo Final y el desarrollo de las Prácticas Profesionales supervisadas, conjuntamente con el Comité Académico.
- j) Designar a los Directores de Trabajo Final y a los Co Directores cuando correspondiere;
- k) Proponer al Director del CEA los integrantes de Tribunales de Evaluación de Trabajo Final, para su designación.

Artículo 6°.- Coordinador Académico. El Coordinador Académico deberá poseer título de posgrado (Especialista, Magister y/o Doctor) y antecedentes pertinentes de investigación y docencia en las temáticas propias de la Especialización. Será designado por el Director del Centro de Estudios Avanzados a propuesta del Director de la Especialización tal como se establece en el Art. 28 del Reglamento Interno del CEA.

Artículo 7°.- Funciones del Coordinador Académico. Serán funciones del Coordinador Académico:

- a) Organizar operativamente las actividades académicas de la carrera según lo dispuesto por el Director.
- b) Organizar, junto al Despacho de Alumnos del CEA, el proceso de inscripción y admisión de los alumnos.
- c) Colaborar en la estructuración de los contenidos curriculares y realizar el seguimiento del funcionamiento académico general.
- d) Realizar el seguimiento de la realización de los Trabajos Finales de los alumnos.

Artículo 8°.- Del Comité Académico. El Comité Académico estará compuesto por cinco (5) miembros. Deberá integrarse con personas con título de posgrado (Especialista, Magister y/o Doctor) y con profesionales

**UNC**Universidad
Nacional
de Córdoba**CEA**Centro
de Estudios
Avanzados

destacados en el campo de los medios de comunicación audiovisual públicos y/o sin fines de lucro. Los miembros del Comité serán designados por el HCS de la UNC a propuesta del Director del CEA. Durarán tres años en sus funciones y podrán ser reelegidos de acuerdo a lo establecido en los Art. 24 y 25 del Reglamento Interno del CEA.

El Comité Académico sesionará ordinariamente en forma semestral y, extraordinariamente, cuando la Dirección de la Especialización lo solicite. Se expedirá mediante dictamen cuando la reglamentación así lo exija. El Comité sesionará válidamente con la presencia de la mitad de sus miembros.

Artículo 9º.- Funciones del Comité Académico. Tendrá como funciones las siguientes, en un todo de acuerdo con lo establecido en los artículos 25, inc.b. y 27 del Reglamento Interno del CEA.

- a) Asesorar al Director de la carrera en asuntos referidos al funcionamiento de la misma y proponer las modificaciones reglamentarias que se consideren pertinentes.
- b) Establecer junto con el Director un orden de mérito de los aspirantes en base al cual se realizará la inscripción a la carrera de acuerdo al cupo establecido.
- c) Establecer el cupo anual para becas parciales y completas y el orden de mérito de los postulantes a obtener las becas ofrecidas por la carrera.
- d) Participar en el proceso de evaluación de la carrera.
- e) Participar en el proceso de re-designación de sus autoridades.
- f) Autorizar, conjuntamente con el Director de la Carrera, la ejecución de los Proyectos de Trabajo Final y el desarrollo de las Prácticas Profesionales supervisadas.

Artículo 10º.- De los Docentes

El cuerpo docente estará constituido por Profesores Estables, Profesores Invitados y Tutores de prácticas profesionales y Trabajo final. Serán docentes de la Especialización, personas con títulos de posgrado (Especialista, Magister y/o Doctor) en áreas pertinentes a la carrera y con antecedentes relevantes.

Artículo 11º.- Requisitos de admisión a la Especialización. Para ingresar a la Especialización el aspirante deberá:

- a) Poseer un título de carrera universitaria de grado, o de nivel superior no universitario de cuatro (4) años de duración como mínimo, tanto del ámbito de la comunicación como de otras disciplinas afines (letras, artes, cine, ciencias sociales, ciencias de la educación, psicología, trabajo social).
- b) En caso de no cumplirse con el requisito del punto a, se tendrá en cuenta lo dispuesto por la Ley 24521, Artículo 39 bis y la Resolución

**UNC**Universidad
Nacional
de Córdoba**CEA**Centro
de Estudios
Avanzados

279/04 del HCS de la UNC.

- c) Presentar la documentación exigida según el Régimen de Alumnos vigente en el CEA.
- d) Realizar una entrevista con el Director y el Coordinador Académico de la carrera.

Artículo 12°.- La Dirección de la Especialización, conjuntamente con el Comité Académico, evaluará las condiciones académicas, profesionales y personales del aspirante mediante el análisis de su curriculum y entrevista personal. A partir de dicha evaluación, establecerá un orden de mérito en base al cual se realizará la inscripción a la carrera, de acuerdo al cupo establecido. La resolución del Comité Académico será inapelable.

Artículo 13°.- Régimen de cursado de la Especialización. Las actividades curriculares incluyen Cursos, Seminarios teóricos-prácticos, Talleres de Prácticas de Integración y de Trabajo Final y Prácticas Profesionales Supervisadas.

Artículo 14°.- Condición de alumno regular. La condición de alumno regular se establecerá de acuerdo con el Régimen de Alumnos vigente en el CEA. Requerirá, como mínimo, la asistencia al 80% de las actividades presenciales, el cumplimiento total de las tareas asignadas por los profesores, así como la aprobación de evaluaciones parciales adecuadas a la modalidad de la actividad curricular de que se trate.

Artículo 15°.- Aprobación de Cursos, Seminarios y Talleres. Se exige la asistencia al 80% de las clases presenciales y el cumplimiento total de las actividades que se establezcan en cada caso. La aprobación de los cursos requerirá la elaboración de trabajos monográficos individuales u otras formas de evaluación que los docentes propongan a las autoridades de la Especialización y que éstas aprueben. La aprobación de los seminarios y talleres requerirá la realización de trabajos prácticos y/o proyectos. En cada evaluación se deberá obtener una calificación no inferior a siete (7) puntos en una escala de cero (0) a diez (10).

Artículo 16°.- Equivalencias. Cuando el aspirante al ingreso que resulte admitido haya cursado asignaturas de contenido, carga horaria y profundidad similar o mayor a algunas de las que se dicten en la Carrera de Especialización, en otras instituciones universitarias de posgrado nacionales o extranjeras de reconocida jerarquía, las autoridades de la Especialización podrán autorizar en cada caso particular el reconocimiento de equivalencias hasta un máximo del treinta por ciento (30 %) de las asignaturas obligatorias. En ningún caso el reconocimiento podrá hacerse en cursos aprobados con calificación inferior a 7 (siete) en escala de 0 (cero) a 10 (diez), o su equivalente en otros sistemas de evaluación.

**UNC**Universidad
Nacional
de Córdoba**CEA**Centro
de Estudios
Avanzados

Artículo 17°.- Condiciones de obtención del Título de Especialista en Medios Audiovisuales y Ciudadanía. Para obtener el grado de Especialista en Medios Audiovisuales y Ciudadanía, los candidatos deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Cursar y aprobar el total de las asignaturas de los cuatro Módulos del plan de estudios de la Especialización.
- b) Aprobar un examen de suficiencia en idioma extranjero pertinente a su formación profesional.
- c) Aprobar la Evaluación Final, que tendrá dos partes: a) La presentación del Trabajo Final y b) La defensa oral del mismo.
- d) Cancelar los aranceles correspondientes al cursado de la Especialización.

Artículo 18°.- Trabajo Final. El Trabajo Final consistirá en la elaboración de propuestas comunicacionales de distinto tipo: diseño de nuevos medios audiovisuales con perspectiva ciudadana; re-diseño de medios audiovisuales existentes, programaciones para radio y/o televisión, programas o series de programas radiofónicos o televisivos, prácticas de gestión institucional (estudios de audiencia, planes de acción cultural, proyectos de sustentabilidad, etc.). Todo ello orientado al desarrollo de la comunicación ciudadana y vinculado con la realización de las prácticas profesionales supervisadas.

El plazo para la elaboración y presentación del Trabajo Final será de 6 meses, contando a partir de la fecha de autorización del Proyecto presentado para la aprobación del Taller de Trabajo Final. Cumplido ese plazo, el alumno podrá solicitar una prórroga debidamente justificada a las autoridades de la carrera. Dicha prórroga será de un máximo de seis (6) meses.

Cumplidos los tres (3) primeros meses de la autorización del Proyecto de Trabajo Final, el alumno deberá presentar al Coordinador Académico un informe de avance del mismo, avalado por su Director.

El trabajo final será evaluado por un Tribunal integrado por tres personas, propuesto por la Dirección de la carrera y designado por las autoridades del CEA. Los integrantes del Tribunal deberán ser personas con título de posgrado (Especialista, Magíster y/o Doctor) y antecedentes específicos en el área de la carrera y/o profesionales con trayectoria destacada en el campo de los medios audiovisuales. Uno de ellos deberá ser externo a la carrera. En primera instancia, el Tribunal examinará la propuesta comunicacional presentada por el alumno, respecto de la cual debe expedirse por unanimidad en un plazo máximo de sesenta (60) días. En caso de tener una evaluación satisfactoria, se procede a la defensa oral del mismo. En caso de sugerirse modificaciones y/o correcciones parciales, el alumno tiene un plazo de sesenta (60) días para realizarlas reiterándose luego el procedimiento antes descripto. En caso de que el trabajo final sea reprobado en su presentación escrita el alumno deberá rehacerlo contando para ello con un plazo de seis (6) meses. El trabajo final se aprobará con una

**UNC**Universidad
Nacional
de Córdoba**CEA**Centro
de Estudios
Avanzados

calificación mínima de siete (7) puntos en una escala de cero (0) a diez (10).

Artículo 19°.- De los Directores y Codirectores del Trabajo Final. Dada la índole de la Especialización, el Director del Trabajo Final debe poseer, como mínimo, el mismo grado académico que otorga la carrera correspondiente, o ser un profesional con trayectoria reconocida en el campo de los medios audiovisuales, en cuyo caso deberá cumplir los requisitos establecidos para los docentes profesionales en el Art. 10°. Los directores de Trabajo Final serán designados por el Director de la Especialización. En el momento de aceptar la dirección no deberá tener a su cargo la dirección de más de cuatro (4) tesis de posgrado en forma simultánea. Las mismas condiciones regirán para el Codirector.

Artículo 20°.- Serán funciones del Director de Trabajo Final:

- a) Guiar al alumno en la elaboración del Proyecto correspondiente y en la realización de las Prácticas Profesionales supervisadas.
- b) Asesorar al alumno durante el desarrollo del trabajo en todo lo que fuere necesario, a fin de contribuir a su conclusión, en el menor tiempo posible y dentro de los plazos establecidos.
- c) Requerir al alumno informes de avance de su trabajo y advertir y aconsejarlo cuando su rendimiento no sea satisfactorio.
- d) Recomendar la redacción definitiva del Informe del Trabajo Final.
- e) Decidir si el trabajo está en condiciones de ser presentado, para su evaluación por el Tribunal.

Artículo 21.º Serán funciones del Codirector:

- a) Asesorar al alumno durante el desarrollo de las Prácticas Profesionales supervisadas y del Trabajo Final en todo lo que fuere necesario, a fin de contribuir a su conclusión, en el menor tiempo posible y dentro de los plazos establecidos.
- b) Reemplazar al Director de Trabajo Final en caso de alejamiento temporario o permanente.

Artículo 22°.- En caso de alejamiento definitivo o incumplimiento del Director, éste podrá ser reemplazado por el Codirector. Cuando correspondiere, el alumno podrá proponer un nuevo Director, que deberá ser aceptado por el Comité Académico de la Carrera. En ese caso, la solicitud de cambio deberá acompañarse con una nota del Director a reemplazarse en la que renuncia a la Dirección del Trabajo Final.

Artículo 23°.- Otorgamiento del Título. Cuando el alumno haya cumplido con todos los requisitos previstos, el Director de la Especialización elevará las actuaciones a la Dirección del Centro de Estudios Avanzados a fin de que se realicen los trámites pertinentes para que la Universidad Nacional de Córdoba otorgue el título correspondiente.

**UNC**Universidad
Nacional
de Córdoba**CEA**Centro
de Estudios
Avanzados

Cláusulas Transitorias

Cláusula Transitoria 1.- En casos excepcionales, la Dirección y Dirección Alterna de la carrera podrán ser ejercidas por personas que, sin contar con título de posgrado acrediten mérito equivalente demostrado por su trayectoria académica, tal como se establece en el Inc. III.1ª. del Art. 26 del Reglamento Interno del CEA.

Cláusula Transitoria 2.- En casos excepcionales, la Coordinación Académica de la carrera podrá ser ejercida por personas que, sin contar con título de posgrado, acrediten mérito equivalente demostrado por su trayectoria académica, tal como se establece en el Inc. III.1ª. del Art. 26 del Reglamento Interno del CEA.

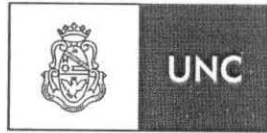
Operacionalización de la noción de mérito equivalente para las cláusulas transitorias 1 y 2

A los fines de la Especialización en Medios Audiovisuales y Ciudadanía, se entenderá por méritos equivalentes el contar necesariamente con los siguientes antecedentes:

- Experiencia académica relevante en investigación como director y/o co-director de proyectos de investigación aprobados por organismos competentes.
- Tener experiencia en formación de recursos humanos, dirección y/o co-dirección de trabajos finales de grado, tesis de posgrado y/o becarios.
- Contar con publicaciones nacionales e internacionales (al menos tres trabajos con referato en los últimos 5 años).
- Participación como evaluador en tribunales de trabajos finales de grado y tesis.
- Ser o haber sido profesor universitario por concurso en asignaturas vinculadas a la problemática de la carrera.

Cláusula Transitoria 3.- También podrán ser designados como docentes de los seminarios teórico-prácticos, personas que independientemente de contar con títulos académicos (de grado o posgrado) acrediten al menos cinco (5) años de desempeño profesional en medios audiovisuales y al menos dos de los siguientes antecedentes:

- Desempeñarse y/o haberse desempeñado en cargos directivos en medios audiovisuales sin fines de lucro y/o públicos;
- Desempeñarse y/o haberse desempeñado en la función pública en áreas específicas de comunicación audiovisual;
- Ejercer o haber ejercido la representación de asociaciones y/o federaciones de medios audiovisuales sin fines de lucro y/o públicos;
- Participar y/o haber participado del dictado de cursos, seminarios y/o talleres de comunicación en el marco de organismos públicos o asociaciones de la sociedad civil;
- Haber ejecutado proyectos específicos en el área de medios audiovisuales sin fines de lucro y/o públicos;
- Haber obtenido premios y distinciones por su labor profesional en medios audiovisuales.



Universidad
Nacional
de Córdoba



Centro
de Estudios
Avanzados



ANEXO III

ESPECIALIZACIÓN EN MEDIOS AUDIOVISUALES Y CIUDADANÍA

AUTORIDADES

Directora: Prof. Maria Cristina Mata (CEA-UNC)

Directora Alternativa: Mgter. Daniela Inés Monje

Comité Académico

Dr. Damián Loreti (UBA)

Dra. Mabel Grillo (UNRC - UNC)

Mgter. Daniela Inés Monje (UNVM - UNC)

Dr. Martín Becerra (UNQ - CONICET)

Ab. Esteban Falcón (SRT-UNC)

CUERPO DOCENTE

Profesores estables y tutores: Mger. Daniela Monje, Mger. Claudia Villamayor, Dr. Damián Loreti, Mger. Jorge Huergo, Esp. Liliana Córdoba, Dr. Diego Levis, Ab. Esteban Falcón, Esp. Carlos Liendo, Lic. Martín Iglesias, Dra. Soledad Segura, Lic. María Cristina Mata, Lic. Bernarda Llorente, Lic. Víctor Hugo Díaz, Lic. Damián Valls, Mger. Ana Mohaded, Dra. Mabel Grillo, Esp. Verónica Fiorito, Dra. Patricia Fasano, Esp. Santiago Martínez Luque.

Profesores invitados: Esp. Luis Lázaro, Lic. Osvaldo Nemirovski, Ezequiel Cazzola, Ernesto Lamas, Periodista María Seoane, Néstor Busso.

**UNC**Universidad
Nacional
de Córdoba**CEA**Centro
de Estudios
Avanzados

AÑO	SEMESTRE	MODULO	ASIGNATURA	DOCENTES
1º año	1º semestre	Módulo I. Políticas de Comunicación y Ciudadanía	Curso: Políticas de Comunicación en Argentina	Mgter. Daniela Monje
			Sem. Oblig.: Democratización de la comunicación audiovisual: instituciones y prácticas	Esp. Luis Lázzaro y Mgter. Claudia Villamayor
			Sem. Opt. Libertad de expresión y derecho a la información: aspectos filosóficos, normativos y jurídicos	Dr. Damián Loreti
			Sem. Opt. Comunicación/Educación ciudadana	Mgter. Jorge Huergo
			Taller de Prácticas de Integración I	Esp. María Liliana Córdoba
		Módulo II. Gestión Integral de Medios Audiovisuales	Curso: La digitalización de los medios audiovisuales	Dr. Diego Levis
			Sem.Oblig.: Aspectos legales e institucionales para la gestión de medios audiovisuales	Ab. Esteban Falcón
			Sem. Oblig.: Aspectos político-técnicos de la gestión de medios de comunicación	Néstor Busso
			Sem. Opt. La televisión digital en Argentina	Esp. Carlos Liendo y Lic. Osvaldo Nemirovski
			Sem. Opt: La digitalización de la radiodifusión sonora	Lic. Martín Iglesias
	Taller de Prácticas de Integración II	Dra. Soledad Segura		
	2º semestre	Módulo III. Programación y Producción de Contenidos para Medios Audiovisuales	Curso: Los medios audiovisuales y sus audiencias	Lic. María Cristina Mata
			Sem. Oblig.: Departamentos de producción en los medios audiovisuales	Lic. Bernarda Llorente y Periodista María Seoane
			Sem. Oblig: Estrategias de programación y modalidades de producción para televisión	Lic. Víctor Hugo Díaz
			Sem.Oblig: Programación radiofónica para la ciudadanía	Lic. Damián Valls
			Sem. Opt. Guionado para Televisión	Mgter. Ana Mohaded y Ezequiel Cazzola
			Sem. Opt. Estudios de audiencia	Dra. Mabel Grillo
			Sem. Opt. Producción de contenidos educativos para televisión	Esp. Verónica Fiorito
			Sem. Opt. Producción y promoción cultural desde las radios	Dra. Patricia Fasano y Ernesto Lamas
Taller de Prácticas de Integración III			Esp. Santiago Martínez Luque	
2º año	3º semestre	IV. Diseño de proyectos y propuestas	Taller de Trabajo Final	Esp. María Liliana Córdoba, Dra. Soledad Segura, Esp. Santiago Martínez Luque, Lic. Víctor Hugo Díaz
	4º semestre		Prácticas Profesionales supervisadas	Esp. María Liliana Córdoba, Dra. Soledad Segura, Esp. Santiago Martínez Luque, Lic. Víctor Hugo Díaz

Especialización en Medios Audiovisuales y Ciudadanía



Punto de Equilibrio	
Cantidad	Saldo Superavit
30	\$ 3.900

Cantidad	Detalle	Valor	Total	Observaciones
30	Cantidad Mínima de Alumnos	\$ 10.000	\$ 300.000	
60	Cantidad Máxima de Alumnos	\$ 10.000	\$ 600.000	
1	Matrícula	\$ 400	\$ 400	
18	Cuotas Mensuales	\$ 400	\$ 7.200	
6	Cuotas Tutoría	\$ 400	\$ 2.400	
270	Horas Cátedras	\$ 200	\$ 54.000	
60	Horas Prácticas	\$ 200	\$ 12.000	
20	Meses de Dirección	\$ 2.000	\$ 40.000	
20	Meses de Coordinación	\$ 2.000	\$ 40.000	
20	Meses de Secretaría	\$ 1.500	\$ 30.000	
5%	Retención UNC			
25%	Retención CEA			
0%	Retención Especialización			
0%	Gastos Imprevistos			
14	Pasajes y Viáticos	\$ 1.300		
14	Alojamiento	\$ 850		

RECAUDACION				
		Mínimo	Máximo	Diferencia
1º Año		\$ 120.000	\$ 240.000	\$ 120.000
2º año		\$ 108.000	\$ 216.000	\$ 108.000
Tesina		\$ 72.000	\$ 144.000	\$ 72.000
TOTAL		\$ 300.000	\$ 600.000	\$ 300.000
EROGACION				
Honorarios				
270	Honorarios docentes teoría	\$ 200	\$ 54.000	\$ 54.000 \$ -
60	Honorarios docentes práctica	\$ 200	\$ 12.000	\$ 12.000 \$ -
Subtotal			\$ 66.000	\$ 66.000 \$ -
Administración				
20	Dirección	\$ 2.000	\$ 40.000	\$ 40.000 \$ -
20	Coordinación	\$ 2.000	\$ 40.000	\$ 40.000 \$ -
20	Secretaría	\$ 1.500	\$ 30.000	\$ 30.000 \$ -
Subtotal		\$ 5.500	\$ 110.000	\$ 80.000 \$ -
Gastos Varios				
14	Pasajes y Viáticos (1)	\$ 1.300	\$ 18.200	\$ 18.200 \$ -
14	Alojamiento (2)	\$ 850	\$ 11.900	\$ 11.900 \$ -
0%	Otros (3)		\$ -	\$ - \$ -
Subtotal			\$ 30.100	\$ 30.100 \$ -
Retenciones				
5%	UNC		\$ 15.000	\$ 30.000 \$ 15.000
25%	CEA		\$ 75.000	\$ 150.000 \$ 75.000
0%	Especialización		\$ -	\$ - \$ -
Subtotal			\$ 90.000	\$ 180.000 \$ 90.000
TOTAL			\$ 296.100	\$ 356.100 \$ 90.000
SALDO			\$ 3.900	\$ 243.900 \$ 210.000

Especialización en Medios Audiovisuales y Ciudadanía



COSTO PARA EL ALUMNO			
PRIMER AÑO			
1	Matricula	\$ 400	\$ 400
9	Cuotas mensuales	\$ 400	\$ 3.600
		Subtotal	\$ 4.000
SEGUNDO AÑO			
9	Cuotas mensuales	\$ 400	\$ 3.600
		Subtotal	\$ 3.600
TRABAJO FINAL			
6	Cuotas tutoría	\$ 400	\$ 2.400
		Subtotal	\$ 2.400
TOTAL COSTO PARA EL ALUMNO			\$ 10.000

Aclaraciones sobre el presupuesto de la Especialización en Medios Audiovisuales y Ciudadanía



- Respecto de las erogaciones estimadas para el ítem Administración, el subtotal de gasto máximo es de \$110.000, tal como se deriva de la suma de los diversos conceptos (Dirección, Coordinación y Secretaría).
- Como se indica en el ítem VI del Proyecto de Especialización, se prevé contar con apoyos económicos que faciliten el otorgamiento de becas. Se espera disponer de al menos 4 becas totales y 4 becas parciales por cohorte.
- La sustentabilidad de la carrera se ajusta a lo dispuesto en la Resolución 6/91.
- Para el cálculo de los honorarios para docentes, considerar que aquellos profesores que integran la planta docente del CEA (Mata, Monje, Mohaded y Córdoba) no perciben honorarios por parte de la carrera.

Curso: LOS MEDIOS AUDIOVISUALES Y SUS AUDIENCIAS

Docente responsable: Lic. María Cristina Mata

Docente a cargo del dictado: Lic. María Cristina Mata

Carga horaria: 20 horas

Modalidad de dictado: El curso se dictará en cinco clases consecutivas de 4 horas de duración cada una, en el periodo de una semana. En cada una de ellas se abordarán los contenidos teóricos propuestos en las tres unidades que componen el programa.

Correlatividades: El curso no tiene correlatividades. Se requiere su regularización para cursar el Taller de Trabajo Final.

FUNDAMENTACIÓN

La vinculación con la audiencia es, sin dudas, uno de los aspectos más relevantes que intervienen en el diseño y operación de cualquier medio de comunicación. Desde la perspectiva del mercado, la correcta definición del público meta y la implementación de estrategias adecuadas para garantizar una eficaz interlocución que se exprese en índices de aceptación y consumo, son requisitos imprescindibles de éxito y rentabilidad. Ocurre lo propio desde la perspectiva de medios públicos y medios denominados genéricamente alternativos, aún cuando sus objetivos puedan diferir respecto de los medios comerciales. En suma, no existen medios creados sin la pretensión de ser leídos, escuchados o mirados. Pero esa intencionalidad se complejiza cuando además, desde esos propios medios, se busca promover los derechos a la comunicación como inescindibles de la condición ciudadana y la vigencia y profundización de la democracia. Es justamente esa complejidad la que se abordará en este curso a través de aportes conceptuales y reflexiones basadas en diversas experiencias desarrolladas desde medios audiovisuales.

OBJETIVOS

Los objetivos del curso son los siguientes:

1. Promover la reflexión en torno a las implicancias que tiene para la gestión y producción de medios audiovisuales, el reconocimiento de los derechos a la comunicación de la población.
2. Brindar elementos básicos para el diseño de estrategias de interacción con las audiencias que fortalezcan su condición ciudadana.

CONTENIDOS

Unidad 1

La condición de públicos y ciudadanos como dimensiones identitarias; complementariedad y diferenciación. Los derechos a la información pública y la libre expresión como derechos de las audiencias. Su negación y/o reconocimiento por los

medios masivos audiovisuales de diferente tipo. El lugar del público en la nueva normativa sobre medios audiovisuales.

Unidad 2

El público como actor comunicativo; la producción de sentido en recepción. Los procesos de interlocución, reconocimiento y participación como procesos de construcción de audiencias. Lógicas institucionales y lógicas de programación implicadas.

Unidad 3

Estrategias para la definición de públicos. Reconocimiento del mercado y la cultura mediática y de las necesidades comunicativas de diferentes sectores de la población. Estrategias de segmentación de públicos y de organización de contenidos en franjas de programación.

METODOLOGÍA DE TRABAJO

El Curso se desarrollará en 5 clases de cuatro horas de duración cada una. La exposición de nociones en torno a los contenidos de cada unidad será complementada con el análisis de diferentes estrategias de definición de públicos realizadas por medios audiovisuales gestionados desde perspectivas ciudadanas. Durante la última clase y a fin de fortalecer el proceso reflexivo por parte de los alumnos se trabajará con casos empíricos de definición de audiencias y selección de contenidos adecuados.

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Se requiere una asistencia al 80% de las clases para regularizar el curso.

La evaluación del curso consistirá en la elaboración individual, por parte de los alumnos, de un trabajo monográfico dedicado a la discusión de alguno de los núcleos conceptuales desarrollados a lo largo del curso. Formato de presentación del trabajo: extensión mínima de 10 páginas y máxima de 15, tipografía Times New Roman cuerpo 12, interlineado 1 ½.

La evaluación se aprobará con una calificación mínima de 7 (siete) puntos, en una escala de 0 (cero) a 10 (diez), ajustándose a lo establecido en el Reglamento de Funcionamiento de la Especialización.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ANG, Ien, "Cultura y Comunicación. Hacia una crítica etnográfica del consumo de los medios en el sistema mediático transnacional" en DAYAN, Daniel, *En busca del público*, Gedisa, Barcelona, 1997.

CORNER, John, "Géneros televisivos y recepción" en DAYAN, Daniel, *En busca del público*, Gedisa, Barcelona, 1997.

LIVINGSTONE, S y LUNT, P., "Un público active, un telespectador critico" en DAYAN, Daniel, *En busca del público*, Gedisa, Barcelona, 1997.

LULL, James, "La estructuración de las audiencias masivas", en *Diálogos de la Comunicación* N° 32, Felafacs, Lima, 1992.



MACÉ, Eric, "La televisión del pobre. La participación del público", DAYAN, Daniel, *En busca del público*, Gedisa, Barcelona, 1997.

MATA, María C., "Medios masivos: lo que nombra el consumo" en *Revista Estudios N° 7*, CEA- Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, 1996.

----- *Públicos y consumos culturales en Córdoba*, CEA- Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, 1997.

----- "Interrogaciones sobre el público" en VASSALLO DE LOPES, M y FUENTES NAVARRO, R, en *Comunicación, campo y objeto de estudio*, ITESO y otros, México, 2001.

----- "Radio: memorias de la recepción. Aproximaciones a la identidad de los sectores populares" en SUNKEL, Guillermo (coord.) *El consumo cultural en América Latina*, Convenio Andrés Bello, Bogotá, 2006.

----- "Recorridos: De los sectores populares, al público y la ciudadanía" en *Revista Argentina de Comunicación*, Prometeo-Fadeccos, Buenos Aires, 2011 (en prensa).

OROZCO, Guillermo, "Televidencias y mediaciones. La construcción de estrategias por la audiencia", en SUNKEL, Guillermo (coord.) *El consumo cultural en América Latina*, Convenio Andrés Bello, Bogotá, 2006.

SCHRODER, Kim, "Calidad cultural: ¿la persecución de un fantasma?", en DAYAN, Daniel, *En busca del público*, Gedisa, Barcelona, 1997.

Centro de Estudios Avanzados
Especialización en Medios Audiovisuales y Ciudadanía

Seminario obligatorio: **Programación radiofónica para la ciudadanía**

Docente responsable: Lic. Damián Valls

Docente a cargo del dictado: Lic. Damián Valls

Carga horaria: 20 horas

Modalidad de dictado: El seminario se dictará en cinco clases consecutivas de 4 horas de duración cada una. En cada una de ellas se abordarán, de manera integral, contenidos teóricos y actividades de carácter práctico.

Correlatividades: El seminario no tiene correlatividades. Se requiere su regularización para cursar el Taller de Prácticas de Integración III.

FUNDAMENTACIÓN

Las Nuevas Radios¹ en la República Argentina tienen una historia de aproximadamente veinticinco años.

Durante todo este tiempo tuvieron, salvo algunas excepciones, un espacio muy desdibujado dentro del ámbito académico. Las pequeñas zonas que ocuparon estuvieron fuertemente vinculadas a la explicación de su propia existencia en el esquema general de medios y en algunos casos a la reivindicación de las experiencias desde una perspectiva de derecho.

Es decir, en gran medida, la discusión en todos estos años estuvo anclada fuertemente a la defensa a la Libertad de expresión de los actores sociales que llevaban adelante estos medios y su propia legitimidad. La Nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual consagra este derecho.

A partir de allí se abre una serie de discusiones, que siempre existieron pero de manera más solapada y que rara vez cruzaron las puertas de las propias emisoras. Una de estas discusiones aparece bajo la pregunta acerca de cómo comunicamos, con quien y de qué modo. Cómo construimos emisoras y programas de radio que se inserten en el mapa general de ofertas radiofónicas que deben lograr, además de sus propias audiencias, una valoración positiva dentro de la ciudadanía.

Observar las tensiones que supone los nuevos usos que hacen los oyentes del medio radiofónico, las ofertas de este mercado y las importantes áreas de vacancia de esta oferta con respecto a amplios sectores de la población, no sólo en términos de agendas, sino también de estéticas y estilos, que en definitiva, son insumos centrales a la hora de planificar una producción para radio.

Generar nuevos usos del medio, nuevas estéticas, nuevas maneras de interpelar y seducir a nuestras (¿nuevas?) audiencias, es parte de un problema muy dinámico que debemos atender permanentemente.

¹ Como afirman Ernesto Lamas y Hugo Lewin en su artículo "Aproximación a las radios de nuevo tipo" en la revista Causas y Azares. Otoño 1995. Pueden ser denominadas Populares, comunitarias, educativas, Libres, alternativas, cooperativas, asociativas, etc.

OBJETIVOS

General

Brindar herramientas para el diseño, realización y evaluación de distintos tipos de producciones radiofónicas que favorezcan la participación y el fortalecimiento del derecho a la comunicación.

Específicos

Conocer las características específicas de los distintos tipos de programaciones existentes y los géneros y formatos radiofónicos como recursos para construirlas.

Desarrollar un plan de producción radiofónico que contemple no sólo la perspectiva de agenda y posicionamiento ideológico del proyecto sino también la dimensión conceptual en la construcción de un escenario/radio orientado a la ciudadanía.

Brindar herramientas para la evaluación de un producto radiofónico tanto desde una perspectiva estratégica como técnica.

CONTENIDOS

Unidad 1. Programación en Radio. Perfil de distintas propuestas en función de distintas audiencias, mercados, geografías. Usos de la radio. Idea y Concepto. Construcción de "Escenario". ¿A quién le habla esa radio? Radio y ciudadanía.

Unidad 2. Géneros y formatos. Elección en función de los objetivos comunicacionales, de los perfiles de audiencia y también "de lo que tenemos a mano". Programas, campañas, series, micros, artística de la emisora.

Unidad 3. Evaluación de la producción radiofónica. Algunos intentos de superar el "Me gusta" y el "No me gusta". Creatividad. Qué es lo que sirve de cada idea. Criterios para la toma de decisiones en el plano artístico.

METODOLOGÍA DE TRABAJO

En todas las clases se combinará la exposición del docente con la visualización y el análisis de programaciones y propuesta de producciones radiofónicas de medios locales y nacionales.

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Para regularizar el seminario se requiere asistir al 80% de las clases.

La evaluación del seminario se realizará de manera individual en el marco del Taller de Prácticas de Integración III. Los alumnos podrán optar entre analizar una experiencia de producción radiofónica –preferentemente propia- a partir de los contenidos desarrollados en el seminario o elaborar una propuesta de producción para radio con perspectiva ciudadana. La evaluación se aprobará con una calificación mínima de 7

(siete) puntos, en una escala de 0 (cero) a 10 (diez), ajustándose a lo establecido en el Reglamento de Funcionamiento de la carrera.



BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Alves, W. CIESPAL. La Cocina Electrónica. Quito, Ed. CIESPAL.
- Arnheim, R. Estética Radiofónica. México, Gustavo Gili.
- Alfaro Moreno, M. ¿La radio en crisis?, ¿Ciudadanía sin palabra sonora?. En Alfaro Moreno, R (comp). La radio ciudadana del futuro. CALANDRIA y CEAAL, Lima, 1999.
- Camacho, L. La imagen radiofónica. McGraw-Hill Interamericana Editores. México. 1999.
- López Vigil, J. Manual Urgente Para Radialistas Apasionados. Quito, Editores Varios.
- Olivera, A. Ladran. En Autores Varios, La Tribu. Comunicación Alternativa. Ediciones La Tribu. Buenos Aires. 2000. (Sobre LT 22 Radio La Colifata).
- Palmerio, C. La Industria del disco. Observatorio de Industrias culturales de la Ciudad de Buenos Aires. 2006.
- Rincón, O. Narrativas mediáticas. O como se cuenta la sociedad del entretenimiento. Capítulo 6: Narrativas de la radio. Ed. Gedisa. Barcelona 2006
- Roncagliolo, R. Cuatro tesis equívocas sobre radio y educación ciudadana. En Alfaro Moreno, Rosa María (comp). La radio ciudadana del futuro. CALANDRIA y CEAAL, Lima, 1999.
- Schaeffer, P. Tratado de los objetos musicales, Alianza Editorial, Madrid, 1988.
- Valls, D. Registrando la realidad sonora Universidad Católica Boliviana y ERBOL. Bolivia. 2002.
- Valls, D. No sólo de radio vive el hombre. En Autores Varios, La Tribu. Comunicación Alternativa. Ediciones La Tribu. Buenos Aires. 2000.



**Centro de Estudios Avanzados
Especialización en Medios Audiovisuales y Ciudadanía**

Seminario obligatorio: **Aspectos político-técnicos de la gestión de medios de comunicación**

Docente responsable: Néstor Busso

Docente a cargo del dictado: Néstor Busso

Carga horaria: 20 horas

Modalidad de dictado: El seminario se dictará en cinco clases consecutivas de 4 horas de duración cada una. En cada una de ellas se abordarán, de manera integral, contenidos teóricos y actividades de carácter práctico.

Correlatividades: El seminario no tiene correlatividades. Se requiere su regularización para cursar el Taller de Prácticas de Integración II.

FUNDAMENTACIÓN

La sanción en octubre de 2009 de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (26.522) en Argentina plantea un escenario normativo que da cuenta de un proceso profundo de transformación en la lógica desde la cual intervenir en el campo de la comunicación en nuestro país. Pensando a la actividad comunicacional como un derecho humano y no como un mero negocio comercial, la Ley expresa un posicionamiento político e ideológico coherente con el trabajo de 25 años de las radios comunitarias y populares en nuestro país, camino recorrido junto a cientos de organizaciones sociales, comunitarias, sindicales, emprendimientos de la economía social, pueblos originarios, universidades, entre muchos otros actores sociales.

El escenario que se abre a partir del cambio en la legislación en comunicación, desafía a quienes se proponen producir contenidos, promover debates, indagar en los temas y problemas que atraviesan a las comunidades y las sociedades en sus distintos niveles (local, municipal, provincial, regional, nacional e incluso latinoamericano y mundial) ya que encuentran en este nuevo escenario mejores condiciones para ejercer la comunicación desde una perspectiva ciudadana, con vocación de indagar en los temas que los grupos mediáticos dominantes no abordan.

Poder diseñar, planificar, gestionar y evaluar procesos de comunicación mediática para la ciudadanía implica, en primer lugar, posicionarse desde un lugar político ideológico vinculado con la problemática del ejercicio de derechos y su ampliación. En segundo, generar y poner en práctica las herramientas conceptuales y metodológicas que promuevan la participación y decisión colectiva para construir organizaciones e sostenibles desde lo económico, pero también sólidas desde su perspectiva política y sus dimensiones institucionales.

OBJETIVOS



- Desplegar conocimientos y desarrollar capacidades para la elaboración de proyectos políticos comunicacionales para los medios audiovisuales con orientación ciudadana.
- Ejercitar el diseño de estrategias de gestión en medios audiovisuales orientados a la ciudadanía en sus etapas de diagnóstico, planificación y evaluación.

CONTENIDOS

UNIDAD 1. El proyecto político comunicacional (PPC)

Recuperando la experiencia latinoamericana de reflexión, análisis y acción de medios populares y alternativos. El proyecto político comunicacional (PPC). Dimensión de la sostenibilidad. Dimensión estética. Dimensión de incidencia. Dimensión de la producción de sentidos. El PPC como proceso móvil, flexible y dinámico. Casos y experiencias en América Latina. Técnicas de reflexión y participación.

UNIDAD 2: Diagnóstico

El Diagnóstico como base de la labor proyectual. Herramientas de diagnóstico. Análisis de contexto local, regional, nacional e internacional. Oportunidades y Amenazas. Capacidades propias. Fortalezas y Debilidades. Capacidad de alianzas y articulaciones con actores sociales.

UNIDAD 3: Planificación estratégica

Misión, Visión, Valores y definición de Objetivos. Elementos fundamentales para la elaboración y gestión de un proyecto. Técnicas y herramientas. El proceso de la gestión. Eficacia y eficiencia. Dimensiones económico-gerenciales y políticas de la gestión.

UNIDAD 4: Evaluación de procesos

Coherencia interna y Correspondencia externa del proyecto. Sostenibilidad y Vulnerabilidad. Modelos y herramientas de evaluación

METODOLOGÍA DE TRABAJO

En el total de las clases se trabajará con una modalidad participativa que propicie el trabajo colectivo, a partir de la combinación de diferentes herramientas pedagógicas:

- Exposición y debate.
- Estudios de caso.
- Trabajos grupales con instancias de puesta en común.

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Se requiere una asistencia mínima al 80% de clases para regularizar el seminario.

La evaluación del seminario se realizará en el marco del Taller de Prácticas de Integración II. Los alumnos, de forma individual, deberán formular un proyecto de medio audiovisual o estrategias de gestión de áreas particulares de algún medio de ese tipo. La evaluación se



aprobará con una calificación mínima de 7 (siete) puntos, en una escala de 0 (cero) a 10 (diez), ajustándose a lo establecido en el Reglamento de Funcionamiento de la carrera.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ALER (2009): *La vuelta y media. Reflexiones alrededor del proyecto político comunicativo*. Quito, Ecuador.

ALER (2008): *Un camino a recorrer. Proyecto político comunicativo de la radio popular latinoamericana*. Material no editado, disponible en www.aler.org

De Souza Silva, José (2005): "El futuro de la planificación y la planificación del futuro. Paradigmas emergentes para la planificación del desarrollo humano y la participación ciudadana". Maestría en Desarrollo Humano de la Carrera de Gestión Social de la Escuela de Trabajo Social, Pontificia Organización Católica del Ecuador (PUCE).

De Souza Silva, José (2010) "La pedagogía de la pregunta y el 'día después del desarrollo' Hacia la educación contextualizada para construir el *buen vivir* en el mundo rural latinoamericano". Documento de apoyo a la presentación del autor, el día 8 de julio de 2010, en el "III Congreso Nacional de Educación Rural" realizado en Medellín, Colombia.

MATUS, Carlos (2007) *MAPP. Método Altadir de Planificación Popular*. Buenos Aires: Lugar Editorial. P.60

MATUS, Carlos (1998) *Estrategia y plan*. México: Siglo veintiuno editores, 11° edic. Pp. 70-192.

MIDDLETON, John (1981) *Enfoques sobre la planificación de la comunicación*, Quito: CIESPALUNESCO. Pp. 45-63.

POGGIESE, Héctor (1994). Metodología FLACSO de planificación – gestión. Serie de Documentos e Informes de investigación. FLACSO N° 163. Disponible en http://www.flacso.org.ar/uploaded_files/Publicaciones/Metodologia.FLACSO.de.planificacion.gestion.pdf.

URANGA, Washington; *Planificación prospectiva estratégica desde la comunicación*. Disponible en www.catedras.fsoc.uba.ar/uranga/cuadro_proceso.doc

Centro de Estudios Avanzados
Especialización en Medios Audiovisuales y Ciudadanía

Seminario optativo: **Estudios de audiencia**

Docente responsable: Dra. Mabel Grillo

Docente a cargo del dictado: Dra. Mabel Grillo

Carga horaria: 20 horas

Modalidad de dictado: El seminario se dictará en cinco clases consecutivas de cuatro horas de duración cada una, en el período de una semana. En cada una de ellas se abordarán, de manera integral, contenidos teóricos y actividades de carácter práctico.

Correlatividades: El seminario no tiene correlatividades. Se requiere su regularización para cursar el Taller de Prácticas de Integración III.

Fundamentación

Usualmente, los estudios de audiencia se orientan a recabar información destinada al diseño de estrategias para la obtención de índices crecientes de audiencia. Para los medios con fines de lucro, esa información es crucial en pos de generar mayores ganancias por medio de la pauta publicitaria.

Pero los estudios de audiencia también pueden ser pensados y diseñados como herramientas para la creación, gestión y producción en medios públicos y sin fines de lucro. Esos estudios pueden realizarse para conocer los hábitos y consumos de los públicos, pero también las demandas y necesidades culturales e informativas que no encuentran canales de expresión; las expectativas en torno a la participación en la comunicación del medio, entre otros. Este conocimiento, que debe ser sistemática y periódicamente producido, puede ayudar a la consolidación o redefinición de las líneas de trabajo, la programación y la estética del medio, a fin de que este se constituya efectivamente en un espacio de representación, participación y expresión de la diversidad de las voces ciudadanas.

Objetivos

- Presentar los fundamentos conceptuales de los estudios clásicos sobre público y recepción de los medios masivos de comunicación, desarrollados en el marco de la teoría social.
- Reconocer la importancia del trabajo de campo para identificar los límites de las teorías sobre audiencia y recepción de los medios masivos de comunicación.
- Identificar diseños y estrategias de investigación de acuerdo con los objetivos de conocimiento sobre las audiencias de los medios masivos de comunicación públicos y sin fines de lucro.

Contenidos del seminario

UNIDAD 1

Perspectiva histórica de los estudios de audiencia: Las teorías sobre lo social y las concepciones cambiantes del público de los medios masivos de comunicación. El desafío de los medios digitales. Niveles de observación y análisis en la investigación las audiencias.

UNIDAD 2

El estudio de audiencias: tipología. Definiciones de la audiencia de los distintos medios masivos de comunicación. Diseño de un estudio de audiencias. Utilización de los resultados en la gestión del medio y la producción de contenidos.

UNIDAD 3

Métodos y técnicas para el estudio de audiencias. El diseño descriptivo y las encuestas. En busca del sujeto en la recepción y el consumo: la entrevista en profundidad, el grupo de discusión, los relatos de vida y las etnografías de la recepción. La triangulación: sus alcances y límites para la articulación de resultados cuantitativos y cualitativos de los estudios de recepción.

Metodología de trabajo

El seminario es de índole teórico-práctico. Además de asistir a la exposición de contenidos teóricos por parte del docente, los alumnos revisarán y discutirán estudios de audiencia facilitados por la docente.

Metodología de evaluación

Para regularizar el seminario se requiere asistir al 80% de las clases.

La evaluación del seminario se realizará de forma individual en el marco del Taller de Prácticas de Integración III. Los alumnos que hayan cursado este seminario optativo, deberán elaborar un proyecto de investigación sobre audiencias en medios audiovisuales que incluya las opciones metodológicas, estratégicas y técnicas desarrolladas en el seminario.

La evaluación se aprobará con una calificación mínima de 7 (siete) puntos, en una escala de 0 (cero) a 10 (diez), ajustándose a lo establecido en el Reglamento de Funcionamiento de la carrera.

Bibliografía

Aceves Lozano, J. (1998) "La elaboración de historias de vida". En Galindo Cáceres, J. *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. Addison Wesley Longman México. Pp 243-264

Aldridge, A. y K. Levine (2003) *Topografía del mundo social. Teoría y práctica de la investigación mediante encuestas*. Gedisa Barcelona

Archenti, N. (2007) "Focus group y otras formas de entrevista grupal". En Marradi, A., N. Archenti y J.I. Piovano (2007) *Metodología de las ciencias sociales*. Edit. Emecé. Bs. As Pp.:227-236

- Archenti, N. y Piovani, J. (2007) "Los debates metodológicos contemporáneos". En Marradi, A., N. Archenti y J. Piovani (2007) *Metodología de las ciencias sociales*. Emece Bs. As.
- Bertaux, D. (2005) *Los relatos de vida. Perspectiva etnosociológica*. Ediciones Bellaterra. Barcelona.
- D'Ancona, M.A.C, (1999) *Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación social*. Síntesis, Madrid.
- De Miguel, R. (2005) "El grupo de discusión en la investigación en comunicación masiva". En Berganza Conde, Ma. R. y Ruiz San Román, J. *Investigación en comunicación*. Mc Graw Hill. Madrid. Cap. XI
- Gallart, M. (1992) "La integración de los métodos y la metodología cualitativa. Una reflexión desde la práctica de investigación." En Forni, Gallart y Vasilachis. *Métodos cualitativos II*. Centro Editor de América Latina. Buenos Aires. Pp.107-151.
- Grillo, M.; C. Rusconi y M. Bosco (1996;1999;2003;2007;2010) *Estudios de audiencia*. Ciudad de Río Cuarto. Cuadernos del CICOM. UNRC.
- Hammersley, M. y P. Atkinson (1994) *Etnografía*. Paidós. Barcelona. Cap.1 y2. Pp.15-67.
- Lahire, B. (2006^a) *El espíritu sociológico*. Ed. Manantial. Bs. As.
- Lahire, B. (2006 b) *A cultura dos indivíduos*. Artmed. Porto Alegre.
- Maigret, E. 2005 *Sociología de la comunicación y de los medios*. Fdo. de C.E. México D.F.
- Mallimaci, F. y V. Jiménez Beliveau ((2007) "Historia de vida y métodos biográficos". En Vasilachis de Gialdino, Irene. *Estrategias de investigación cualitativa*. Gedisa. Barcelona. Pp.: 175-212
- Mata, M.C. (1997) *Públicos y Consumos Culturales en Córdoba*. Centro de Estudios Avanzados, Universidad Nacional de Córdoba, Argentina.
- Marcus, G. (2001) "Etnografía en/del sistema mundo. El surgimiento de la etnografía multilocal". *Alteridades* 11(22) Pp.: 111-127
- Martín Barbero, J. (1999) "Recepción de medios y consumo cultural: travesías". En Guillermo Sunkel (coord.): *El Consumo Cultural en América Latina*. Convenio Andrés Bello, Colombia.
- Orozco, G. (1996) *Televisión y Audiencia. Un enfoque cualitativo*. Ediciones de la Torre, Universidad Iberoamericana, Madrid.
- Padua, J. (1982) *Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales*. Fondo de Cultura Económico, México D.F.
- Russi Alzaga, B. (1998) "Grupos de discusión. De la investigación social a la investigación reflexiva". En *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. Addison Wesley Longman . México. Pp 75-115.
- Vasilachis, I. (1992) *Métodos Cualitativos I*. Centro Editor de América Latina. Buenos Aires. "Tesis 7". Pp. 65-70.

**Seminario obligatorio: DEMOCRATIZACIÓN DE LA COMUNICACIÓN
AUDIOVISUAL: INSTITUCIONES Y PRÁCTICAS**

Docente responsable: Mgter. Claudia Villamayor

Docentes a cargo del dictado: Esp. Luis Lázzaro y Mgter. Claudia Villamayor

Carga horaria: 20 horas

Modalidad de dictado: El seminario se desarrollará en cinco clases consecutivas, de cuatro horas cada una. Todas las clases contemplarán instancias de desarrollo de contenidos teóricos e instancias prácticas en las que se analicen experiencias de organización de sistemas de medios públicos y experiencias de comunicación popular, comunitaria y ciudadana.

Correlatividades: Este seminario no posee asignaturas correlativas. Se requiere su regularización para cursar el Taller de Prácticas de Integración I.

Objetivos:

- Presentar las definiciones y disposiciones legales referidas a los medios públicos y a los medios comunitarios.
- Abordar los principales problemas teórico-políticos que formula la radiodifusión como servicio público.
- Comparar diferentes experiencias y formas institucionales de organización del sistema público de medios.
- Presentar los modos de constitución de los proyectos político culturales y las concepciones de comunicación de los medios de comunicación populares, comunitarios y ciudadanos a través de su desarrollo histórico en Argentina.
- Analizar los modos de configuración político cultural de los medios populares, comunitarios y ciudadanos, y su relación con la constitución de sus modalidades de gestión y producción.
- Reconocer desafíos y potencialidades para los medios públicos y los medios comunitarios en el mapa mediático argentino.

Contenidos del seminario

Módulo 1: Estado y medios públicos

Las instituciones mediáticas como servicios públicos. Los principios de la radiodifusión pública: accesibilidad, pluralismo, libertad, gratuidad y autonomía. Modelos institucionales y tensiones constitutivas: medios públicos, estatales o gubernamentales. Historia y presente de los modelos de radiodifusión pública en EEUU, Europa, y Latinoamérica. Diagnóstico, balances y perspectivas. El sistema público en la Directiva Europea de Televisión sin Fronteras. La disputa por la excepción cultural en la Organización Mundial del Comercio.

Módulo 2: Medios públicos, ciudadanía y derecho a la comunicación

Los medios públicos desde la óptica del derecho a la comunicación: posibilidades y desafíos. La participación de la ciudadanía en los medios públicos: experiencias y

casos. Observatorios y veedurías de medios. El análisis crítico de los productos y servicios de los medios públicos como política de participación ciudadana. La publicidad comercial y la publicidad oficial en los medios públicos.

Los medios audiovisuales universitarios y la posibilidad de un nuevo discurso público para la democratización del conocimiento.

Los medios públicos no estatales: la comunicación del movimiento indígena en Argentina.

Módulo 3: Medios populares, comunitarios y ciudadanos

Concepciones de comunicación presentes en diferentes tipos de medios sin fines de lucro. Procesos y razones del surgimiento de los medios populares, comunitarios y ciudadanos, estrategias de resistencia y posicionamiento político cultural durante 26 años hasta la sanción de la Ley SCA. La relación estratégica desde y con los movimientos y organizaciones sociales, sindicales, estudiantiles, barriales, locales. Relación con el Estado. Lógicas institucionales y político culturales para el diseño de la asociatividad e incidencia político comunicativa. El trabajo en red a nivel regional, nacional y latinoamericano. Estrategias y luchas por un marco regulatorio favorable en tiempos de democracia (década del ochenta y década del noventa. Comienzo del siglo XXI).

Módulo 4: Los medios públicos y los medios comunitarios a partir de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual: desafíos y potencialidades para la participación ciudadana

Los medios públicos en la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. El sector público estatal (Estado Nacional, provincias, municipios, Universidades Nacionales) y el sector público no estatal (Pueblos Originarios). Alcances y funciones respecto de los medios privados (comerciales y no comerciales). Herramientas de gestión federal y multisectorial. Cambio sustancial de concepción en relación a los medios de comunicación sin fines de lucro a partir de la sanción de la ley. Definiciones y disposiciones de la ley. Diversidad de posicionamientos por parte de estos mismos medios en relación a la ley. Posibilidades y condicionamientos para el desarrollo del sector comunitario en el sistema mediático argentino.

Metodología de dictado

El dictado del seminario se organizará de modo que permita el abordaje, desde una perspectiva histórica y comparativa, de los diferentes modos de configuración de la radio y televisión pública y los medios populares, comunitarios y ciudadanos, y sus potencialidades y contribuciones al ejercicio de la ciudadanía en el terreno comunicacional.

Desde el punto de vista didáctico, se emplearán documentos y materiales compilados por los docentes que permitan generar interactividad entre docentes y alumnos en relación a los contenidos presentados.

Metodología de evaluación

La regularización del seminario requiere la asistencia al 80% de las clases.

La evaluación del seminario se realizará de manera individual en el marco del Taller de Prácticas de Integración I. Los alumnos deberán recuperar, a partir de las experiencias compartidas en el seminario y lo establecido en la Ley de SCA, las potencialidades de medios sin fines de lucro y medios públicos para la democratización de la comunicación en los diseños de propuestas de prácticas audiovisuales.

La evaluación se aprobará con una calificación mínima de 7 (siete) puntos, en una escala de 0 (cero) a 10 (diez), ajustándose a lo establecido en el reglamento de Funcionamiento de la carrera.



Bibliografía

Medios públicos

- Achille, Y. (1994) *Les télévisions publiques en quête d'avenir*. Presses Universitaires de Grenoble: Grenoble.
- Alfaro, R. (comp.) (2006) "De lo estatal a lo público. Medios: ¿de quién y para qué?". Calandria y Veeduría Ciudadana de la Comunicación Social. Lima.
- Barker, C. (2003) *Televisión, globalización e identidades culturales*. Paidós Comunicación.
- Bustamante, E. (coord.) (2003) *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la Era Digital*. Gedisa: Barcelona.
- Ferrell Lowe, G. y Jauert, P. (eds.) (2005) *Cultural dilemmas in Public Service Broadcasting*. Nordicom: Gotemburgo.
- Fuenzalida, V. (2000) *La televisión pública en América latina. Reforma o privatización*. FCE: Santiago de Chile.
- Garnham, N. (1990) "Public service versus the market". En: *Capitalism and communication. Global culture and the economics of information*. Sage: Londres.
- Garnham, N. (1991) "La economía política de la comunicación. El caso de la televisión". En: *Telos 28* (diciembre-febrero de 1991). Pp. 68-75.
- Hamelink, C. (2002) "The civil society challenge to global media policy". En: Marc Raboy (ed.), *Global Media Policy in the new millenium*. University of Luton Press: Luton.
- Hargreaves Heap, S. (2005) "Television in a digital age: what role for public service broadcasting?". En: *Economic Policy 41* (enero de 2005). Pp. 111-157.
- Lázzaro, L. (2010) *La batalla de la Comunicación*. Capítulo 9: "Voluntad política y movilización social." Editorial Colihue: Buenos Aires.
- Luchesi, L. y Rodríguez, M. (coordinadoras) (2007) *Fronteras globales. Cultura, política y medios de comunicación*. Primera Parte: "Espacios comunicacionales". Ediciones La Crujía: Buenos Aires.
- Miguel, J. y Garitaonandía, C (2007). "La televisión pública: el motor de la TDT". En: Moreno, E. y otros (eds.) *Los desafíos de la televisión pública en Europa*. EUNSA: Pamplona. Pp. 729-741.
- Murdock, G. (2005) "Building the digital commons. Public Broadcasting in the age of internet". En: Ferrell Lowe, G. y Jauert, P. (eds.), *Cultural dilemmas in Public Service Broadcasting*. Nordicom, Gotemburgo.
- Murdock, G. Y Golding, P. (1977) "Capitalism, Communication and Class Relations". En: Curran, J., Gurevitch, M. y Woolacott, J (eds.), *Mass Communication and society*. Edward Arnold: Londres.
- Pasquali, A., (1991) "¿Qué es una radiodifusión de servicio público?" y "Reinventar los servicios públicos". En: *El Orden Reina*. Monte Ávila: Caracas.
- Raboy, M., (ed.) (2002) *Global Media Policy in the new millenium*. University of Luton Press: Luton.
- Rincon, O. (comp.) (2001) *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*. CAB-FES: Bogotá.
- Raboy, M. (ed.) *Public Broadcasting for the 21st. Century*. University of Luton Press: Luton, 1996.
- Roncagliolo, R. (2008) "Latin America: community broadcasting as public broadcasting". En: *Servicios de Radio y Televisión (SRT) UNC. II Encuentro Nacional de Televisión Pública. Comunicación para la integración social y cultural*. Universidad

- Nacional de Córdoba, Prosecretaría de Comunicación Institucional, Editorial Brujas: Córdoba.
- Tremblay, G. (1988) "La noción de servicio público". En: *Telos* N° 14 (junio-agosto de 1988). Pp. 57-63.
- Van Cuilenburg, J. y McQuail, D. (2005) "Cambios en el paradigma de política de medios. Hacia un nuevo paradigma de políticas de comunicación". En: *European Journal of Communication* 18/ 2. Pp. 181-207.
- Syvertsen, T. (1992) "Public television in transition". En: *Kults skriftserie* 10.

Documentos:

- Ley Nacional N° 26.522.
- Ley 17/2006, de 5 de junio, de la radio y la televisión de titularidad estatal FOPEA: Una Radiodifusión Pública para la Democracia. Propuestas para mejorar el funcionamiento de los medios públicos nacionales. (Bs.As. 2006).
- Documentos del Consejo Federal de Televisión Pública (2007/2010)

Medios Comunitarios, públicos y ciudadanos

- AA.VV. Comunicación y democracia. Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual. Ed. AFSCA: Buenos Aires. 2011.
- Asociación Mundial de Radios Comunitarias para América Latina y el Caribe (s/a) "¿Qué es una radio comunitaria?". Disponible en: http://alc.amarc.org/index.php?p=Que_es_una_Radio_Comunitaria
- Asociación Mundial de Radios Comunitarias para América Latina y el Caribe (2011) "Programa de Legislaciones y Derecho a la Comunicación, Informe Final (2010) Diversidad y Pluralismo en la Radiodifusión". AMARC-ALC: México.
- Aymú, A y otros (2009) *Voces, propuestas y debates hacia una nueva ley de Medios*. Centro Cultural de la Cooperación: Buenos Aires.
- Elíades, A. (2010). *El Derecho de Comunicar*. Ediciones de Periodismo y Comunicación. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. UNLP: La Plata.
- Foro Argentino de Radios Comunitarias (2010) *Todas las Voces Todos*. Programa Todas las Voces Todos del Foro Argentino de Radios Comunitarias con el apoyo del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación y la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual: Buenos Aires.
- Foro Argentino de Radios Comunitarias (2010). *Ley de Medios Audiovisuales. Desafíos para los medios de comunicación populares y comunitarios*. FARCO: Buenos Aires.
- Fundación Cine con Vecinos (2011) "Cine con Vecinos". Disponible en: <http://www.cineconvecinos.com.ar/anexoprod.html>. Buenos Aires.
- Mata, M. C. (2010) "Comunicación Popular. Continuidades, transformaciones y desafíos". En *Revista Oficios Terrestres*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, UNLP: La Plata
- Rodríguez, L. M. y Vargas, M. (2011) *La lucha estratégica de los medios comunitarios por un nuevo mapa jurídico*. Capítulo 3. La Plata.
- Van Oeyen, V., Geerts, A. y Villamayor, C. (2001) *La Práctica Inspira*. Capítulo 1: "Historia de la radiodifusión comunitaria en América Latina." Ed. ALER: Quito.
- Villamayor, C. y otros. (s/a) *Proyecto de investigación: Los medios comunitarios en la Argentina. El caso de la provincia de Buenos Aires. (2011-2014)*. Capítulo: Introducción a un mapa histórico de los medios comunitarios en Argentina. Inédito.

Curso: LA DIGITALIZACION DE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES

Docente responsable: Dr. Diego Levis

Docente a cargo del dictado: Dr. Diego Levis

Carga horaria: 20 horas

Modalidad de dictado: El curso se dictará en cinco clases consecutivas de 4 horas de duración cada una, en el periodo de una semana. En cada una de ellas se abordarán los contenidos teóricos propuestos en las tres unidades que componen el programa.

Correlatividades: El curso no tiene correlatividades. Se requiere su regularización para cursar el Taller de Trabajo Final.

FUNDAMENTACIÓN

El pasaje del capitalismo industrial al capitalismo informacional coloca a la comunicación y la información en el centro de los procesos de acumulación y reproducción material y simbólica. En ese marco, los procesos de digitalización de los medios audiovisuales constituyen un nuevo estadio en el desarrollo tecnológico-cultural cuyo carácter es ambivalente. Por un lado, porque abre significativas posibilidades para el ejercicio de una serie de prácticas colaborativas, tales como la conservación de archivos, la multiplicación de obras a un costo ínfimo, la redistribución a través de redes de pares y sitios de internet, la posibilidad de creación de nuevos tipos de obras o de obras colectivas de manera distribuida. Por otro, porque esas prácticas se enfrentan, en muchos casos, al dilema de la legalidad. En particular, durante los últimos treinta años, se observa una expansión sin precedentes del proteccionismo en todos los ámbitos de la cultura que ha alterado dramáticamente la relación entre los intereses del público y el de quienes detentan derechos de propiedad intelectual. En este seminario se desarrollarán aspectos conceptuales para la comprensión global de este proceso y se analizarán, de manera específica, un conjunto de problemáticas que resultan relevantes tanto para quienes producen contenidos como para quienes gestionan medios de comunicación en la era digital.

OBJETIVOS

1. Promover la reflexión en torno a las implicancias que tiene la digitalización de los medios audiovisuales en términos económicos, culturales y políticos.
2. Proporcionar criterios para valorar estrategias comunicativas derivadas de los procesos de digitalización.
3. Brindar elementos para el diseño prácticas comunicativas que promuevan los derechos a la información y la libertad de expresión aprovechando las
4. potencialidades de los nuevos desarrollos tecnológicos digitales.



CONTENIDOS

Unidad 1

Del paradigma industrial al capitalismo informacional: cuestiones generales. Bienes culturales y bienes intangibles. La pantalla ubicua como marco distintivo de la era ciberista (digital). ¿Convergencia tecnológica como convergencia de contenidos?

Unidad 2

La creación, producción y difusión de contenidos en la era ciberista. El futuro de los medios tradicionales y de la producción de contenidos. Producciones cooperativas y producciones en red. Los "bienes comunes" como recursos para la producción de contenidos. La criminalización de prácticas sociales: ¿Compartir es robar?

Unidad 3

Redes y medios sociales: la clave son los usuarios. La disolución de lo social: de la plaza a la web. La privatización de los espacios públicos de participación. El *ciberciudadano*: participación, representación y generación de valor económico. La importancia del software Accesibilidad y usos sociales en América latina.

METODOLOGÍA DE TRABAJO

El Curso se desarrollará en 5 clases de cuatro horas de duración cada una. La exposición de nociones en torno a los contenidos de cada unidad será complementada con el análisis de casos y experiencias, particularmente de las desarrolladas por organizaciones de la sociedad civil que trabajan en pos del fortalecimiento de los derechos de comunicación..

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Se requiere una asistencia al 80% de las clases para regularizar el curso.

La evaluación del curso consistirá en la elaboración individual, por parte de los alumnos, de un trabajo monográfico dedicado a la discusión de alguno de los núcleos conceptuales desarrollados a lo largo del curso. Formato de presentación del trabajo: extensión mínima de 10 páginas y máxima de 15, tipografía Times New Roman cuerpo 12, interlineado 1 ½.

La evaluación se aprobará con una calificación mínima de 7 (siete) puntos, en una escala de 0 (cero) a 10 (diez), ajustándose a lo establecido en el Reglamento de Funcionamiento de la Especialización.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Cardoso, Gustavo. "El nacimiento de la comunicación en red. Más allá de Internet y de los medios de comunicación de masas" en *Telos* nº 86, 2011

FLICHY, Patrice. "El individualismo conectado. Entre la técnica digital y la sociedad". En *Telos* nº 68, Julio/Septiembre 2006. Madrid.



Jenkins, Henry: "Segunda parte: Digitalizádonos" en *Fans, blogueros y videojuegos*. Buenos Aires: Paidós 2009

Levis, Diego: "Comunicación Pública y medios sociales: pantallas, redes y comunicación ¿libre y abierta?" en *Revista Argentina de Comunicación*, nº 4/5. FADECCOS / Prometeo, Bs.As. 2010.

Levis, Diego, *La pantalla ubicua. Televisores, computadoras y otras pantallas*, La Crujía, Buenos Aires, 2009.

Miguel, Juan Carlos : Factores favorables a una tendencia fuerte. Los contenidos gratuitos en Internet en *Telos* nº 78, 2009
<http://www.telos.es/articuloperspectiva.asp?idarticulo=1&rev=78>

Richeri, Giuseppe. "La aparición de las redes-mercado y la economía de las empresas editoriales" en *Telos* nº 37, 1994.

Seminario optativo: **Guionado para televisión**

Docente responsable: Mgter. Ana Mohaded

Docente a cargo del dictado: Mgter. Ana Mohaded y Ezequiel Cazzola

Carga horaria: 20 horas

Modalidad de dictado: El seminario se dictará en cinco clases consecutivas de 4 horas de duración cada una, en el periodo de una semana. En cada una de ellas se abordarán, de manera integral, contenidos teóricos y actividades de carácter práctico.

Correlatividades: El seminario no tiene correlatividades. Se requiere su regularización para cursar el Taller de Prácticas de Integración III.

FUNDAMENTACIÓN

Toda la labor televisiva se sustenta sobre un pilar: el guión. Un recurso que a menudo no es debidamente trabajado como parte de las estrategias productivas de los medios públicos y sin fines de lucro. En este sentido, el seminario se propone desarrollar las herramientas y fundamentos para la producción de un guión -en sus etapas de producción, realización y montaje- manejando las distintas opciones narrativas, de estilo, estéticas, y de mercado.

Específicamente, se abordarán los contenidos propuestos a partir de una serie de ejes-problemas centrales vinculados a la producción actual de guión en televisión:

- Los mecanismos narrativos de la ficción aplicados al documental seriado.
- Desde el formateo hasta el master.
- Del documental unitario de autor a la serie por encargo.

OBJETIVOS

- Adquirir los conocimientos necesarios para la construcción de guiones en los diversos formatos televisivos. El guión documental y el guión ficcional.
- Desarrollar las herramientas y fundamentos para el montaje del guión televisivo.

CONTENIDOS

MÓDULO 1: Formateo. Preproducción y guión

Proyecto documental unitario y documental en serie. Proyectos de autor vs. realidad del mercado actual. Investigación y desarrollo de contenidos. Introducción a las problemáticas del género documental. Pitching, búsqueda de la idea y desarrollo del story line. Adaptación del contenido puro y duro a la narración documental. Preproducción de locaciones y entrevistas. Formateo de recursos audiovisuales y narrativos. El dispositivo narrativo en la docu-ficción. Uso de los dispositivos narrativos

naturales (un viaje, una vida, un hecho). El problema de la acción y dirección en las escenas de una narración documental. Como enriquecer un relato documental con recursos de la ficción.

Estructura dramática del guión documental. Escaleta, Pre-guión, Adaptación de los contenidos. Técnicas de escritura para narración en off. El guión del documental con recreaciones. Estilos de documental: antropológico, de archivo, periodístico, científico, histórico. Documental de registro o reality. Guión final para grabación. Conceptos de guión abierto. Plantillas de guión para distintos tipos de documental (dos columnas, americano y por celdas).

MÓDULO 2: Realización y montaje

Planos documental: descriptivos y planos narrativos. El tiempo de la imagen vs. El tiempo de la vida. La potencia del registro vs la potencia de la gráfica y el archivo. La fragmentación del relato en unidades de sentido y secuencias de acción. Técnica de la entrevista. La inmersión en la historia y los personajes. La inmersión en la cotidianeidad de los protagonistas. La animación como recurso en la TV documental. Los cinco recursos narrativos del montaje. La fuerza de la historia y la fuerza del montaje. Logeo y Guión de montaje. Recursos narrativos de último momento. Musicalización y atmósfera sonora. Montaje final y descarte de tomas.

METODOLOGÍA DE TRABAJO

En cada una de las clases se abordará un conjunto de contenidos comprendidos en los módulos que integran el programa a partir de la exposición del docente y del análisis colectivo de un conjunto de materiales (productos televisivos acompañados por sus respectivos guiones, guiones adaptados, etc.).

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Se requiere una asistencia al 80% de las clases para regularizar el seminario.

La evaluación del seminario se realizará en el marco del Taller de Prácticas de Integración III. Los alumnos que hayan cursado este seminario optativo deberán elaborar individualmente un guión televisivo que recoja los distintos conocimientos adquiridos y cumpla con los objetivos propuestos para el seminario, dentro del diseño de programaciones o estrategias de vinculación con audiencias.

La evaluación se aprobará con una calificación mínima de 7 (siete) puntos, en una escala de 0 (cero) a 10 (diez), ajustándose a lo establecido en el Reglamento de Funcionamiento de la carrera.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- CANO, Pedro L. (1999) DE ARISTOTELES A WOODY ALLEN: POÉTICA Y RETÓRICA PARA CINE Y TELE. Barcelona: GEDISA. P. 144.
- CARLON, Mario. DE LO CINEMATOGRAFICO A LO TELEVISIVO. Buenos Aires: La Crujía. P. 356.
- CINEMATECA NACIONAL DE CARACAS. Nuevos instrumentos para la escritura del guión.



- FORERO, María Teresa (2002) ESCRIBIR TELEVISION: MANUAL PARA GUIONISTAS. México: PAIDÓS. P. 206.
- FORNET, Ambrosio. (1987) EL GUIONISTA Y SU OFICIO. Cuba: Escuela Internacional de Cine y Televisión.
- KELSEY, Gerald. (2004) ESCRIBIR PARA LA TELEVISION. Barcelona: Paidós.
- RAMOS, Jesús y MARIMÓN Joan. DICCIONARIO INCOMPLETO DEL GUION AUDIOVISUAL. Editorial Océano Ámbar.
- SÁNCHEZ-BIOSCA, Vicente (1995). UNA CULTURA DE LA FRAGMENTACIÓN. PASTICHE, RELATO Y CUERPO EN EL CINE Y LA TELEVISIÓN. Filmoteca de la Generalitat Valenciana, Valencia.
- VALE, Eugene. (1986) TÉCNICAS DEL GUIÓN PARA CINE Y TELEVISIÓN. Serie: Colección Libertad y Cambio. Serie Práctica. 2a ed. Barcelona: Gedisa, P.197
- VILCHES, Lorenzo (comp.). (1999) TALLER DE ESCRITURA PARA TELEVISIÓN. Barcelona: Gedisa.
- WALTER, Richard. (1998) SCREENWRITING. THE ART, CRAFT AND BUSINESS OF FILM AND TELEVISION WRITING. Nueva York: Plume.

TALLER DE TRABAJO FINAL

Docente responsable: Esp. María Liliana Córdoba
Docente a cargo del dictado: Esp. María Liliana Córdoba, Dra. Soledad Segura, Esp. Santiago Martínez Luque, Lic. Víctor Hugo Díaz

Carga horaria: 20 horas

Modalidad de dictado: El Taller se dictará en cinco clases consecutivas de 4 horas de duración cada una, en el período de una semana. En cada una de ellas se desarrollarán distintas estrategias participativas de enseñanza-aprendizaje.

Correlatividades: El Taller es correlativo de la totalidad de asignaturas de los Módulos I, II y III de la carrera.

FUNDAMENTACION

Quienes se han formado académicamente como comunicadores y/o periodistas o desempeñan ese tipo de funciones en medios de comunicación audiovisual sin haber realizado estudios universitarios de comunicación, suelen tener escasas competencias para elaborar proyectos, sea en el campo de la gestión de medios como en el de la producción. En general, se poseen más herramientas para producir que para organizar esa tarea. De allí que resulte necesario contar con un ámbito específico, dentro de la Especialización, para garantizar el diseño del Trabajo Final, cuya realización constituye el requisito final para obtener el título de "Especialista en Medios Audiovisuales y Ciudadanía". El taller será el ámbito en el cual los alumnos comiencen a elaborar sus proyectos de Trabajo Final y el Plan de prácticas profesionales vinculadas a él. Durante su desarrollo se debatirán las propuestas presentadas por los alumnos a fin de evaluar su pertinencia y adecuación a los objetivos y características de la carrera así como la viabilidad de su realización. Además, se brindarán elementos metodológicos para el diseño del respectivo proyecto.

OBJETIVOS

General:

El objetivo central del Taller de Trabajo Final es proporcionar a los estudiantes las herramientas básicas para diseñar proyectos en las áreas de gestión y/o producción de medios audiovisuales.

Específicos:

1. Facilitar el reconocimiento de diversos tipos de proyectos y su adecuación a diferentes tipos de necesidades o situaciones.
2. Socializar metodologías apropiadas para la elaboración de proyectos.

3. Facilitar la elección, por parte de los estudiantes, de temáticas pertinentes y significativas para los Trabajos Finales de la carrera.

CONTENIDOS

Los núcleos de contenidos a desarrollar en el Taller son:

1. El diagnóstico y el análisis de situación como base para el diseño de proyectos comunicativos audiovisuales. La especificidad de dichos procedimientos en el caso de medios y prácticas con perspectiva ciudadana.
2. La prospectiva como estrategia de anticipación e invención proyectual. Valor de la prospectiva en el diseño de proyectos orientados al fortalecimiento de derechos y la participación ciudadana.
3. Las dimensiones político-culturales como sustentos y constricciones de los proyectos comunicativos audiovisuales. Las dimensiones tecnológicas y económicas como condiciones de factibilidad de los proyectos comunicativos audiovisuales.
4. Aspectos técnicos del diseño de proyectos. Formato para la presentación del proyecto de Trabajo final en la Especialización (Fundamentación, objetivos, relevancia, actividades, recursos, etapas, factibilidad).

METODOLOGÍA DE TRABAJO

El Taller se desarrollará en 5 sesiones de cuatro horas de duración cada una. En las cuatro primeras sesiones, a partir del análisis de diferentes proyectos de gestión y producción de medios audiovisuales, se trabajarán los cuatro núcleos de contenido enunciados. Durante la última sesión se compartirán las ideas de los estudiantes acerca de sus proyectos de Trabajo Final y las Prácticas Supervisadas.

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Se requiere una asistencia mínima al 80% de las clases para regularizar el Taller.

La evaluación del Taller de Trabajo Final consistirá en la elaboración del proyecto de Trabajo Final y el Plan de Prácticas Supervisadas a desarrollar por cada alumno. La evaluación se aprobará con una calificación mínima de 7 (siete) puntos, en una escala de 0 (cero) a 10 (diez), ajustándose a lo establecido en el Reglamento de Funcionamiento de la carrera.

BIBLIOGRAFÍA

BRAWERMAN, Josette; RUIZ, Violeta, RUIZ MORENO, Gerardo y NIRENBERG, Olga; *Programación y evaluación de proyectos sociales. Aportes a la racionalidad y la transparencia*. Paidós. Colección Tramas Sociales, Buenos Aires, 2007



- DIAZ BORDENAVE, J y CARVALHO, H, *Planificación y Comunicación*. Editorial Don Bosco, Quito, 1978
- GODET, Michel, *La caja de herramientas de la prospectiva estratégica*. Cuadernos de LIPS, Paris, 2000
- MOJICA, Francisco José; *La construcción del futuro. Concepto y modelo de prospectiva, estratégica, territorial y tecnológica*. Convenio Andrés Bello – Univ. Externado de Colombia, 2005
- PALLADINO, Enrique; *Cómo diseñar y elaborar proyectos*, Editorial Espacio, Buenos Aires, 1999.
- ROBIROSA, y otros, *Turbulencia y Planificación Social. Lineamientos Metodológicos de Gestión de Proyectos Sociales desde el Estado*. SigloXXI, BUENOS Aires, 1990
- ROSSI, Peter y FREEMAN Howard; *Evaluación: un enfoque sistemático para programas sociales*, Editorial Trillas, México, 1989
- UNICEF, *Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo*. Cuadernillo 2. Cap. 1 y 3 [http://www.unicef.org/argentina/spanish/EDUPAScuadernillo-2\(1\).pdf](http://www.unicef.org/argentina/spanish/EDUPAScuadernillo-2(1).pdf), 2006
- URANGA, Washington, *Prospectiva estratégica desde la comunicación. Una propuesta de proceso metodológico de diagnóstico dinámico y planificación*, accesible en <http://digecomunsa.files.wordpress.com/2009/10/prospectiva-estrategica-w-uranga.pdf>
- VILLASANTE, Tomás, *De las redes sociales a las programaciones integrales*. Editorial Lumen/Humanitas. Buenos Aires, 1998.

Seminario obligatorio: **Estrategias de programación y modalidades de producción para televisión**

Docente responsable: Lic. Víctor Hugo Díaz

Docente a cargo del dictado: Lic. Víctor Hugo Díaz

Carga horaria: 20 horas

Modalidad de dictado: El seminario se dictará en cinco clases consecutivas de 4 horas de duración cada una. En cada una de ellas se abordarán, de manera integral, contenidos teóricos y actividades de carácter práctico.

Correlatividades: El seminario no tiene correlatividades. Se requiere su regularización para cursar el Taller de Prácticas de Integración III.

FUNDAMENTACIÓN

La programación de un medio puede concebirse como una verdadera estrategia comunicativa en tanto constituye el modo a través del cual se entabla una relación interactiva con la audiencia. El momento en que los programas se ofrecen al público, el lugar que ocupan dentro de una grilla o trama que los contiene, son aspectos sustantivos de la interpelación mediática. Es por ello que el diseño de una programación –que suele realizarse siguiendo criterios comerciales en la mayoría de las ocasiones, aunque también criterios culturales, ideológicos o sociales-, resulta un dispositivo clave para la consolidación de un medio televisivo respecto de otro, es decir, para su instalación en los hábitos de consumo y en las preferencias del público. Conocer la estructura televisiva y la lógica de la producción, conocer los diferentes tipos de productos audiovisuales, situarlos adecuadamente en una parrilla de programación, adecuando la oferta a los objetivos institucionales del medio, al escenario audiovisual en que él se inserta y a las demandas, gustos y expectativas de la audiencia son los principales desafíos que deben asumirse.

OBJETIVOS:

1. Brindar a los estudiantes criterios para analizar las programaciones televisivas existentes en contextos específicos y reconocer sus particularidades.
2. Proporcionar herramientas para diseñar programaciones televisivas teniendo en cuenta aspectos institucionales, culturales y técnicos.

CONTENIDOS

Unidad 1: La programación

La programación como estrategia comunicativa. Estilos de programación y su relación con tipologías de medios televisivos y tipos de programas. Canales generalistas vs. canales temáticos. Hibridaciones. La programación comercial, la programación en



canales públicos, la programación comunitaria. La programación diaria por franjas horarias. La programación semanal: vertical y horizontal.

Unidad 2: Estrategias y recursos de programación y producción

El programador y su equipo. Modos de organización de la producción televisiva. La identidad del medio: restricciones que impone y posibilidades que abre. Técnicas para construir la parrilla de programación; el lugar del público y la competencia. Estrategias de contraprogramación. Fidelización y continuidad. La autopublicidad. Formatos y evolución.

Unidad 3: La programación de los “nuevos medios”

El impacto de las nuevas tecnologías en la programación televisiva y en las estrategias de programación y producción. La constitución de redes. Articulación de canales televisivos con redes sociales. La programación en la web. Potencialidades. Nuevas estrategias de construcción y desarrollo de contenidos para las nuevas pantallas

Unidad 4: La producción en TV

La perspectiva del productor en la TV actual. Legislación vigente. Modelos de producción en la TV argentina actual. Comparación con otros países (España, Chile, Brasil). La legitimidad del Rating como criterio de validación de la producción televisiva. Producción propia, co-producciones, producciones en red, etc. Recursos institucionales y económicos para la producción audiovisual (concursos INCAA, polos regionales, Red nacional audiovisual universitaria, etc.) Gestión de contenidos producidos por terceros; vinculación con productores independientes.

METODOLOGÍA DE TRABAJO

En todas las clases se combinará la exposición del docente con la visualización y el análisis de programaciones y propuesta de producciones televisivas de medios locales y nacionales.

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Se requiere una asistencia mínima al 80% de clases para regularizar el seminario.

La evaluación del seminario se realizará de manera individual en el marco del Taller de Prácticas de Integración III. Los alumnos podrán optar entre analizar una experiencia de producción para televisión –preferentemente propia- a partir de los contenidos desarrollados en el seminario o elaborar una propuesta de producción televisiva vinculada al proyecto de Trabajo Final de Especialización.

La evaluación se aprobará con una calificación mínima de 7 (siete) puntos, en una escala de 0 (cero) a 10 (diez), ajustándose a lo establecido en el Reglamento de Funcionamiento de la carrera.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ARNANZ, Carlos, *Negocios de televisión. Transformaciones del valor en el modelo digital*, Gedisa, Barcelona, 2002.

AA.VV., *Audiencia y Programación*, RTVV, Valencia, 1993.



- BLUM, Richard, A. Y Lindheim, R. D., *Programación de las cadenas de televisión en horario de máxima audiencia*, IORTV, Madrid, 1989.
- BOURDIEU, Pierre, *La Televisión Anagrama* - Barcelona, 1998 (2ª ed.)
- BUSTAMANTE, Enrique, *Comunicación y cultura en la era digital*, Gedisa, Barcelona, 2002.
- BUSTAMANTE, Enrique, *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*, Gedisa, Barcelona, 1999.
- CASSETTI, Francesco Casetti y DI CHIO, Federico, *Análisis de la televisión*, Barcelona, Paidós, 1999.
- CONTRERAS, José y PALACIO, Manuel, *La programación televisiva*, Síntesis, Madrid, 2001.
- CORTÉS, J.A., *La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión*, Eunsa, Navarra, 1999.
- ORZA, Gustavo F., *Programación televisiva: Un modelo de análisis instrumental* La Crujía Editores, Buenos Aires 2002.
- RICHIERI, Giuseppe: *La televisión como servicio público y negocio*", G Gilli, Barcelona, 2007.
- SALÓ, Gloria, *¿Qué es eso del formato? Cómo nace y se desarrolla un programa de televisión*, Gedisa, Madrid, 2003.

Seminario optativo: **COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN CIUDADANA**

Docente responsable: Mgter. Jorge Huergo

Docente a cargo del dictado: Mgter. Jorge Huergo

Carga horaria: 20 horas

Modalidad de dictado: El seminario se dictará en cinco clases consecutivas de 4 horas de duración cada una, en el período de una semana. En cada una de ellas se abordarán, de manera integral, contenidos teóricos y actividades de carácter práctico.

Correlatividades: El seminario no tiene correlatividades. Se requiere su regularización para cursar el Taller de Prácticas de Integración I.

FUNDAMENTACIÓN

Las nuevas coordenadas de lo público, en gran medida acompañadas y promovidas por los movimientos de democratización del espacio audiovisual, producen transformaciones en los procesos de formación de sujetos políticos. Comunicación/Educación es un campo que se constituyó al ritmo de la disputa entre las políticas difusionistas del desarrollismo y el crecimiento de las experiencias de comunicación popular y liberadora. Como tal, es desde su nacimiento un campo estratégico. En este Seminario se abrirán algunos puntos de debate acerca de los nuevos sentidos estratégicos de Comunicación/Educación en tiempos de restitución del Estado, de lo público y del sujeto político, poniendo énfasis en aquellos aspectos vinculados con la producción de medios de comunicación audiovisual para la ciudadanía. Esos puntos y aspectos resultan fundamentales en las etapas de especialización que se corresponden con los nuevos escenarios sociales, políticos y comunicacionales.

OBJETIVOS

- Comprender la dimensión educativa de los medios y la cultura mediática.
- Contribuir a situar la producción mediática en políticas comunicacionales/educativas de reconocimiento.

CONTENIDOS

Los núcleos de contenidos son:

1. Lo educativo en sentido comunicacional y la educación social. La dimensión educativa de la cultura mediática. Los medios como polos de identificación y las identidades. La comunicación mediática entre la pedagogía de la reproducción y la resistencia.
2. Los itinerarios del reconocimiento. Reconocimiento de los otros y sus mundos culturales. El reconocimiento de sí, la voz y la narración de la propia historia. El reconocimiento mutuo, la reciprocidad y el sentido de pertenencia.

3. El lenguaje en la formación subjetiva y la comunicación mediática. La creación de espacios de posibilidad. Comunicación/Educación popular. Ciudadanía y educación en tiempos de restitución del Estado y de lo público.



METODOLOGÍA DE TRABAJO

En la metodología se combina la exposición a cargo del docente con la discusión grupal, así como el análisis de experiencias e iniciativas mediáticas de los participantes.

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Se requiere una asistencia mínima al 80% de clases para regularizar el seminario. La evaluación del seminario se realizará de manera individual en el marco del Taller de Prácticas de Integración I. Los alumnos que hayan cursado este seminario optativo deberán introducir la dimensión educativa de la comunicación mediática en los análisis y propuestas de democratización de la comunicación a partir de recursos de carácter audiovisual.

La evaluación se aprobará con una calificación mínima de 7 (siete) puntos, en una escala de 0 (cero) a 10 (diez), ajustándose a lo establecido en el Reglamento de Funcionamiento de la carrera.

BIBLIOGRAFÍA

- Buenfil Burgos, Rosa Nidia, *Análisis de discurso y educación*, México, DIE 26, Instituto Politécnico Nacional, 1993.
- Huergo, Jorge; K. Morawicki y C. Irschick, "La dimensión educativa de los espacios mediáticos", en *Revista Virtual Nodos de Comunicación/Educación* (www.revistanodos.com.ar) N° 5, La Plata, Cátedra de Comunicación y Educación, 2009.
- Huergo, Jorge, "La relevancia formativa de las pantallas", en *Comunicar. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación*, N° 30, XV, Huelva (España), 2008.
- Hall, Stuart, "Introducción: ¿quién necesita «identidad»?", en S. Hall y P. du Gay (comps.), *Cuestiones de identidad cultural*, Buenos Aires, Amorrortu, 2003.
- Ricœur, Paul, "La fenomenología del hombre capaz", en *Caminos del reconocimiento*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica, 2006.
- Fraser, Nancy y Axel Honneth, "Introducción", en *¿Redistribución o reconocimiento?*, Madrid, Morata, 2006.
- McLaren, Peter y Henry Giroux, "Desde los márgenes. Geografías de la identidad, la pedagogía y el poder", en P. McLaren, *Pedagogía, identidad y poder*, Rosario, Homo Sapiens, 1998.
- Baricco, Alessandro, "Google 2", "Google 3" y "Experiencia", en *Los bárbaros. Ensayo sobre la mutación*, Barcelona, Anagrama, 2008.
- Esposito, Roberto, "Nada en común", en *Communitas. Origen y destino de la comunidad*, Buenos Aires, Amorrortu, 2007.
- De Alba, Alicia, "Prólogo", en Peter McLaren, *Multiculturalismo revolucionario*, México, Siglo XXI, 1997.

Puiggrós, Adriana, *De Simón Rodríguez a Paulo Freire*, Bogotá, Convenio Andrés Bello, 2005.



Seminario optativo: LA DIGITALIZACIÓN DE LA RADIODIFUSIÓN SONORA

Docente responsable: Lic. Martín Iglesias

Docente a cargo del dictado: Lic. Martín Iglesias

Carga horaria: 10 horas

Modalidad de dictado: El seminario se desarrollará en tres clases consecutivas. En las dos primeras clases, que tendrán una duración de tres horas cada una, se abordarán contenidos teóricos. En la última clase, que tendrá una duración de cuatro horas, se analizarán casos de implementación de la radio digital.

Correlatividades: Este seminario no posee asignaturas correlativas. Se requiere su regularización para cursar el Taller de Prácticas de Integración II.

Fundamentación

La radiodifusión sonora experimenta, a partir de la convergencia tecnológica y la digitalización, una serie de cambios globales que obligan a replantear su actividad dentro del campo audiovisual. Estas transformaciones poseen su anclaje en la migración analógico-digital de la emisión en radiodifusión (radio digital) y en las nuevas vías de oferta del servicio, producto de la convergencia con las telecomunicaciones (ciberradio, webradio y podcast, entre otros). En consecuencia, el medio afronta un nuevo desafío en la renovación de sus contenidos, en los modos de dar tratamiento a la información, en la adaptación de su lenguaje y las competencias específicas en el camino de la construcción de audiencias.

Si bien se ha desarrollado una cantidad importante de estándares de transmisión digital de radio, la multiplicidad de normas disponibles (todas ellas muy diferentes en posibilidades de cobertura, uso del espectro y consecuencias en la transición analógica-digital) dificulta la elección de un modelo único por parte de los países. Se suma a este obstáculo la particularidad de la industria audiovisual y su dependencia de las máquinas, aparatos o artefactos para la recepción. Todo ello incrementa las dificultades de innovación en el caso de la radio y la importancia de su análisis específico ante las incertidumbres que ella presenta para el mercado de medios, las emisoras y la propia audiencia.

Objetivos

- Analizar en clave tecnológica y económica la evolución del conjunto de actividades que conforman la cadena de valor de la radiodifusión sonora.
- Explorar el estudio de la radio digital y su vínculo con las transformaciones del audiovisual en su campo de distribución hertziana (radio digital).
- Analizar y comprender las nuevas ofertas y servicios propios de las Telecomunicaciones e Internet asociadas a la radiodifusión tradicional.
- Conocer distintas experiencias internacionales y analizar el conjunto de oportunidades e interrogantes asociados a la digitalización de la radio.



Contenidos del seminario

Módulo 1: Fundamentos técnicos, políticos y económicos de la radio digital

Digitalización y estándares de radio. La definición del estándar tecnológico: implicancias económicas, tecnológicas y políticas. Posibilidades, desafíos y riesgos para las radios comunitarias.

Módulo 2: Regulación de la radio digital

Transformaciones en la gestión del espectro radioeléctrico a partir de la digitalización de la radio. Los modelos de transición y regulación de la radio digital. La Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual: nuevos horizontes para la radio.

Módulo 3: La radio 2.0: Nuevos servicios y consumos a partir de la convergencia

Nuevos contenidos y servicios brindados por la radio digital. Audiencias. Modalidades de consumo de la radio digital. Las redes sociales. Streaming. Flujo vs. oferta atemporal. Radio y audiovisual digital.

Metodología de trabajo

El seminario trabajará alrededor de las unidades temáticas propuestas y en función de la bibliografía que se propone al final del programa. Los encuentros están pensados en base a la participación de los estudiantes en las sesiones presenciales, para lo cual deberán efectuar con antelación las lecturas y análisis de casos asociados a cada sesión para su posterior debate en clase. El seminario combinará exposiciones teóricas y presentación de temas para la discusión por parte de los asistentes.

Metodología de evaluación

Para regularizar el seminario se requiere asistir al 80% de las clases.

La evaluación del seminario se realizará de manera individual en el marco del Taller de Prácticas de Integración II. Los alumnos que hayan cursado este seminario optativo, deberán analizar y diseñar experiencias de trabajo radiofónico con perspectiva ciudadana que incluya la problemática de la digitalización.

La evaluación se aprobará con una calificación mínima de 7 (siete) puntos, en una escala de 0 (cero) a 10 (diez), ajustándose a lo establecido en el Reglamento de Funcionamiento de la carrera.

Bibliografía

BADILLO-MATOS, A. (2006). "Políticas públicas y transición al audiovisual digital en España: el caso de la radio". En *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación* Vol III N° 1. Disponible en: <http://www.eptic.com.br/arquivos/Revistas/VIII,n.1,2006/AngelBadilloMatos.pdf>

BONET BAGANT, M. (2007). "Nuevos caminos para la radio. Un proceso productivo digital para un negocio analógico". *Revista TELOS* N° 73. Fundación Telefónica: Madrid.

BRECHT, B. (2003). "Teorías de la radio (1927-1932)". En: *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, Vol V N° 2. Disponible



en:<http://www2.eptic.com.br/sgw/data/bib/artigos/0321e7d5fcba81eb22db997cf7c64b09.pdf>.

CASTELLS, M. (2010). *Communication power*. Oxford University Press Inc.: New York.

CEBRIAN HERREROS, M. (1991). "Radio e innovación técnica: la segunda gran reconversión". En *Revista Telos* N° 26. Fundación Telefónica: Madrid.

CEBRIAN HERREROS, M. (2002). "Expansión e incertidumbre en la radio". En *Revista Telos* N° 51. Fundación Telefónica: Madrid.

FRANCES, M. (2006). Nuevos perfiles profesionales en la digitalización de las industrias culturales. *Revista Telos* N°. 67. Fundación Telefónica: Madrid.

GARCÍA GAGO, S. (2010). *Manual para radialistas analfatécnicos*. UNESCO, Radialistas.net y Radioteca.net: Quito.

GIRARD, B. (2004). "La radio e Internet. Mezclar los medios para cerrar la brecha digital". En B. G. FAO (Ed.) *Secreto a voces: radio, NTICs e interactividad*. Roma, Italia. Pp: 5-23.

GONZALEZ-CONDE, M. J. (2010). "La ciberradio. Nueva alternativa de futuro para la radio". En *Revista de Estudios de Juventud* N° 88. España.

HAYE, R. (2003). *Otro siglo de radio. Noticias de un medio cautivante*. La Crujía: Argentina.

IDC. (2010). Barómetro Cisco de Banda Ancha Argentina 2005-2010. Resultados a junio de 2009. <http://www.slideshare.net/cxocommunity/barmetro-cisco-de-banda-ancha-argentina-20052010>

PETIT-TORRES, E. (2002). "El cambio tecnológico en el modelo de producción radial". En: *Opción* N°. 40. universidad de Zulia: Venezuela. Pp. 118-140.

PRIETO, I., y DURANTE RINCÓN, E. (2007). "La evolución de la radio y las implicaciones tecno-socio-culturales en la audiencia: de oyente a usuario en la recepción del mensaje." En *Espacio abierto*, Vol. 16, número 002, Asociación Venezolana de Sociología: Venezuela. Pp. 313-329.

RINCÓN, O. (2008), "No más audiencias, todos devenimos productores". En *Comunicar*, 30, XV. Scientific Journal of Media Literacy. Pp.93-98.

RITMO-SUR. (2010). "El bit de la cuestión: la radio popular y comunitaria en la era digital" (Free Voice; CMC; ed.). AMARC ALC – ALER: Buenos Aires.

SELLAS GÜELL, T. (2008). *La voz de la Web 2.0. Análisis del contexto, retos y oportunidades del podcasting en el marco de la comunicación sonora*. (Tesis doctoral inédita). Universidad Internacional de Cataluña.

Seminario optativo: LA TELEVISIÓN DIGITAL EN ARGENTINA

Docente responsable: Ing. Carlos Guillermo Liendo

Docentes a cargo del dictado: Ing. Carlos Guillermo Liendo y Lic. Osvaldo Nemirovski

Carga horaria: 10 horas

Modalidad de dictado: El seminario se desarrollará en tres clases consecutivas. Las dos primeras clases, en las que se abordarán contenidos teóricos, tendrán una duración de tres horas y la última, en la que se analizarán casos de implementación de la TV digital, tendrá una duración de cuatro horas.

Correlatividades: Este seminario no posee asignaturas correlativas. Se requiere su regularización para cursar el Taller de Prácticas de Integración II.

Objetivos

- Caracterizar las transformaciones y posibilidades que ofrece la televisión a partir de los procesos de digitalización.
- Analizar el conjunto de decisiones político-culturales implicadas en el proceso de digitalización de la televisión en Argentina y en el MERCOSUR.
- Introducir al alumno en las tecnologías utilizadas en la televisión digital

Contenidos del seminario

Módulo 1

El proceso de digitalización de la televisión abierta y el diseño de política pública propuesto en Argentina. Estructura normativa y esquema de implementación del Sistema Argentino de Televisión Digital Terrestre (SATVD-T). La adopción de la norma ISDB-T y su vinculación con el entorno regional latinoamericano. Funcionamiento técnico conceptual de la Norma ISDB-Tb. Movilidad, Interactividad, calidad, complementos. Ventajas frente a otras normas. Sistemas de recepción y conexión para interactividad.

Módulo 2

Concepto de multiplataforma y producción multiplataforma para TV Digital. Estructura de las plantas transmisoras, ubicación y cobertura. Análisis de casos de implementación de TV digital.

Módulo 3

Los desafíos del entorno digital para la televisión entendida como servicio público. Nuevos modelos de negocios desde la TV Digital. El Programa Polos Audiovisuales del SATVD-T y las universidades públicas.

Metodología de trabajo:

El desarrollo del seminario se realizará con exposición de los docentes en el aula, utilizando un material de guía al cual podrá acceder el alumno de manera previa a las clases. Las clases serán participativas y con orientación a los intereses de los estudiantes.

Metodología de evaluación

La regularización del seminario requiere la asistencia al 80% de la clases.

La evaluación del seminario se realizará de forma individual en el marco del Taller de Prácticas de Integración II. Los alumnos que hayan cursado este seminario optativo deberán analizar y diseñar experiencias de trabajo televisivo con perspectiva ciudadana que incluya la problemática de la digitalización.

La evaluación se aprobará con una calificación mínima de 7 (siete) puntos, en una escala de 0 (cero) a 10 (diez), ajustándose a lo establecido en el Reglamento de Funcionamiento de la carrera.

Bibliografía

Albornoz L., Hernández, P., y Postolski, G. (2000) "La televisión digital en la Argentina, aproximaciones a un proceso incipiente". En Albornoz, L. (comp.) (2000) *Al fin solos...la nueva televisión del Mercosur*. Ciccus/La Crujía: Buenos Aires.

Alcade, J. y Reyes, J. (2005). "De la forma audiovisual a la fórmula multimedia. La plurinformación televisiva". En *Revista Telos* N° 62. Fundación Telefónica: Madrid. Pp 64-70.

Bizberge, A. (2010) *Televisión Digital Terrestre: ¿cambio de estatuto de la radiodifusión?* Prometeo: Buenos Aires.

Cosette Castro (2008) "El Modelo Híbrido Japonés - Brasileño de TV Digital – Interactividad, interoperabilidad y robustez para inclusión social". En *Revista diálogos de la Comunicación* N° 77. Disponible en: <http://www.dialogosfelafacs.net/77/articulos/pdf/77CosetteCastro2.pdf>

Galperin, H. (2004). *New Television Old Politics. The transition to Digital TV in the United States and Britain*. Cambridge University Press

Hernández, P. y Postolski, G. (2003) "¿Ser digital? El dilema de la Televisión Digital Terrestre en América Latina", *Revista Telos* N° 57. Fundación Telefónica: Madrid

Prado, E. (2010). "Contenidos y servicios para la televisión digital." En: *Revista Telos* N° 84. Fundación Telefónica: Madrid.

Rincón, O. y otros (2001) "Televisión pública: para saber quiénes somos, cómo hemos venido siendo y qué queremos ser". En Rincón, O. (comp.) (2001) *Televisión pública, del consumidor al ciudadano*. Convenio Andrés Bello: Bogotá.

Steven Morris, A., Smith-Chaigneau (2005) *Interactive TV Standard. A Guide to MHP, OCAP and JavaTV*. Focal Press: Inglaterra.

Tremblay, G. (1988) "La noción de servicio público". En *Revista Telos* N° 14
Fundación Telefónica: Madrid. Pp. 57-63.



Documentos:

Marco normativo obligatorio:

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Ley n° 26.522/2009

Específica de Televisión Digital Terrestre:

Resolución 813/2009
Decreto 1148/2009
Resolución 1785/2009
Decreto 364/2010
Decreto 1010/2010
Decreto 835/2011

Resoluciones Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual

Resolución 685:
Resolución 686
Resolución 687
Resolución 689

Curso: POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN EN ARGENTINA

Docente responsable: Mgter. Daniela Monje

Docente a cargo del dictado: Mgter. Daniela Monje

Carga horaria: 20 horas

Modalidad de dictado: El curso se desarrollará en cinco clases consecutivas, de cuatro horas cada una, en las que se desarrollarán los contenidos teóricos indicados en el programa.

Correlatividades: Este curso no posee asignaturas correlativas. Se requiere su regularización para cursar el Taller de Trabajo Final.

Fundamentación

En el curso *Políticas de comunicación en Argentina* se desarrollan marcos teóricos y nociones sobre temas y problemas vinculados al campo de la comunicación, los medios audiovisuales y los derechos ciudadanos con especial énfasis en el diseño de políticas públicas. Se trabajará fundamentalmente en el análisis de políticas del audiovisual implementadas en el país durante los últimos treinta años con el objeto de producir un acercamiento crítico a la historia política de la relación que el Estado ha entablado con el sistema industrial de medios. Asimismo se identificarán los estándares sobre libertad de expresión y derecho a la comunicación que en clave de derechos humanos ha producido el derecho público internacional. En esta línea se caracterizará a los tres sectores de la radiodifusión definidos internacionalmente para entablar a partir de ello un análisis de lo acontecido en el país con cada uno de ellos durante las últimas décadas.

Objetivos

- Analizar la articulación entre el Estado y el sistema de medios de comunicación en Argentina.
- Estudiar los procesos de diseño de políticas públicas de comunicación en Argentina en una perspectiva histórico-política.
- Presentar los principales problemas teórico-políticos que formula la economía política del audiovisual

Contenidos del curso

Módulo 1: Hacia una definición política de las Políticas del Audiovisual

Objetivos específicos:

- Situar en un contexto histórico-político la emergencia de los debates sobre políticas de comunicación
- Distinguir la especificidad de las políticas del audiovisual
- Analizar las políticas de cine y TV en Argentina entre 1989 y 2010

Contenidos:

Génesis y transformaciones de las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC). Vectores de la democratización de las comunicaciones: Pluralismo, Servicio Público. Acceso y Participación. Especificidad de las industrias culturales del audiovisual: mercancía o bien cultural. Políticas del Audiovisual en la Argentina 1989-2010

Módulo 2: Marcos jurídicos normativos del audiovisual en Argentina

Objetivos específicos:

- Analizar las transformaciones en los marcos jurídicos referidos a cine y TV en Argentina desde su creación hasta el presente.
- Definir los fundamentos filosóficos y conceptuales que subyacen a la formulación de la normativa vigente sobre el audiovisual y establecer comparaciones con otros momentos de la historia.

Contenidos:

Configuración actual del sistema audiovisual en Argentina y transformación en los marcos jurídico/normativos sobre radiodifusión, cine y audiovisual. Breve historia de las políticas de comunicación sobre radiodifusión en Argentina. Los tres sectores de la radiodifusión. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522: un cambio filosófico y una definición política. Nuevas subjetividades en la ley: Infancia, Género y Pueblos originarios; sus implicancias. Ley de cine N° 17741. Cuota de Pantalla. Planes de Fomento.

Módulo 3: Economía política del audiovisual

Objetivos específicos:

- Comprender la dimensión económica de las industrias culturales del audiovisual
- Analizar las controversias entre las visiones mercantiles y culturalistas referidas a las industrias culturales del audiovisual continuo y discontinuo

Contenidos: La cultura como mercancía. Concentración de la propiedad y centralización del capital. Valorización de los productos culturales. Transformaciones en la cadena de valor en relación a los procesos de digitalización del audiovisual.

Metodología de dictado

En los encuentros comprendidos en el tiempo de cursado se abordarán, a partir de la exposición de la docente y las intervenciones de los alumnos, los contenidos correspondientes a los módulos que integran el programa.

Metodología de evaluación

Para regularizar el curso se requiere asistir al 80% de las clases.

La evaluación consistirá en la presentación de un ensayo individual orientado a la discusión de alguno de los núcleos conceptuales desarrollados a lo largo del curso. Formato de

presentación: extensión mínima de 10 páginas y máxima de 15, tipografía times new roman, interlineado 1 ½.

La evaluación se aprobará con una calificación mínima de 7 (siete) puntos, en una escala de 0 (cero) a 10 (diez), ajustándose a lo establecido en el reglamento de Funcionamiento de la carrera.

Bibliografía

- APREA, Gustavo (2008) Cine y políticas en Argentina. Continuidades y discontinuidades en 25 años de democracia. Colección 25 años 25 libros. Biblioteca Nacional y Universidad Nacional de General Sarmiento.
- GARNHAM, Nicholas (1991) "La economía política de la comunicación. El caso de la televisión". En Revista Telos Nº 28. Diciembre-Febrero 1991-92. pp. 68-75.
- GARNHAM, Nicholas ([1979] 1983) "La cultura como mercancía" en RICHERI, G. La televisión: entre servicio público y negocio, Gustavo Gili, Barcelona, 1983.
- MASTRINI, Guillermo (2005) (editor). Mucho ruido y pocas leyes. Economía y políticas de comunicación en la Argentina (1920 – 2004) Ediciones La Crujía.
- MASTRINI, Guillermo (2010) "Medios públicos y derecho a la comunicación". Disponible en: http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=65
- MATTELART, Armand (2006) "Pasado y presente de la sociedad de la información. Entre el nuevo orden mundial de la información y la comunicación y la cumbre mundial sobre sociedad de la información". Revista TELOS Nº 65. Edición: Fundación Telefónica.
- MASTRINI Guillermo y Martín BECERRA (2006) Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina. Prometeo. Buenos Aires.
- MONJE, Daniela (2009) "Marcar la cancha. Políticas públicas del audiovisual en la Argentina reciente". II Coloquio Binacional Argentina-Brasil de Ciencias de la Comunicación y Jornadas Internacionales de Estudios sobre políticas de comunicación
- NAVAS ALVEAR, M (2004) Los derechos de la comunicación. Reflexión, práctica, debate. Fundación Regional de Asesoría en Derechos Humanos, INREDH. Fundación Punto de Comunicación. Programa Andino de Derechos Humanos y Democracia. Ecuador
- ROSSI, Diego (2000) "Precisiones sobre el acceso y la participación en la comunicación masiva", CECOSO, UBA.
- ZALLO, Ramón (1988) Economía de la comunicación y la cultura. Akal, Madrid.
- Ley Nacional Nº 22.285
- Ley Nacional Nº 26.522
- Ley Nacional Nº 17741

TALLER DE PRÁCTICAS DE INTEGRACIÓN I

Docente responsable: Esp. María Liliana Córdoba
Docente a cargo del dictado: Esp. María Liliana Córdoba

Carga horaria: 20 horas

Modalidad de dictado: El Taller se dictará en cinco clases consecutivas de 4 horas de duración cada una, en el período de una semana. En cada una de ellas se desarrollarán distintas estrategias participativas de enseñanza-aprendizaje.

Correlatividades: El Taller es correlativo de todos los seminarios obligatorios y optativos del Módulo I.

FUNDAMENTACION

Los Talleres de Prácticas de Integración son ámbitos que buscan superar un déficit habitual en la formación de comunicadores: la disociación entre los conceptos y categorías analíticas ofrecidas por los corpus teóricos y la práctica profesional en sí.

La reconfiguración del sistema de medios y la emergencia de nuevos actores y sectores del audiovisual propiciadas por la Ley 26522 provoca situaciones, problemáticas y proyecciones inéditas que deben ser analizadas y tomadas en cuenta en tanto condiciones específicas que renuevan la práctica de la gestión y la producción del audiovisual en Argentina.

OBJETIVOS

General:

El Taller de Prácticas de Integración I busca articular los contenidos teórico-prácticos desarrollados en los seminarios que integran el Módulo I con experiencias y situaciones específicas derivadas de las nuevas regulaciones nacionales para la comunicación audiovisual.

Específicos:

1. Retomar contenidos desarrollados en los seminarios obligatorios y optativos del Módulo I y aplicarlos al tratamiento de casos y/o problemas relacionados como medios audiovisuales públicos y sin fines de lucro.
2. Favorecer la adquisición, por parte de los estudiantes de competencias para la gestión y producción de medios audiovisuales públicos y sin fines de lucro vinculando perspectivas teóricas con problemáticas ciudadanas.

CONTENIDOS

Los núcleos de contenidos a desarrollar en el Taller son:

1. Vinculación de diferentes aspectos –artículos y fundamentos- de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual, con el ejercicio específico de derechos de comunicación por parte de diferentes colectivos y organizaciones sociales.
2. Análisis de experiencias de medios públicos y sin fines de lucro como explicitación de políticas públicas de comunicación democratizadoras y como búsqueda de concreciones alternativas.

METODOLOGÍA DE TRABAJO

El Taller se desarrollará en cinco sesiones de trabajo de cuatro horas de duración cada una.

- a. Análisis – Guía metodológica
Durante las dos primeras sesiones, a partir de casos aportados por la docente y mediante guías metodológicas adecuadas, se realizarán los análisis propuestos en los dos núcleos de contenidos del Taller.
- b. Aplicación
En las dos sesiones siguientes los estudiantes deberán producir articulaciones y análisis semejantes a partir de casos propuestos por ellos.
- c. Propuestas – Diseños
Durante la última sesión los estudiantes deberán diseñar posibles estrategias de democratización de la comunicación mediante el recurso a medios audiovisuales

En tanto se trata de una metodología de taller, los trabajos realizados por los alumnos serán colectivos –en grupos de hasta 5 participantes-. Las jornadas de aplicación (b) y propuestas (c) finalizarán con una puesta en común de la labor a partir de la cual se podrán extraer conclusiones de carácter general.

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Se requiere una asistencia mínima al 80% de las clases para regularizar el Taller.

La evaluación del Taller consistirá en la elaboración de un trabajo individual en el cual los alumnos retomen y profundicen las prácticas desarrolladas en las sesiones de aplicación y propuestas del Taller, integrando los contenidos de los seminarios obligatorios y optativos del Módulo I. La evaluación se aprobará con una calificación mínima de 7 (siete) puntos, en una escala de 0 (cero) a 10 (diez), ajustándose a lo establecido en el Reglamento de Funcionamiento de la carrera.

BIBLIOGRAFÍA

Dado su carácter integrador, este Taller no tiene bibliografía específica. Se utilizará la bibliografía propuesta en los programas de los seminarios obligatorios y específicos del Módulo I. Ello no obsta para que, si en el curso de las sesiones se muestra necesario, la docente a cargo incorpore nuevos materiales.

Seminario obligatorio: **Aspectos legales e institucionales para la gestión de medios audiovisuales.**

Docente responsable: Ab. Esteban Falcón

Docente a cargo del dictado: Ab. Esteban Falcón

Carga horaria: 10 horas

Modalidad de dictado: El seminario se dictará en tres clases consecutivas; la primera de ellas de 4 horas de duración, mientras que las dos restantes serán de 3 horas cada una. El seminario se dará en el periodo de una semana. En cada una de las clases se abordarán, de manera integral, contenidos teóricos y actividades de carácter práctico.

Correlatividades: El seminario no tiene correlatividades. Se requiere su regularización para cursar el Taller de Prácticas de Integración II.

FUNDAMENTACIÓN

El desarrollo de nuevas tecnologías en el campo de la comunicación audiovisual y el escenario normativo existente a partir del dictado de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (Ley 26.522) demanda de los profesionales de la comunicación el dominio de nuevos conocimientos y capacidades técnicas, acordes a esas nuevas condiciones de planificación, producción, gestión y realización de prácticas comunicativas de carácter masivo.

La expectativa generada en aquellos sectores de la sociedad que esperaban del dictado de un marco normativo propicio para la aparición de nuevas voces y actores en el escenario comunicacional, requiere para su satisfacción de profesionales que, a partir del conocimiento de las nuevas herramientas jurídicas y tecnológicas, consoliden y den forma a estos nuevos espacios.

OBJETIVOS

1. Analizar el marco normativo vigente para facilitar el desarrollo de medios audiovisuales con orientación ciudadana, especialmente medios sin fines de lucro, medios públicos y medios locales.
2. Especificar condiciones, reglas y procedimientos para la gestión y la producción de medios audiovisuales con perspectiva ciudadana.

CONTENIDOS

Unidad 1 – Organismos y medios según la Ley 26.522

Estructura de la ley. Órganos de Aplicación y Seguimiento. Modalidades de participación ciudadana a través de consejos y defensorías. Autorizaciones y



Licencias. Tipos de prestadores. Organización del espectro radioeléctrico. Distintos tipos de Servicios de Comunicación Audiovisual. Señales, registros. Régimen de multiplicidad de licencias.

Unidad 2 – Contenidos de la Programación previstos en la Ley 26.522

Cuotas de Producción: Producción propia. Independiente. Contenidos infantiles. Cine nacional. Programación informativa . Programación y contenidos obligatorios de los Servicios de Comunicación Audiovisual. Contenidos de Interés Relevante. Comercialización publicitaria: máximos autorizados y publicidad prohibida.

Unidad 3 – Reglas y procedimientos para la producción audiovisual

La producción audiovisual como obra colectiva. Derechos intelectuales involucrados en la producción y difusión de contenidos audiovisuales. Derecho moral de autor y derechos patrimoniales. Formatos de explotación y ventanas de comercialización. – Sociedades de Gestión Autoral y de Gestión Colectiva. Contratos básicos de la producción audiovisual. Derechos de exhibición de contenidos enlatados; autorizaciones y uso de material de terceros. Propiedad Intelectual vs. Derecho a la información. Fuentes de Financiamiento dentro de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual. Polos y Nodos de Producción en las Universidades Nacionales.

METODOLOGÍA DE TRABAJO

Durante las clases se abordarán los distintos aspectos que, a partir del marco normativo la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual- habilitan el desarrollo de medios audiovisuales con orientación ciudadana, en lo que refiere a las condiciones, reglas y procedimientos para la gestión y producción en dichos medios. Para ello se recurrirá a diversas herramientas didácticas (análisis de casos, cuerpo de la Ley 26.522, etc.).

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Se requiere una asistencia mínima al 80% de las clases para regularizar el seminario.

La evaluación del seminario se realizará de forma individual en el marco del Taller de Prácticas de Integración II. Los alumnos deberán dar cuenta de los diversos aspectos de la Ley 26.522 referidos a condiciones, reglas y procedimientos para la gestión y producción de medios audiovisuales en el análisis y diseño de estrategias contemplados en dicho Taller.

La evaluación se aprobará con una calificación mínima de 7 (siete) puntos, en una escala de 0 (cero) a 10 (diez), ajustándose a lo establecido en el Reglamento de Funcionamiento de la carrera.

BIBLIOGRAFÍA

- Emery Miguel Angel (2005). *Propiedad Intelectual*. Buenos Aires: Editorial Astrea.
- Lipszyc Delia y Villalba Carlos (2009). *El derecho de Autor en la Argentina*. Buenos Aires: Editorial La Ley.

- Lipszyc Delia (2000). *Derechos de Autor y Derechos Conexos*. Buenos Aires: Editorial Zavalía.
- Ley Nacional 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual.



Seminario optativo: **Producción y promoción cultural desde las radios**

Docente responsable: Dra. Patricia Fasano

Docente a cargo del dictado: Dra. Patricia Fasano y Ernesto Lamas

Carga horaria: 20 horas

Modalidad de dictado: El seminario se dictará en cinco clases consecutivas de 4 horas de duración cada una. En cada una de ellas se abordarán, de manera integral, contenidos teóricos y actividades de carácter práctico.

Correlatividades: El seminario no tiene correlatividades. Se requiere su regularización para cursar el Taller de Prácticas de Integración III.

FUNDAMENTACIÓN

La propuesta de este programa parte de una serie de premisas que asumen a la radio ciudadana, y a los medios audiovisuales en general, como proyecto cultural:

- Un medio ciudadano es aquel que se construye más allá del lugar físico donde se produce, realiza y emite.
- Un medio ciudadano se propone entre sus objetivos vincularse con interlocutores antes que oyentes o lectores.
- Un medio ciudadano es cultura y produce cultura desde cada programa y en su programación toda.

Una vez aceptadas estas premisas, que discuten con una mirada culturalista sobre la cultura (según la cual sólo sería cultura lo que se produce en espacios destinados para tal fin, y que ubica a la realización de un programa de radio, televisión, video o podcast como parte de la producción cultural), podemos abrir el campo de observación e indagar acerca de otros espacios en los que cada comunidad con los medios, desde los medios, crea hechos culturales que completan las acciones del proyecto político-cultural-comunicacional.

Esa producción no es sólo la puesta en práctica de unos deseos o de un plan político previsto sino también una herramienta de inserción del medio en la vida comunitaria y una acción que complementan otras instancias de sostenibilidad social y económica del proyecto en cuestión.

OBJETIVOS

- a. Promover procesos de reflexión en torno al medio como proyecto comunicativo y cultural.
- b. Brindar pautas para la organización del proyecto mediático como proyecto de promoción y producción cultural.
- c. Ofrecer herramientas para la planificación de eventos culturales como parte de



la estrategia de sostenibilidad social y económica del medio.

CONTENIDOS

Unidad 1

El medio audiovisual como hecho comunicativo y como hecho cultural. Los públicos en un medio ciudadano: formas de participación, modos de interpelación, espacios de interlocución. Cultura y ciudadanía activa.

Unidad 2

La producción cultural y la sostenibilidad económica y social del proyecto radiofónico. Estrategias. Algunos casos en Argentina: Red de Radios del Mocase VC (Argentina), Puntos de Cultura (Brasil), FM La tribu (Argentina).

Unidad 3

El diseño de planes hacia el acto cultural. Objetivos, creación y soportes. Alternativas del "recurso de la cultura": publicaciones, discos, fiestas, seminarios, conciertos, muestras, talleres, obra audiovisual, arte callejero, diseño gráfico, soporte virtual y multimediático. Las experiencias de La cometa de San Gil (Colombia), Escuela audiovisual infantil (Colombia), Radio Tierra (Chile), Radio Vos (Nicaragua), Radio La voz de la gente (Venezuela).

METODOLOGÍA DE TRABAJO

Se prevé trabajar en cinco encuentros de cuatro horas de duración cada uno. En cada encuentro habrá espacio para:

Presentación del tema, reflexión colectiva.

Lectura crítica de bibliografía.

Visualización y/o escucha de materiales audiovisuales.

Entrevistas presenciales o por video conferencia con referentes de la comunicación que desarrollan actividades fuera del estudio.

Actividad en grupos para el diseño de una acción cultural en terreno.

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Se requiere una asistencia mínima al 80% de clases para regularizar el seminario.

La evaluación del seminario se realizará de forma individual en el marco del Taller de Prácticas de Integración III. Los alumnos que hayan cursado este seminario optativo deberán incorporar estrategias de promoción cultural en el diseño de programaciones, producciones audiovisuales y/o estudios de audiencia que realicen.

La evaluación se aprobará con una calificación mínima de 7 (siete) puntos, en una escala de 0 (cero) a 10 (diez), ajustándose a lo establecido en el Reglamento de Funcionamiento de la carrera.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA



AAVV (2008) *Tensiones*. Selección de conferencias del Programa de Formación en Gestión Cultural. Córdoba: Centro Cultural España-Córdoba.

Berardi Bifo, Franco (2007) *Generación Post-Alfa. Patologías e imaginarios en el semiocapitalismo*. Buenos Aires: Tinta Limón.

Colectivo La Tribu (2000) *La tribu. Comunicación alternativa*. Buenos Aires: La Crujía.

Cultura Nación. Culebrón timbal (2010) ¡Aguante la cultura! Arte, organización, cultura y economía solidaria.

Dubatti, Jorge y Pansera, Claudio (2006): Cuando el arte da respuestas, *43 proyectos de cultura para el desarrollo social*, Buenos Aires: Imprenta Pasart.

Martín-Barbero, Jesús (2009) Diversidad cultural y convergencia digital. *Alambre. Comunicación, información, cultura*. Nº 2.

Puig, Toni. Sin fecha. *La cultura alumbra e incrementa siempre ciudadanía activa. El nuevo rol de las organizaciones para la cultura en las post políticas culturales*. Disponible en <http://www.tonipuig.com/pdfsok/textos/La%20cultura%20alumbra.pdf>

Villamayor C., Lamas E. (1998) *Manual de gestión de radios ciudadanas y comunitarias*. 1998

Yúdice, George. (2002) "El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global". *El recurso de la cultura*, Barcelona: Editorial Gedisa.

Material audiovisual

Distorsión armónica. Colectivo La tribu. 2009.

Bache. Radio-calle-tecnología. Colectivo La tribu. 2010.

Aguante la cultura <http://vimeo.com/8033039>

Escuela audiovisual infantil de Colombia.

Entrevista con Alejandro Kaufman. Medios alternativos y contrainformación.

Entrevista con Mayra Estevez. Sobre cultura y tecnologías, viejas y nuevas.

Entrevista pública con Franco Berardi Bifo.

Seminario optativo: **LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y DERECHO A LA INFORMACIÓN:
ASPECTOS FILOSÓFICOS, NORMATIVOS Y JURÍDICOS**

Docente responsable: Dr. Damián Loreti

Docente a cargo del dictado: Dr. Damián Loreti

Carga horaria: 20 horas

Modalidad de dictado: El seminario se dictará en cinco clases consecutivas de 4 horas de duración cada una, en el período de una semana. En cada una de ellas se abordarán, de manera integral, contenidos teóricos y actividades de carácter práctico.

Correlatividades: El seminario no tiene correlatividades. Se requiere su regularización para cursar el Taller de Prácticas de Integración I.

FUNDAMENTACIÓN

Las libertades de expresión e información son derechos humanos fundamentales, reconocidos por tratados internacionales, que deben ser garantizados como tales por los Estados democráticos. En especial, la vigencia y profundización de la vida democrática ha sido relacionada con la vigencia y ampliación de estos derechos fundamentales.

Este seminario pretende brindar a los estudiantes de la Especialización los conocimientos que les permitan comprender los fundamentos, alcances y disposiciones referidas a estos derechos en el ámbito nacional e internacional. Por otra parte, ofrecer herramientas conceptuales y analíticas para examinar aquellos mecanismos y condicionamientos que impiden o limitan el ejercicio de estos derechos. Por último, el seminario buscará propiciar una actitud reflexiva y crítica de los estudiantes en este ámbito, que permita confrontar de manera permanente a las disposiciones y premisas normativas con la realidad, así como las relaciones entre esos principios y su práctica profesional.

OBJETIVOS

- Estudiar los aspectos filosóficos, normativos y jurídicos de la libertad de expresión y el derecho a la información.
- Reconocer diferentes formas y casos de censura.
- Estudiar las características, fundamentos y aplicaciones del derecho de acceso a la información pública.
- Conocer y analizar algunos de los dilemas y principios éticos vinculados a la actividad periodística.

CONTENIDOS

MÓDULO 1

Filosofía política de la protección de la libertad de expresión. Rol del Estado. El derecho a la información como derecho humano, su relación con la libertad de expresión. Información,

participación, acción. Los principios de universalidad y de generalidad. El sujeto universal. Las facultades del DALI: investigar, recibir y difundir. La universalidad de medios. Artículo 13 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos y su relación con otras Cartas y Tratados. Declaración de Principios de la Comisión Interamericana de Derechos Humanos (CIDH) de octubre de 2000. Principios constitucionales. Arts. 14, 32 La reforma de 1994. Los arts. 41, 42 y 43 CN.

MÓDULO 2

La censura en la Convención Americana sobre Derechos Humanos o Pacto de San José de Costa Rica. Casos "Martorell" y "La última tentación de Cristo (Olmedo Bustos y otros vs. Chile)". Principios del Tribunal Europeo de Derechos Humanos. Comparación de textos: Convención Americana sobre Derechos Humanos y Declaración Universal de los Derechos del Niño. Casos "Horacio Verbitsky" y "Servini de Cubría, María R. c/ Arrear y Borenstein, Mauricio". Censura previa. Ejemplos periodísticos y otras expresiones. El arte como opinión y enlace al tema censura: el caso "Ferrari". Las encuestas en boca de urna: caso "Asociación de Telerradiodifusoras Argentinas c/ Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires s/ amparo".

MÓDULO 3

Derecho de acceso a la información pública. Caracterización de la información pública. Fundamentos. Transparencia. Los distintos poderes. Información judicial. Decreto 1172/3. Ley 104 de la Ciudad y derecho comparado. Caso Claude c/ Chile Corte Interamericana de Derechos Humanos. Ley 26.134: Revelación de leyes secretas. Prohibiciones futuras.

MÓDULO 4

Publicidad oficial: casos jurisprudenciales "Editorial Río Negro c/ Provincia de Neuquén" (diario *Río Negro*) y "Emisiones Platenses c/Municipalidad de La Plata" (diario *Hoy*) y reglamentación de la Provincia de Tierra del Fuego.

MÓDULO 5

El Estatuto del periodista. Jurisprudencia acerca de la distinción entre ser y no ser considerado periodista profesional. Cláusulas profesionales. Cláusula de conciencia. Secreto profesional. Secreto de la fuente. Dilemas y principios éticos de la actividad periodística. Códigos de ética profesional.

METODOLOGÍA DE TRABAJO

El curso consistirá en 5 clases de cuatro horas cada una. En cada una de las clases se desarrollará una de las unidades propuestas a partir de la exposición del docente y del análisis práctico de un conjunto de casos y experiencias.

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Se requiere una asistencia mínima al 80% de clases para regularizar el seminario.

La evaluación del seminario se realizará de manera individual en el marco del Taller de Prácticas de Integración I. Los alumnos que hayan cursado este seminario optativo deberán introducir la dimensión filosófica, normativa y jurídica de los derechos a la comunicación en los análisis y propuestas de democratización de la comunicación a partir de recursos de carácter audiovisual.

La evaluación se aprobará con una calificación mínima de 7 (siete) puntos, en una escala de 0 (cero) a 10 (diez), ajustándose a lo establecido en el Reglamento de Funcionamiento de la carrera.



BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Arese, C. "El estatuto del Periodista Profesional: desde el Dictáfono a Internet", en VV.AA., Estatutos Profesionales, Buenos Aires, Larocca, pp. 337-392.

Courtis, C. (COMP.), La aplicación de los tratados sobre derechos humanos en el ámbito local. La experiencia de una década, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, CELS-Canadian Development Agency, editores del Puerto, 2007, pp. 965-986.

Loreti, D. "Los desafíos del derecho de la información como herramienta de la política del Estado hacia la comunicación", en Revista ZIGURAT, Año 4, Nº 4, UBA-FSC-Comunicación Social, noviembre de 2003, pp. 33-42

Loreti, D. "La libertad de Expresión y las razones de por qué defenderla", en Revista Argentina de Comunicación no. 2, 2010. pp.

Loreti, D. "Aplicación de los principios de libertad de expresión del artículo 13 de la Convención Americana sobre derechos humanos", EN Abramovich, V., Bovino, A. y Soria, C. "Sobre las Etapas del DALI, en La crisis de la identidad del periodista, Barcelona, Editorial Mitre, 1989, pp. 9-25.

Loreti, D. "Los aportes de la CIDH en materia de prevención contra la censura previa", en revista CEJIL, Año I, Nº 1, diciembre de 2005, pp.75- 84.

Loreti, D. "Reglas de censura y autocensura en la dictadura militar"; Caso "Horacio Verbitsky"; Caso "Servini de Cubría", Caso "LEÓN FERRARI C/GCBA"; Caso "ATA C/GCBA (BOCA DE URNA);

Documentos

Ley 12.908. Estatuto del Periodista Profesional; CIDH: Opinión Consultiva OC-5/85 del 13 de Noviembre de 1985. La Colegiación Obligatoria de Periodistas. Solicitada por Costa Rica.

Código Deontológico Europeo de la Profesión Periodística

Código de Ética de Puerto Rico

Código Latinoamericano de Ética Periodística (FELAP)

PCC Code of Practices

Jurisprudencia sobre el encuadramiento profesional del periodismo

Caso "Thomas Catan".



Seminario obligatorio: Departamentos de producción en los medios audiovisuales

Docente responsable: Bernarda Llorente

Docente a cargo del dictado: Bernarda Llorente y María Seoane

Carga horaria: 30 horas

Modalidad de dictado: El seminario se dictará en ocho clases (seis de ellas de 4 horas de duración cada una y dos clases de 3 horas de duración cada una), en el periodo de dos semanas. En cada una de estas instancias se abordarán, de manera integral, contenidos teóricos y actividades de carácter práctico.

Correlatividades: El seminario no tiene correlatividades. Se requiere su regularización para cursar el Taller de Prácticas de Integración III.

FUNDAMENTACIÓN

Una significativa producción teórica y de investigaciones empíricas da cuenta de la relevancia que posee la información no sólo para compartir la actualidad sino también para contar con los recursos necesarios en el desempeño público de distintos actores sociales. Usualmente asociada a la labor periodística, es necesario reflexionar lo que significa el estar informado para el ejercicio de la condición ciudadana, es decir, para hacer posible el reconocimiento de los deberes y derechos civiles, sociales y políticos por parte del público de los medios audiovisuales y su participación en la esfera pública en relación con ellos.

Por otra parte, si bien la formación de grado en carreras de comunicación social y periodismo permite desarrollar competencias para la producción informativa, no siempre se generan los conocimientos y habilidades necesarias para la organización de esa producción, que deben adquirirse en la práctica de la profesión. Ello deviene en un pragmatismo que, la más de las veces, impide que los profesionales asuman plenamente su carácter de mediadores entre diversas fuentes –diversos sectores sociales- y el público, derivando en discursos informativos reiterativos de las agendas dominantes.

En lo que respecta a la programación no-informativa de los medios audiovisuales públicos y sin fines de lucro, es necesario vincular la posibilidad de alcanzar mayores audiencias, pero sobre todo de desarrollar interacciones respetuosas y participativas con ellas, al desarrollo de estrategias innovadoras y creativas. La recuperación de estéticas, géneros y formatos vinculados a las culturas de diferentes sectores de la población acrecienta los procesos de identificación reconocimiento y, en consecuencia, fortalece las posibilidades de constituirse en actor comunicativo.

OBJETIVOS

- Identificar los principales problemas teórico-políticos vinculados con la producción de contenidos en los medios audiovisuales.
- Compartir diferentes modelos de organización de la producción informativa en medios audiovisuales y sus implicancias para el ejercicio del derecho a la comunicación como derecho de ciudadanía.
- Repensar la profesionalidad periodística y la construcción de agendas en medios públicos, sin fines de lucro y de alcance local, para estimular la participación ciudadana.
- Desplegar conocimientos y capacidades para el trabajo en el proceso de creación y producción de contenidos no informativos en medios audiovisuales con perspectiva ciudadana, atendiendo particularmente a la dimensión creativa de este proceso.
- Desarrollar las diversas opciones que se configuran para la producción de contenidos no informativos a partir de la digitalización.

CONTENIDOS

a. Producción de contenidos informativos

Módulo 1: El papel de la información en los medios audiovisuales

Las lógicas informativas predominantes en los medios audiovisuales. La construcción de agenda y la articulación con otros medios masivos. Las ideas de actualidad y noticiabilidad como criterios de calidad informativa; alternativas a las concepciones dominantes. La inserción de lo informativo en el conjunto de la programación.

Módulo 2: Modalidades de producción informativa

El servicio informativo en la programación del medio (radio y/o televisión). Línea editorial y sectorización temática de la información. Lenguaje, formatos. Diferentes modalidades de organización de los servicios y departamentos informativos. Las rutinas de producción: su papel contradictorio en términos de eficacia y creatividad. Articulación de los servicios y departamentos informativos con otras áreas de producción del medio y con sectores afines del sistema comunicacional. Las redes: sentido, alcance, usos.

Módulo 3: Información y participación ciudadana

La información como recurso para la participación ciudadana: el debate de problemas e ideas; la generación de agenda desde la sociedad civil; la redefinición del concepto de fuentes informativas y la re-jerarquización de los actores sociales con débil presencia en la esfera pública. Función de los corresponsales y los movileros: responsabilidad en la emisión de la palabra directa.

b. Producción de contenidos no informativos

Módulo 4: La producción y realización audiovisual como proceso creativo

Procesos y procedimientos de producción de contenidos creativos audiovisuales. Realización de contenidos: story-line, síntesis y desarrollo audiovisual. El proceso de pre- producción, producción y post- producción.



Módulo 5: Los géneros y formatos no informativos

Géneros televisivos no-informativos: géneros de ficción (serie, telenovela, sitcom, híbridos, etc.) y no ficción (documental, entretenimiento, musical, etc.). Adecuación de géneros, formatos y temáticas con diferentes segmentos de la audiencia. Las producciones cross-media y sus narrativas.

Módulo 6: La construcción del relato. La narración.

La narración en las distintas construcciones audiovisuales. La elaboración del guión, la producción y la dirección como un todo. El trabajo de equipo en este proceso.

METODOLOGÍA DE TRABAJO

En cada uno de los encuentros que abarquen este seminario se desarrollarán los contenidos propuestos en el programa y se abordará, a la luz de éstos, un conjunto de propuestas audiovisuales tanto informativas como no informativas (para el estudio de casos, propiciando el análisis y el debate colectivos).

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Se requiere una asistencia al 80% de clases para regularizar el seminario.

La evaluación del seminario se realizará de forma individual en el marco del Taller de Prácticas de Integración III. Para la aprobación del seminario, los alumnos deberán desarrollar una propuesta referida a la producción en medios audiovisuales –pudiendo optar entre contenidos informativos o no informativos-, incorporando los diversos contenidos desarrollados a lo largo del seminario.

La evaluación se aprobará con una calificación mínima de 7 (siete) puntos, en una escala de 0 (cero) a 10 (diez), ajustándose a lo establecido en el Reglamento de Funcionamiento de la carrera.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

a. Producción de contenidos informativos

DIEZHANDINO NIETO, María del Pilar (1997), "Hacia un periodismo de clarificación, orientación, utilidad y servicio, en *Signo y Pensamiento* N° 30, Universidad Javeriana de Bogotá, Colombia

KLEIN, Darío, (2001) "El papel del periodismo de investigación en la sociedad democrática" en *Razón y Palabra*, N° Mayo-Julio, México

LALINDE POSADA, Ana María (1992) "La selección de la noticia: evidencia de ideologías profesionales", en *Signo y Pensamiento* N° 20, Universidad Javeriana de Bogotá, Colombia

LUCHESSI, Lila (2010) *Nuevos escenarios detrás de las noticias*, La Crujía, Buenos Aires

MARTINI, Stella (1999) *DIA-LOGOS de la Comunicación*, "El sensacionalismo y las agendas sociales", Lima, FELAFACS, N° 55

MARTINI, Stella (2007) *La prensa gráfica argentina: reflexiones sobre la calidad periodística, la información "socialmente necesaria" y la participación ciudadana en las agendas sobre el delito*, en

<http://www.diariosobrediaros.com.ar/dsd/images/Martini.pdf>

MARTINI, Stella (2000) *Periodismo, noticia y noticiabilidad*, Norma, Buenos Aires,

MARTINI, Stella y LUCHESSI, Lila (2004) *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder*. Buenos Aires, Biblos.

MATA María C; CORDOBA, Liliana, DEBANNE, Luciano; SEGURA, Soledad y otros (2005), Córdoba, *Anuario de Investigación y Extensión 2004-05*, "Estrategias para la construcción de agenda desde las organizaciones ciudadanas", ECI-UNC

NUÑEZ, Luis (1997) "La evolución de la función periodística" en *Signo y Pensamiento* N° 31, Universidad Javeriana de Bogotá, Colombia

TUCHMAN, Gaye (1983) *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción social de la realidad*. Gustavo Gili (ed.), Barcelona.

TUCHMAN, Gaye y FORTIN, Nina (1989) *Publishers and Social Change*, Yale University Press, 1989.

b. Producción de contenidos no informativos

AA,VV. (1987) *El guionista y su oficio*. Cuba: Escuela Internacional de Cine y Televisión.

BETTETINI, Gianfranco. (1996) *La conversación audiovisual: problemas de la enunciación fílmica y televisiva*. Serie: Signo e imagen; 1. 2º ed. Madrid: Cátedra.

BORDWELL, David (1996) *La narración en el cine de ficción*. Buenos Aires: Paidós, 1996.

BRAVO, Raymond (1993) *Producción y dirección de televisión*. México D.F. - Argentina: Limusa, Grupo Noriega Editores.

FARCO. (2010) *Nueva ley de medios audiovisuales: Desafíos para los medios comunitarios y populares*. 1º ed. Buenos Aires: Farco.

COMPARATO, Doc (2005) *De la creación al guión. Arte y técnica de escribir para cine y televisión*. Buenos Aires: La Crujía.

LA FERLA, Jorge (comp.) (1999) *Medios audiovisuales: ontología, historia y praxis, cine - tv- video - instalaciones - multimedia*. Buenos Aires: Eudeba.

LA FERLA, Jorge (comp.) (2008) *Las prácticas mediáticas pre digitales y post analógicas. Artes y medios audiovisuales: un estado de situación* / Buenos Aires: Nueva Librería

MARTÍN-BARBERO, Jesús y G. Rey (1999) *Los ejercicios del ver hegemonía audiovisual y ficción televisiva*. Barcelona: Gedisa.

PERONA, Alberto Mario (1998) *El aprendizaje del guión audiovisual: fundamentos, metodología y técnicas*. Córdoba

SEGER, Linda (1993) *El arte de la adaptación: como convertir hechos y ficciones en películas*. Madrid: Ediciones Rialp.

VALE, Eugene (1986) *Técnicas del guión para cine y televisión*. Barcelona: Gedisa.

TALLER DE PRÁCTICAS DE INTEGRACIÓN II

Docente responsable: Dra. Soledad Segura
Docente a cargo del dictado: Dra. Soledad Segura

Carga horaria: 20 horas

Modalidad de dictado: El Taller se dictará en cinco clases consecutivas de 4 horas de duración cada una, en el período de una semana. En cada una de ellas se desarrollarán distintas estrategias participativas de enseñanza-aprendizaje

Correlatividades: El Taller es correlativo de todos los seminarios obligatorios y optativos del Módulo II.

FUNDAMENTACION

Los Talleres de Prácticas de Integración son ámbitos que buscan superar un déficit habitual en la formación de comunicadores: la disociación entre los conceptos y categorías analíticas ofrecidas por los corpus teóricos y la práctica profesional en sí. En particular, la gestión de medios audiovisuales con perspectiva ciudadana requiere de la revisión crítica de los diferentes modelos y prácticas de gestión existentes con el objetivo de reorientarlos a un enfoque ciudadano. Es decir, a un enfoque que tome en cuenta la sustentabilidad no lucrativa, la planificación y gestión participativa, la articulación de los medios con otras instituciones sociales para la producción de espacios culturales, la participación de las audiencias en la elaboración de contenidos y el debate de ideas, entre otros.

OBJETIVOS

General:

El Taller de Prácticas de Integración II busca articular e integrar los contenidos teórico-prácticos desarrollados en los seminarios que integran el Módulo II con experiencias y situaciones específicas de gestión de medios audiovisuales públicos y sin fines de lucro.

Específicos:

1. Retomar contenidos desarrollados en los seminarios obligatorios y optativos del Módulo II y aplicarlos al tratamiento de casos y/o problemas de gestión de medios audiovisuales.
2. Favorecer la adquisición, por parte de los estudiantes, de competencias para la gestión de medios audiovisuales con perspectiva ciudadana.

CONTENIDOS

Los núcleos de contenidos a desarrollar en el Taller son:

1. Análisis de experiencias de gestión de medios públicos (locales, nacionales, universitarios, públicos no estatales). Dificultades y estrategias innovadoras vinculadas con las nuevas condiciones tecnológicas y normativas del sistema de medios de comunicación audiovisual argentino.
2. Análisis de experiencias de gestión medios sin fines de lucro locales y nacionales. Dificultades y estrategias innovadoras vinculadas con las nuevas condiciones tecnológicas y normativas del sistema de medios de comunicación audiovisual argentino.

METODOLOGÍA DE TRABAJO

El Taller se desarrollará en cinco sesiones de trabajo de cuatro horas de duración cada una.

a. Análisis – Guía metodológica

Durante las dos primeras sesiones a partir de casos aportados por la docente y mediante guías metodológicas adecuadas, se realizarán los análisis propuestos en los dos núcleos de contenidos del Taller.

b. Aplicación

En las dos sesiones siguientes los estudiantes deberán producir análisis semejantes a partir de casos propuestos por ellos.

c. Propuestas – Diseños

Durante la última sesión los estudiantes deberán diseñar estrategias de gestión innovadoras a partir de casos-problema propuestos por la docente.

En tanto se trata de una metodología de taller, los trabajos realizados por los alumnos serán colectivos –en grupos de hasta 5 participantes-. Las jornadas de aplicación (b) y propuestas (c) finalizarán con una puesta en común de la labor a partir de la cual se podrán extraer conclusiones de carácter general.

METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN

Se requiere una asistencia mínima al 80% de clases para regularizar el taller.

La evaluación del Taller consistirá en la elaboración de un trabajo individual en el cual los alumnos retomen y profundicen las prácticas desarrolladas en las sesiones de aplicación y propuestas del Taller, integrando los contenidos de los seminarios obligatorios y optativos del Módulo II. La evaluación se aprobará con una calificación mínima de 7 (siete) puntos, en una escala de 0 (cero) a 10 (diez), ajustándose a lo establecido en el Reglamento de Funcionamiento de la carrera.

BIBLIOGRAFÍA

Dado su carácter, este Taller no tiene bibliografía específica. Se utilizará la bibliografía propuesta en los programas de los seminarios obligatorios y específicos del Módulo II. Ello no obsta para que, si en el curso de las sesiones se revela necesario, la docente a cargo incorpore nuevos materiales.

Seminario optativo: PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS EDUCATIVOS

Docente responsable: Esp. Verónica Fiorito

Docente a cargo del dictado: Esp. Verónica Fiorito

Carga horaria: 20 horas

Modalidad de dictado: El seminario se desarrollará en cinco clases consecutivas, de cinco horas cada una. Todas las clases articularán contenidos teóricos e instancias prácticas.

Correlatividades: El seminario no posee correlatividades. Se requiere su regularización para cursar el Taller de Prácticas de Integración III.

Fundamentación

En las sociedades actuales, el conocimiento y la información juegan un papel central tanto en los procesos de desarrollo económico como en los procesos de democratización política y social, por lo que es central el acceso a ellos en los múltiples ámbitos de la vida social, aún en países como los nuestros en los cuales hay otras necesidades estructurales que consideramos más básicas, como las de vivienda o salud para las mayorías (Martín Barbero, 2000).

Al mismo tiempo, el rol de construcción y puesta en circulación de ese conocimiento e información ya no es privativo de las instituciones a cargo de la educación formal. La centralidad de los servicios de comunicación audiovisual en la configuración de los saberes al interior de las sociedades contribuye a reforzar un fenómeno de diversificación y difusión del saber por fuera de la escuela. Ésta ha dejado de ser el principal lugar de legitimación de conocimientos, pues hay una multiplicidad de saberes que circulan por otros canales, difusos y descentralizados.

Partiendo de reconocer que el acceso al conocimiento es un derecho humano fundamental y que la regulación de los servicios de comunicación audiovisual es central para garantizar ese derecho, la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522 reconoce la necesidad de asegurar a los ciudadanos el acceso a contenidos audiovisuales educativos de calidad. Define, en función de ello, que al menos el veinte por ciento (20%) de la programación emitida por los titulares de licencias o autorizaciones debe estar destinada a la difusión de contenidos educativos, culturales y de bien público. Específicamente, la noción de "contenidos educativos" refiere a productos audiovisuales cuyo diseño y estructura ha sido concebido y realizado en forma didáctica, con objetivos pedagógicos propios del ámbito educativo formal o no formal.

En ese marco el seminario propone, desde una perspectiva fundada en la articulación comunicación/educación, analizar las características de los distintos géneros, formatos, espacios y lenguajes con vista a la producción de materiales educativos audiovisuales de calidad estética y científica, atendiendo a los distintos contextos

sociales de aprendizaje, las particularidades de cada medio, la región en que se ubican y de las demandas que en ella emergen.



Objetivo general

Presentar las herramientas teóricas y prácticas para la planificación, realización y seguimiento de producciones audiovisuales con contenidos educativos.

Objetivos específicos

1. Reconocer las especificidades, ventajas y limitaciones de los distintos géneros, formatos, espacios y lenguajes para la producción de contenidos audiovisuales educativos.
2. Analizar las problemáticas didácticas planteadas por los medios masivos de comunicación, a fin de promover la elaboración de propuestas comunicacionales que respondan a las competencias, necesidades, intereses y prácticas de apropiación de las TICs de los actores que conforman el público destinatario de esos contenidos.

Contenidos del seminario

Módulo 1: Los contenidos educativos

- ¿Qué es un contenido educativo?: dimensión didáctica y dimensión científica. La centralidad del contexto social de aprendizaje.
- ¿Cómo desarrollar contenidos educativos?: definición del área temática y los objetivos, la investigación, la definición de las estrategias pedagógicas, la planificación de la realización.
- Catalogación de contenidos

Módulo 2: Producción de contenidos educativos

- Desarrollo de contenidos educativos
- Del contenido al guión: guión literario y técnico. Inclusión de recursos didácticos.

Módulo 3: Los formatos audiovisuales en la producción de contenidos educativos

- Diferentes formatos en el campo audiovisual educativo.
- Qué tipo de formatos según qué contenidos.
- Formatos según cada canal.
- Formatos según cada plataforma.
- Diferentes sistemas de producción para diferentes formatos.

Módulo 4: Franjas de Programación

- La construcción de Franjas de Programación: Temáticas y estéticas. Estrategias pedagógicas según las audiencias. Desarrollo de Franjas de Programación por edades: I (de 2 a 5 y de 6 a 11 años); II (de 13 a 18 y de 18 a 26 años); III (Público general)

Metodología de trabajo

Durante las clases se presentarán las nociones y herramientas que permitan a los estudiantes planificar y elaborar productos audiovisuales que respondan a los objetivos pedagógicos de distintos ámbitos educativos, formales y no formales. Del



mismo modo, en cada clase se proyectarán contenidos educativos que ejemplifiquen esas nociones y herramientas estudiadas.

Metodología de evaluación

Se requiere una asistencia mínima al 80% de clases para regularizar el seminario.

La evaluación del seminario se realizará de forma individual en el marco del Taller de Prácticas de Integración III. Como parte del diseño de programaciones y/o programas, los alumnos que hayan cursado este seminario optativo deberán planificar un producto audiovisual educativo. La evaluación se aprobará con una calificación mínima de 7 (siete) puntos, en una escala de 0 (cero) a 10 (diez), ajustándose a lo establecido en el Reglamento de Funcionamiento de la carrera.

Bibliografía

Fainholc, B. (2002). "El concepto de Mediación en la tecnología Educativa Apropriada y Crítica." Buenos Aires, Ficha Cátedra UNLP. Disponible en: <http://www.cediproec.org.ar/producciones>

García Matilla, A. y Martínez, L. (1995) "Una TV para la educación". En: Cuadernos de Pedagogía N° 241. España: Fontalba. Pp. 24-27.

Gómez Vargas, H.r (2007) "Tiempos mutantes: jóvenes, experiencias culturales y recepción histórica del cine en una cultura local." En: Orozco Gómez, G. (Coord). *Un mundo de visiones: interacciones de las audiencias en múltiples escenarios mediáticos y virtuales*. México: ILCE. Pp. 13-30.

Martín-Barbero, J. (1997) "Heredando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación". En: Revista Nómadas N° 5. Colombia: Universidad Central.

___ (2000) "Retos culturales: de la comunicación a la educación". En: Revista Nueva Sociedad N° 169. Caracas: Nueva Sociedad.

Poloniato, A. (2005) *Guionismo y televisión educativas: escenarios actuales y futuros*. México: Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa.

Sacristán, F. (2006) "La proyección mediática de televisión en la edad infantil". En: Interacción: Revista de Comunicación Educativa N° 44. Bogotá: Centro de Comunicación Educativa Audiovisual. Pp. 26-29.

Zarandona, I. (1997) *Uso pedagógico de la televisión*. México: Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa.