

UNIVERSIDAD NACIONAL DE NORDESTE

FACULTAD DE HUMANIDADES

DEPARTAMENTO DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA

SEMINARIO DE PRÁCTICA PROFESIONAL

PERIODO LECTIVO 2017

Profesor Adjunto: Lic. Miguel Angel Vilte

Jefe de Trabajos Prácticos: Lic. Eduardo Torres Carmagnola

Auxiliar de docente de 1º: Lic. Marina Campusano.

PROGRAMA DE LA ASIGNATURA: SEMINARIO DE PRÁCTICA PROFESIONAL

Universidad Nacional del Nordeste. Facultad de Humanidades. Licenciatura en Comunicación Social.

Seminario de Práctica Profesional. (ANUAL)

Equipo de cátedra

Profesor Adjunto: Lic. Miguel Vilte.

Jefe de Trabajos Prácticos: Lic. Eduardo A. Torres Carmagnola

Auxiliar docente de Primera: Lic. Marina Campusano

Datos de contexto:

El seminario de Práctica Profesional se encuentra en tercer nivel del plan vigente en la Licenciatura en Comunicación Social. Los alumnos que concluyen este nivel reciben el título intermedio de Técnicos en Periodismo. En la actualidad se considera indiscutible que la educación, la información, el desarrollo del conocimiento y la capacidad de innovación tecnológica son determinantes en los resultados económicos y beneficios sociales de una región o país. En particular el conocimiento y el desarrollo de procesos de aprendizaje se convierten en elementos claves para generar ventajas competitivas.

La introducción masiva de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs) inciden en la estructura y dinámica de los procesos económicos y sociales, redefiniendo vertiginosamente las formas de vida de los ciudadanos; especialmente en las formas de educar; de interacción, comunicación y de controlar las acciones de gobiernos, como también las formas de producir información para el ejercicio del periodismo.

Internet removi6 los cimientos económicos de los medios tradicionales, pero a la vez dio nuevas posibilidades y modalidades de hacer periodismo. Nos puso en un paradigma donde la retroalimentación es una constante, exigiéndonos nuevas habilidades para comunicar y habilitar otras metáforas y escenarios comunicacionales.

El entorno tecnológico está redefiniendo los perfiles y habilidades de los periodistas. Hoy las personas que reúnen determinadas habilidades pueden convertirse en editores de noticias, pueden producir y distribuir contenido. Sin embargo, la labor del periodista será irremplazable ya que tendrá la posibilidad de profundizar su formación académica, interiorizándose de la pluralidad de medios para integrarlos en un proceso dinámico que conlleve a la generación de conocimientos en favor de nuestra sociedad.

El seminario anual permitirá construir conocimientos en un espacio donde se facilitará información y herramientas que le permitan al alumno/a interpretar el contexto donde se desenvuelve, trabajar en el tratamiento de contenidos; seleccionar los medios; realizar productos comunicacionales con soporte gráfico; organizar un periódico gráfico y digital; producir productos radiofónicos; producir productos audiovisuales y realizar un proyecto comunitario, integrador de conceptos vertidos durante la Carrera.

En el tratamiento de los contenidos disciplinares, se rescatará los conocimientos de los alumnos, revalorizando sus intereses y necesidades actuales para el desempeño académico y del ejercicio de la profesión.

En el tratamiento de los contenidos disciplinares, se rescatará los conocimientos de los alumnos, revalorizando sus intereses y necesidades actuales para el desempeño académico y del ejercicio de la profesión.-

Fundamentación:

El Seminario se constituye en un espacio de construcción y desarrollo de conocimientos teórico-prácticos en el que se vincularán los contenidos disciplinares de las materias de primero, segundo y tercer año que constituyen el plan de estudios de la carrera.

El Seminario de Práctica Profesional recuperará los recorridos realizados por el estudiante durante su cursada y permanentemente posibilitará la reflexión sobre la acción a través de plenarios y diálogos que se generen para construir un proceso sistemático que permita el análisis, la reconstrucción y la reestructuración de las prácticas profesionales ante las nuevas exigencias del contexto laboral. Ello implica abrir la posibilidad de dialogar con los otros sobre el ejercicio de la profesión, ajuntando la planificación a las diversidad de dimensiones comunicacionales que atraviesa la práctica profesional.

Objetivos:

- Que el alumno/a adquiera la capacidad de interpretar, describir y explicar hechos, situaciones e ideas tanto de forma oral como escrita.
- Desarrollar la capacidad analítica y crítica sobre el contexto en cual está inserto.
- Habitar nuevos territorios y escenarios comunicacionales posibilitando el encuentro sociocultural.
- Fomentar el estudio de estrategias y técnicas que favorezcan la producción de mensajes multimediales como elemento de conocimiento, comprensión y apropiación de la tecnología de información y comunicación.
- Profundizar en el conocimiento y manejo de las nuevas tecnologías para ejercicio del periodismo y la comunicación digital.

Contenidos:

Módulo I. Proyecto Comunicacional Comunitario.

Las organizaciones de la sociedad civil. Los procesos organizativos y asociativos. Identificación de instituciones públicas o privadas del medio. El diagnóstico comunicacional. Gobernabilidad sobre las necesidades comunicacionales de la organización. El Plan de Trabajo. Producción de material comunicacional. El informe final.

Módulo II. Periodismo y Comunicación Digital.

La producción periodística en un portal digital como herramienta que proporcione nuevas posibilidades y plataformas de fácil uso para producir y publicar contenidos. El entorno tecnológico, los medios tradicionales, redefinición del perfil y las habilidades de los periodistas. El lenguaje periodístico en Internet. Texto e hipertexto. Análisis comunicacional de los sitios en la web. De la emisión al encuentro sociocultural. El portal periodístico digital. Sus características. Terminología. Mecánica. Frecuencia de manejo y contenidos. El uso de las fotos y capturas de pantallas. Práctica de tratamiento de contenidos. Recolección de información. Estructuración de contenidos. Creación de los sistemas

Módulo III. Producción Gráfica

Características de productos gráficos: El volante. Afiches. Bótipos. Trípticos. Producción de páginas “doble central”. El ejercicio del periodismo gráfico y los cambios producidos en las empresas periodísticas y el rol del periodista. El futuro de los medios impresos.

Módulo IV. Producción Radial.

La importancia de la producción en la radio. El lenguaje de la radio. La música. Las palabras. Los efectos especiales. La pausa. La entrevista radial. La redacción de noticias en radio. Equipos: Ubicación y funcionamiento. Características de micrófonos. Producción de un programa de radio semanal.

Módulo V. El periodismo audiovisual.

La percepción y la intermediación tecnológica. El ojo y la visión humana. Características de cámaras para filmar: Sensibilidad. Resolución o definición. Resolución color. Imagen plana. Movimientos adaptabilidad. Elementos de la gramática audiovisual: Tipos de movimientos de la cámara. Tipos de planos. Puntos de vista. Encuadre. Cuadro. Composición. Guión Narrativo. Guión Técnico. La entrevista. Características. Producción de una entrevista. Identificación del entrevistado. Adecuaciones técnicas para cada tipo de registro. Para registro de exteriores. Para registro de interiores. Tratamiento de imagen y sonido. Producción de un documental.

Módulo VI. Contextualización del ejercicio del periodismo.

Análisis del ejercicio del periodismo a partir de la producción de multimedia. El proceso de conocimiento. La población objetivo. Los modelos de comunicación. Sobre la metodología. Tratamiento de contenidos. Arborización. Análisis de los géneros periodísticos de opinión. Selección de medios para la transmisión de información. El ejercicio de la profesión en un contexto latinoamericano.

Metodologías de enseñanza:

El Seminario de Práctica Profesional promoverá el desarrollo del conocimiento como producción colectiva y situada. Para ello, se generarán todas las condiciones para el dialogo de saberes que permita el desarrollo real de proyectos comunicacionales con la idea de constituirlos como fuentes de trabajo.

Cada unidad es un eje de debate planteados desde los contenidos del seminario, lo que implica trabajar con un nuevo paradigma comunicacional, la del encuentro comunicacional de la diversidad sociocultural.

Evaluación:

La evaluación se asumirá desde una perspectiva superadora de la evaluación como control de resultados y enjuiciamiento externo que la conciba como una instancia de la enseñanza y el aprendizaje en las que se reflexiona sobre los procesos realizados y en curso, los logros y las dificultades individuales y del grupo.

También se tendrá en cuenta presentación de los trabajos solicitados en tiempo y forma. Los trabajos presentados hasta con una semana de demora, se descontará 1 (un)

punto de la calificación final. Hasta dos semanas, se descontarán 2 (dos) puntos de la calificación final. Más de dos semanas, el trabajo obtiene una calificación final de 1 (uno).

Otro aspecto a evaluar es la corrección en la estructuración y normativa del texto escrito (ortografía, puntuación, uso de signos auxiliares, etc.). Adecuación y corrección en el discurso oral y escrito. Lectura comprobada de textos sugeridos en la cátedra. Coherencia en las argumentaciones.

Las modalidades para aprobar la materia serán: Regular y excepcionalmente libre.

La modalidad regular: Los alumnos podrán regularizar la materia aprobando dos parciales; el 80% de los trabajos prácticos y el 80% de asistencia. En casos de no aprobar, uno de los parciales tendrá derecho a un recuperatorio.

En el examen final deberá realizar la defensa del proyecto comunicacional comunitario, que integre los temas desarrollados en el periodo lectivo.

Régimen para alumnos libres.

Para aquellos alumnos que hayan cursado parcial o totalmente la materia, y quedaron libres por no haber aprobado parciales o no tener el porcentaje de asistencias, podrán rendir libres la materia con previa presentación de los trabajos prácticos de acuerdo a los contenidos desarrollados en el programa de estudios y la presentación del proyecto comunicacional comunitario. En el examen final se deberá aprobar el examen escrito y aprobando esta instancia, deberá defender la intervención del proyecto comunicacional.

Se valorará la participación del alumno/a en clase y en las actividades de la cátedra, esta etapa es la más importante, allí se observará el cambio de actitudes como indicador del aprendizaje.-

Formación de recursos humanos.

La cátedra promoverá la realización de pasantías como también la participación en congresos; cursos de actualización y perfeccionamiento en temas vinculados al desarrollo profesional. Promueve actividades de actualización y dirección de tesis y adscriptos.

Bibliografía:

Módulo I. Proyecto Comunicacional Comunitario.

- Burin, David- Karl, Istvan-Levin Luis. Hacia una Gestión Participativa y Eficaz. Ediciones CICCUS. Buenos Aires.
- Planificación estratégica. "Política y Gerencia Social para las provincias del NEA", con el
- Sistema de Información, Monitoreo y Evaluación de Programas Sociales (SIEMPRO) del Ministerio de Desarrollo Social de la Nación.
- Vilte, Miguel Angel. Apuntes de elaboración de proyectos comunitarios. Cátedra de Seminario de Práctica Profesional.
- Vilte, Miguel Angel. Gestión Asociada. El proceso organizativo. Corrientes.
- Massoni Sandra. (2013) Metodologías de Comunicación Estratégica. del inventario al encuentro sociocultural. Ed.Homo Sapiens. Rosario Santa Fe.
- Massoni Sandra (2007) Estrategias. Los desafíos de la Comunicación en un mundo fluido. Ed.Homo Sapiens. Rosario Santa Fe.

Módulo II. Periodismo Multimedial.

- Piscitelli, Alejandro. (2002) Ciberculturas 2. 0. En la era de las máquinas inteligentes. Paidós.
- Scolari, Carlos. (2008) Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación digital Interactividad. Editorial Gedisa.
- Guadalupe López y Clara Ciufolfi. (2012) Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y Después., Editorial La Crujía. Buenos Aires.
- Guía de Periodismo en la Era Digital. Un proyecto del programa “Líderes Digitales” deL Centro Internacional para Periodistas (ICFJ.).
- La Voz del Interior (2006). Alfabeto digital. Publicación del Diario la Voz del Interior, Córdoba.
- Orihuela, José Luis, (Julio-Agosto 2000). Sociedad de la Información y nuevos medios de comunicación pública: Clave para el debate. Facultad de Comunicación. Universidad de
- Navarra. Nueva Revista. pp. 44-50.
- Gutiérrez Martín, Alfonso. (2003). Alfabetización Digital. Gedisa editorial. Barcelona.
- Prieto Castillo, Daniel. (2006). Especialización en Docencia Universitaria. Módulo II. Universidad Nacional de Cuyo. Mendoza.
- Zanoni, Alejandro. (2008). El imperio Digital. Ediciones B. Buenos Aires.

Módulo III. Producción Gráfica

- Agencia Periodística Mercosur (2006) Guía de estilo. Facultad de Periodismo de la Universidad Nacional de la Plata.
- Alvarado, Maite; Yeannoteguy, Alicia (2007). La escritura y sus formas discursivas. Editorial Universitaria de Buenos Aires (EUDEBA).
- Izurieta, Roberto; Arterton Christopher; Perina, Rubén.(2009). Estrategias de comunicación para gobiernos. La Crujia Ediciones. Cuarta reimpresión. Buenos Aires.
- Lubary, Juan Manuel (2007) Nociones de Periodismo. Lajouane. Buenos Aires
- Vilte, Miguel Angel. El proceso de la producción gráfica. Apuntes de la Cátedra Seminario Práctica Profesional. Carrera der Comunicación Social.
- Ramonent. Ignacio (2011) La explosión del periodismo. Capital Intelectual. Buenos Aires.
- Serrano, Pascual (2009) Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo. Ediciones Península. Barcelona. Cuarta edición.
- Mesa debate: Democracia y medios de comunicación. Ernesto Laclau. Canal 7. 12 de noviembre de 2012. <http://www.youtube.com/watch?v=utvEHIAwHu8>.
- Martini, S. - Luchesi, L (2004) Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder. Editorial: Biblos. Buenos Aires.
- Boczkowski, Pablo J. (2006) Digitalizar las noticias. Innovación en los diarios online. Editorial: Manantial. Edición: Buenos Aires.
- Tramezzani, Pablo (1996) En el aire. Producción integral de radio. Editorial: Docencia Edición: Buenos Aires.
- Manfredi, Juan Luis (2000) Manual de producción periodística. Autor: Editorial: MadSevilla.

- **Módulo IV. Producción Radial.**

- Escalante, Marco Vinicio. El reportero radiofónico. Pag. 68-105.-
- Vilte, Miguel Angel. (2011) ¿Internet pulverizará la radio? Ponencia: V Jornadas de radio. Universidad Nacional de Misiones. Posadas Misiones.
- Vilte, Miguel Angel (1996) La importancia de la producción en radio. Ministerio de Agricultura, Ganadería, Industria y Comercio de Corrientes.
- Producción en la radio Moderna. Autores: Carl Hausman, Philip, Benoit, Lewis O`Donell. (2001). Ed Thomson y Learning.
- La radio en sus inicios. Recuperado de: http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/Programas/detallePrograma?rec_id=100297&capitulo_id=118743
- La producción en radio. Recuperado de: http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/Programas/detallePrograma?rec_id=100297&capitulo_id=117416
- Locutoras. Recuperado de: http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/Programas/detallePrograma?rec_id=100297&capitulo_id=117417
- La palabra en La radio: Recuperado de: http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/Programas/detallePrograma?rec_id=100297&capitulo_id=117412
- Cómo levantar minas tomando mate. Alejandro Dolina. La Venganza será Terrible: Recuperado de: <http://www.youtube.com/watch?v=l8Kw7zYMPMU>
- Radios Nacionales. Recuperado de: http://www.encuentro.gov.ar/sitios/encuentro/Programas/detallePrograma?rec_id=100297&capitulo_id=117420

Módulo V. El periodismo audiovisual.

- Albornoz, Luis y García Leiva, Trinidad (2012) La Televisión Digital terrestre. Experiencias nacionales y diversidad en Europa, América y Asia. Editorial la Crujía Ediciones. Buenos Aires.
- Barroso García. (2002) Realización de los Géneros Televisivos. Editorial Síntesis. Madrid.España.
- Bourdieu, Pierre (2012) Sobre la Televisión. Editorial Anagrama. Barcelona. España. Cuarta Edición.
 - Encuentro. Consorcio de Comunicación para el Desarrollo. (1995) Principios Básicos de Producción Pedagógica en Video. Universidad Nacional de San Antonio Abad de Cusco, Lima, Perú-
 - Ferres, Joan (1993) Video y Educación. Editorial Paidos, Barcelona.
 - Martinchuk, Ernesto (2007). Televisión para Periodistas. Editorial La Crujía. Buenos Aires.
 - Mastrini, Guillermo (2006). Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina. Edición Prometeo Libros. Buenos Aires.
 - Mastrini, Guillermo. Políticas de comunicación en América Latina. Cátedra de Políticas y Planificación de la Comunicación. Fac. de Ciencias de la Comunicación. UBA.

- **Módulo VI. Contextualización del ejercicio del periodismo.**
- Ramonent. Ignacio (2011) La explosión del periodismo. Capital Intelectual. Buenos Aires.
- Prieto Castillo, Daniel. (2006). Especialización en Docencia Universitaria. Módulo II. Universidad Nacional de Cuyo. Mendoza.
- Serrano, Pascual (2009) Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo. Ediciones Península. Barcelona. Cuarta edición.
- Zaroni, Alejandro. (2008). El imperio Digital. Ediciones B. Buenos Aires.
- Halperín, Jorge. (2007) Noticias del poder: Buenas y malas artes del periodismo Político. Ed. Aguilar.
- Arrueta, César. (2010) ¿Qué realidad construyen los diarios? Una mirada desde el periodismo en contexto de periferia. Ed. La Crujía. Buenos Aires.
- No hay Democracia Informativa sin Democracia Económica: Voces múltiples. Primer Congreso Mundial de la Comunicación-UTPBA llevado a cabo en septiembre de 1998.
- Roger, Silverstone (2004) ¿Por qué estudiar los medios?. Editorial Amorrortu. Buenos Aires.

PLANIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

Módulo I. Proyecto Comunicacional Comunitario.

Trabajo práctico Nº 1

Seleccionar una organización, identificar sus necesidades comunicacionales y desarrollar el proyecto comunicacional con la finalidad de solucionar el problema comunicacional identificado.

Etapas del proceso de producción del proyecto comunicacional comunitario.

Etapa 1. Seleccionar una organización.

Etapa 2. Reunión con los actores sociales y explicar el proyecto comunicacional que se llavera adelante desde el seminario.

Etapa 3. Participar de las reuniones organizacionales y entrevistar a todos los actores sociales vinculados a la actividad.

Etapa 4. Analizar sus procesos de vinculación con la sociedad

Etapa 5. Elaborar un proyecto comunicacional para el desarrollo institucional y cumplimiento de sus logros.

Etapa 6. Elaboración de un informe final.

Módulo II. Periodismo y Comunicación Digital.

Trabajo práctico Nº 2

Producción periodística en el portal digital de la Cátedra, como ejercicio del periodismo y la comunicación digital.

Etapa 1. Lectura bibliográfica.

- Ciberculturas 2. 0. En la era de las máquinas inteligentes. Alejandro Piscitelli, Paidós. 2002.
- Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación digital Interactividad. Carlos Scolari. Editorial Gedisa. 2008
- Avances del proyecto de investigación “Periodismo digital: transformaciones en las prácticas profesionales y en las rutinas laborales de los periodistas”, acreditado por la UNLP (2014-2015). Emiliano Albertini.
- Facebook es el mensaje. Oralidad, escritura y Después. Guadalupe López y Clara Ciufolli, Editorial La Crujía. 2012.

Etapa 2. Analizar el portal digital “Cuna de noticias” y diarios digitales de la región. Detectar sus fortalezas y debilidades desde el punto de vista de su arquitectura digital comunicacional y su producción periodística.

Etapa 3. Conformar grupos de alumnos para abordar los siguientes ejes de trabajo: Administración del medio; producción periodística; posicionamiento y retroalimentación y sostenibilidad del medio.

Etapa 4. Rediseño del sitio web.

Etapa 5. Funcionamiento del medio de comunicación como sistema.

Módulo III. Producción Gráfica

Trabajo práctico Nº 3

Producir productos comunicacionales impresos y una página doble central impresa para analizar aspectos sobre el actual funcionamiento del soporte y estudiar su futuro.

Etapas del proceso de producción gráfica

Etapa 1: Lectura bibliográfica.

- Mesa debate: Democracia y medios de comunicación. Ernesto Laclau. Canal 7. 12 de noviembre de 2012. <http://www.youtube.com/watch?v=utvEHIAwHu8>.
- Ley de servicios de comunicación audiovisual. <http://www.afsca.gob.ar/ley-de-servicios-de-comunicacion-audiovisual-26-522/>
- Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder Martini, S. - Luchesi, L. Editorial: Biblos. Buenos Aires 2004.
- Digitalizar las noticias. Innovación en los diarios online- Autor: Boczkowski, Pablo J. Editorial: Manantial. Edición: Buenos Aires – 2006
- En el aire. Producción integral de radio. Autor: Tramezzani, Pablo. Editorial: Docencia Edición: Buenos Aires – 1996
- Manual de producción periodística. Autor: Manfredi, Juan Luis Editorial: Mad
- Sevilla - 2000

Etapa 2: Analizar aspectos de diseño gráfico y programas que favorezcan la producción periodística.

Etapa 3: Producir productos comunicacionales impresos: Volantes. Afiches. Bótipos. Trípticos.

Etapa 4: Producción de páginas “doble central” con la finalidad comparar los cambios producidos en el ejercicio del periodismo gráfico y los portales digitales en cuanto a los cambios producidos en las empresas periodísticas y el rol del periodista. El futuro de los medios impresos.

Módulo III. Producción Radial.

Trabajo práctico N° 3

Producir y emitir 10 programas de radio con una frecuencia de una vez por semana.

Etapas del proceso de producción radial.

Etapa 1. Realizar un relevamiento de radios de la provincia (AM- FM) consignando nombre , frecuencia, y propietario de la emisora.

Etapa 2. De acuerdo a las ofertas de programas radiales y la detección de necesidades del mercado y de la empresa, elaborar la propuesta de un programa radial, estableciendo su formato.

Etapa 3. Organización del equipo de producción radial. (Musicalizadores, operadores, conductores, movileros, informativistas, productores, periodistas, locutores y columnistas),

Etapa 4. Elaboración de la propuesta radial, con la selección de las temáticas, el formato radial, los horarios y duración del programa.

Etapa 5. Confección del guión radiofónico, acompañado de un micro radial presentando el programa.

Etapa 6. Puesta al aire.

Módulo V. El periodismo audiovisual.

Trabajo práctico N° 5

Producir un corto audiovisual sobre temáticas sociales: Trata de personas, violencia de Género, Bulling, Cáncer, Tabaquismo, HIV, Embarazo adolescente, entre otros.

Etapas del proceso de producción del corto audiovisual

Etapa 1. Preproducción. Concepción de la idea del proyecto. Asegurar las condiciones óptimas de realización del proyecto. Guion; valoración; determinación de medios; recursos

de la viabilidad del proyecto; documentación; decorados; actores; locaciones previas; guion de trabajo o guion técnico; plan financiero y presupuesto; elaboración plan de trabajo.

Etapa 2. Producción: Desarrollo del guión. Establecer las partidas correspondientes a viajes, alojamientos, transportes, estacionamientos, peajes, permisos especiales, vigilancia y seguridad, y otros propios de la gestión de producción.

Etapa 3. Postproducción. La selección del material grabado. Elección de la toma que servirán para la edición. La edición, la sonorización y los efectos especiales y la puesta al aire.

Etapa 4. Luego de las observaciones del equipo docente, presentar el proyecto a medios locales, nacionales e internacionales.

Módulo VI. Contextualización del ejercicio del Periodismo.

Trabajo práctico Nº 6

Escribir un artículo de opinión sobre la influencia del poder político y económico sobre el ejercicio profesional del periodista en la región.

Etapas del proceso de producción de artículo periodístico.

Etapa 1: Lectura bibliográfica.

- Noticias del poder: Buenas y malas artes del periodismo Político. Jorge Halperín 2007. ed. Aguilar.
- ¿Qué realidad construyen los diarios? Una mirada desde el periodismo en contexto de periferia. César Arrueta. Ed. La cruzía. 2010.
- Ramonent. Ignacio (2011) La explosión del periodismo. Capital Intelectual. Buenos Aires.
- No hay Democracia Informativa sin Democracia Económica: Voces múltiples. Primer Congreso Mundial de la Comunicación-UTPBA llevado a cabo en septiembre de 1998.
- ¿Por qué estudiar los medios? Silverstone, Roger. Editorial Amorrortu. Buenos Aires 2004.

Etapa 2: Ver y escuchar crítica y reflexivamente programas televisivos y radiales periodísticos. Leer diarios impresos y en línea de la región). (Entrevistar a productores, editores, periodistas del medio. (Analizar el discurso periodístico de los medios en el contexto actual).

- ***Bibliografía***

- Técnicas de Investigación. Métodos desarrollados en Diarios y Revistas de América Latina. Daniel Santoro. Editorial: Nuevo Periodismo. 2004

Etapa 3: Dialogo de saberes: Mesa redonda, los alumnos debaten sobre la influencia del poder político/económico sobre el ejercicio profesional del periodista en la región. Anotaciones, apuntes y fichas.

- ***Bibliografía***

- La Otra educación. Filosofía para Niños y la comunidad de Indagación. Laurence J Splitter – Ann M Sharp. Edi Manantial. Cap II la dinámica de la comunidad de indagación.
- Construir competencias. Philippe Perrenoud. Traducción Marcela Locra. Domen Ediciones (1999)
- Aprender, Sí pero ¿Cómo? 1997.
- Un capítulo Pendiente El método en el debate Didáctico contemporáneo. Gloria Edlestein.

Etap 4: Redacción: Plan de escritura: Proceso de pre-escritura: generación y acopios de ideas. Esquema del escrito. Elección del estilo periodístico.

- **Bibliografía**

- Cómo se escribe. María Teresa Serafini. Editorial. Paidós 2007.
- Periodismo por periodistas. Manual de tea y deporte. 2006.
- Curso de periodismo Escrito. Los secretos de la profesión desde la teoría universitaria Alfredo Serra y Edgardo Ritacco. Atlántida . 2004.

Etap 5: Presentación del artículo de opinión a la cátedra.

Etap 6: Devolución del trabajo. Luego presentar el trabajo en Congresos Nacionales o internacionales. Publicación en revistas especializadas en comunicación.

Cantidad de módulos previstos

Teóricos	26
Prácticos	25
Total	51

Horarios del personal

Docente	Cargo	Días	Módulos
Lic. Miguel Vilte	Adjunto	Jueves	3hs
Lic. Eduardo A. Torres Carmagnola	Jefe de Trabajos Prácticos	Martes	1 1/2
Lic. Marina Campusano	Auxiliar Docente de Primera	-	-

NOTA: La Lic. Marina Campusano se encuentra con licencia anual.

Exámenes parciales

Exámenes	Fecha
1º parcial	8 de junio
Recuperatorio 1º parcial	15 de junio
2º parcial	19 de octubre
Recuperatorio 2º parcial	26 de octubre

Firma: Prof. Adjunto Miguel Angel Vilte

Fecha: Marzo de 2017.-