

## Ciclo de Licenciatura de Producción en Medios de Comunicación Plan de Estudios

### 1.- PRESENTACIÓN SINTÉTICA DE LA CARRERA

#### 1.1.- Nombre de la carrera

Ciclo de Licenciatura en Producción en Medios de Comunicación

#### 1.2.- Nivel de formación

Universitario de Grado

#### 1.3.- Carácter

Permanente

#### 1.4.- Duración

2 años

#### 1.5.- Carga Horaria del Ciclo

1.300 horas

#### Carga Horaria Total

3.100 horas

#### 1.6.- Título que otorga

Licenciado en Producción en Medios de Comunicación

#### 1.7.- Localización de la Propuesta

Sede de la Facultad de Ciencias Aplicadas a la Industria de la UNCUYO.

Departamento de San Rafael.

Con la posibilidad de localizarla en otro departamento de la provincia de Mendoza de acuerdo a futuras demandas.

### 2.- PERFIL DEL TÍTULO

El graduado que egrese de esta carrera, será un Licenciado en Producción en Medios de Comunicación, con un perfil profesional que incluya las competencias que se detallan a continuación:

- Identifica la estructura de los medios de comunicación y sus principales formatos para un desenvolvimiento eficaz en la gestión de medios.

- Elabora, planifica y transfiere productos comunicacionales de diversos géneros y en distintos soportes a través de la intervención en las etapas de preproducción, realización y difusión de tales productos.
- Analiza críticamente los procesos de consolidación de la opinión en la agenda pública y la participación de los medios en la formación de criterios comunicacionales.
- Desempeña distintas funciones en la proyección, elaboración y difusión de contenidos periodísticos, documentales, publicitarios y de propaganda, multimediales para medios audiovisuales, radiales y gráficos de comunicación masiva y de comunicación alternativa.
- Formula, implementa y evalúa proyectos y programas en Medios de Comunicación tradicionales y alternativos, tendientes a mantener una dinámica de actualización tecnológica y científica.
- Propicia el trabajo en equipo con profesionales de campos afines o distintos en áreas de investigación, diseño y realización de distintos productos de medios de comunicación.
- Vela por la aplicación de la normatividad jurídica que regula el ejercicio de la comunicación social, conceptos claves de legislación y principales aspectos de la Constitución Política del Estado.
- Explicita su posicionamiento ético y deontológico profesional respecto a los Medios de Comunicación, la producción de contenidos para los medios y el ordenamiento jurídico correspondiente.

### 3.-ALCANCES DEL TÍTULO

El egresado del Ciclo de Licenciatura en Producción de Medios de Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional de Cuyo, podrá:

- ✓ Gestionar la producción en los medios de comunicación adaptándolo a diferentes formatos y las estructuras organizacionales involucradas.
- ✓ Dirigir y/o asesorar en las etapas de preproducción, realización y difusión de productos de medios de comunicación en distintos soportes y de diversos géneros.
- ✓ Producir mensajes multimediales que promuevan la participación activa y crítica de los receptores en el proceso de construcción social de valores y normas culturales.
- ✓ Diseñar productos comunicacionales que favorezcan el Desarrollo Local y que reflejen con sentido crítico la realidad, respondiendo a criterios de coherencia y eficacia.
- ✓ Desempeñar distintas funciones en la producción, elaboración y difusión de productos y contenidos de prensa, radio, televisión, multimedia, medios on line y otros medios de comunicación alternativos.

- ✓ Participar en equipos de profesionales multidisciplinares en función de la generación de conocimientos y/o elaboración de productos sobre o para los medios de comunicación.

**4.-DESTINATARIOS**

Esta carrera de complementación implica que los interesados poseen conocimientos previos en el campo de estudios propuestos y que apuntan a completar su formación de grado. Está destinada a quienes posean un título de nivel superior que acredite correspondencia con la propuesta curricular del Plan de estudios del Ciclo de Licenciatura en Producción en Medios de Comunicación.

Los destinatarios habrán egresado de alguna de las siguientes instituciones de Educación Superior de la provincia de Mendoza:

- T-015 IES Valle de Uco (San Carlos)
- P-185 Instituto Fabián Calle (Capital)
- P-155 Santísima Trinidad (San Rafael)
- T-003 San Martín Balcarce (San Rafael)

Y obtenido alguno de los siguientes títulos:

- TS en Comunicación Social con Orientación al Desarrollo Regional y Local
- TS en Comunicación Social con Orientación en Periodismo o Publicidad
- TS en Comunicación Social
- TS en Comunicación Social con orientación en Cine, Video y Televisión
- TS en Locución de Radio y Televisión

**5.- CONDICIONES DE INGRESO**

El título obtenido correspondiente a la formación académica previa de nivel superior se capitaliza como parte de la carga horaria global. Se han contemplado las siguientes condiciones de admisión según los años cursados del título de base:

Características del Título	Horas cursadas en la formación de base	Horas complementarias	Horas a cursar en el ciclo de Licenciatura	Horas Totales
Título terciario de 3 años de duración: titulaciones directas	1800	—	1300	3100

**DIRECTO:** titulados de carreras de tecnicaturas o pre-grado con una duración mínima de 3 años y con titulaciones afines del campo de la Comunicación Social.

- TS en Comunicación Social con Orientación al Desarrollo Regional y Local
- TS en Comunicación Social con Orientación en Periodismo o Publicidad
- TS en Comunicación Social
- TS en Comunicación Social con orientación en Cine, Video y Televisión
- TS en Locución de Radio y Televisión
- 

Otorgados por los siguientes Institutos de Educación Superior:

- T-015 IES Valle de Uco (San Carlos)
- P-185 Instituto Fabián Calle (Capital)
- P-155 Santísima Trinidad (San Rafael)
- T-003 San Martín Balcarce (San Rafael)

## **6.-ESTRUCTURA CURRICULAR**

### **6.1.- Los Trayectos de Formación del Ciclo de Licenciatura y su carga horaria total.**

La estructura curricular de la carrera de Licenciatura en Producción en Medios de Comunicación se organiza en función de los siguientes trayectos de formación y sus sentidos.

Trayectos de formación de fundamento: 450 horas.

Trayectos de formación orientados: 450 horas.

Trayectos de formación Trabajo Final: 400 horas.

#### **6.1.1. Trayectos de formación de fundamento:**

Tienen la finalidad de problematizar algunos aspectos del campo de la producción en medios de comunicación atravesados por aspectos políticos, culturales, históricos y de herramientas conceptuales indispensables para la producción de contenidos para los medios de comunicación social, la comunicación institucional y de los desafíos que genera la variedad de inserciones laborales en este campo.

#### **6.1.2. Trayectos de formación orientados:**

Están centrados en los aportes requeridos para el diseño y la producción en medios de comunicación que cubran las etapas de preproducción, realización y posproducción. Por otro lado abordan estas problemáticas desde las propias lógicas de las prácticas de la producción en medios de comunicación acentuando la condición de trabajo colaborativo y colectivo.

#### **6.1.3. Trayectos de formación Trabajo Final:**

El trabajo final corresponde a la presentación de un producto de medios de comunicación en todas sus fases.

Así, este trayecto aporta tanto herramientas metodológicas de investigación en comunicación social como de diseño y producción.

## 6.2.- Los Espacios Curriculares por Trayectos:

Trayectos de formación de fundamento

- Políticas de Producción en Medios de Comunicación y Democracia
- Los problemas de las representaciones y las diversidades culturales
- El problema de la identidad en las Industrias Culturales

Trayectos de formación orientados

- Producción en Medios de Comunicación I
- Producción en Medios de Comunicación II
- Producción en Medios de Comunicación III

Trayectos de formación Trabajo Final

- Metodología de la Investigación en Comunicación Social
- Taller de Producción: Trabajo Final

## 6.3.- Distribución de Espacios Curriculares

La Distribución curricular por cuatrimestres y años será dispuesta por el Consejo Directivo de la Facultad, con motivo de la necesaria flexibilidad para ajustarla en función de la experiencia de la puesta en funcionamiento del Diseño Curricular.

## 6.4.- Régimen de dictado y carga horaria

Asignaturas/ Espacios Curriculares	Régimen	Carga Horaria
<b>TRAYECTOS DE FORMACIÓN DE FUNDAMENTO</b>		
Políticas de Producción en Medios de Comunicación y Democracia	Cuatrimstral	150 horas
Los problemas de las representaciones y las diversidades culturales	Cuatrimstral	150 horas
El problema de la identidad en las Industrias Culturales	Cuatrimstral	150 horas
<b>TRAYECTOS DE FORMACIÓN ORIENTADOS</b>		
Producción en Medios de Comunicación I	Cuatrimstral	150 horas
Producción en Medios de Comunicación II	Cuatrimstral	150 horas
Producción en Medios de Comunicación III	Cuatrimstral	150 horas
<b>TRAYECTOS DE FORMACIÓN TRABAJO FINAL</b>		
Metodología de la Investigación en Comunicación Social	Cuatrimstral	200 horas
Taller de Producción: Trabajo Final	Cuatrimstral	200 horas

## 7.- CONTENIDOS MÍNIMOS: DESCRIPTORES DE LOS ESPACIOS CURRICULARES

### 7.1. Trayectos de formación de fundamento

- *Políticas de Producción en Medios de Comunicación y Democracia:*

*Expectativas de logro:* Que el alumno desarrolle competencias para comprender las perspectivas acerca del papel de los medios de comunicación y la producción de contenidos comunicacionales y de multimedia en el desarrollo de la modernidad y la cultura urbana.

*Descriptor:* Políticas de Producción en Medios de Comunicación desde el siglo XIX hasta el presente. Intervención del Estado en la regulación de los medios como formadores de la opinión pública. Modelos de regulación y desregulación a nivel local, nacional e internacional. La libertad de difusión y expresión: derechos y obligaciones. Cómo intervienen la producción en medios de comunicación en las políticas sociales que impulsan los gobiernos. Los flujos comunicacionales entre los países desarrollados y el Tercer Mundo. Las narrativas mediáticas y su impacto en el desempeño de las democracias modernas. Crisis del capitalismo financiero global: ideologías en juego, emergencia de nuevos populismos, el papel de las corporaciones mediáticas y la producción audiovisual, radiofónica, gráfica y multimedia.

- *Los problemas de las representaciones y las diversidades culturales:*

*Expectativas de logro:* Que el alumno desarrolle competencias para comprender las representaciones y diversidades culturales en relación a la recepción mediática.

*Descriptor:* Representaciones para la organización social y nuevos proyectos de unificación nacional, regional y continental. Representaciones y protagonismo ciudadano. Estudios culturales, de género, étnicos. Consumos culturales y producción en medios de comunicación. Cultura popular: su desarrollo en la modernidad, perspectivas y valoraciones en las diferentes etapas del capitalismo y la burguesía. La cultura popular frente a la cultura ilustrada y la cultura mediática. Las prácticas populares y su papel en la construcción de las identidades locales. Cómo se relacionan con las industrias culturales. Su intervención en la formación de una cultura nacional. Enfoques teóricos y metodológicos para el estudio de la recepción mediática. Análisis a partir de géneros mediáticos (telenovelas, radionovelas, docudramas, cine, entrevistas, historias de vida, deportes, noticias). Qué conocimientos se pueden construir a partir de estudios microsociológicos: análisis de casos, grupos específicos, barrios y diferentes sectores de la estructura urbana. El problema de las generalizaciones mediáticas y la producción en medios de comunicación.

- *El problema de la identidad en las Industrias Culturales:*

*Expectativas de logro:* Que el alumno desarrolle competencias para comprender la historia social de los medios de comunicación, la evolución de las tecnologías y los productos de los medios de comunicación en perspectiva histórica.

*Descriptor:* Orígenes, etapas, revisiones periódicas, ensayos y vigencia en teorías críticas marxistas en América Latina. Cómo se relacionan los estudios culturales con la escuela de Frankfurt y los enfoques gramscianos. Procesos de industrialización, circulación y consumo. Los productos culturales y de los medios de comunicación como mercancía, su importancia dentro

de una economía de mercado global. Su valor simbólico y gravitación en la formación de la ciudadanía en el marco de un proyecto político-social. Relaciones entre las innovaciones tecnológicas y la reconfiguración identitaria en proceso.

## 7.2. Trayectos de formación orientados

- *Producción en Medios de Comunicación I*

*Expectativas de logro:* Que el alumno elabore y gestione proyectos comunicacionales obteniendo productos de medios de comunicación.

*Descriptor:* Estética, investigación periodística, formatos y producción en medios de comunicación. Especificidad de la producción gráfica, radiofónica, audiovisual y multimedial. Revisión de aportes sobre guiones, escritura, sonido, musicalización, técnicas de grabación, edición de productos gráficos, radiales, videos, fotografía, montaje, dirección actuaral. Producción en medios de comunicación, publicidad y comunicación institucional.

- *Producción en Medios de Comunicación II*

*Expectativas de logro:* Que el alumno elabore y gestione proyectos comunicacionales obteniendo productos de medios de comunicación.

*Descriptor:* Agenda pública y producción en medios de comunicación.

Nota: esta cátedra está organizada a partir de una temática de agenda pública que genera la invitación de cuatro especialistas reconocidos en el tema invitados por el Consejo Académico de la carrera. La cátedra con los estudiantes cursantes funcionan al modo de un equipo de producción de contenidos de medios de comunicación. Es decir, además de mantener una instancia de formación con los invitados se genera una práctica de producción en medios de comunicación en función de los lineamientos que determine la cátedra. En consecuencia, el producto final del cursado de esta cátedra da como resultado una serie de productos audiovisuales puestos a disposición en los medios locales y de la UNCuyo con proyección nacional.

- *Producción en Medios de Comunicación III*

*Expectativas de logro:* Que el alumno elabore y gestione proyectos comunicacionales obteniendo productos de medios de comunicación.

*Descriptor:* Agenda pública y producción en medios de comunicación en formatos provistos por las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación y en intervenciones comunicacionales en los espacios sociales urbanos.

Nota: esta cátedra tiene el mismo formato que la precedente (Producción en Medios de Comunicación II) pero se diferencia en que los formatos de producción corresponden a los propios de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación y a la generación de intervenciones comunicacionales en espacios sociales: urbanos, barriales, rurales, comunitarios, en sectores populares.

## 7.2. Trayectos de formación Trabajo Final

- *Metodología de la Investigación en Comunicación Social*

*Expectativas de logro:* Que el alumno desarrolle las competencias para comprender la relación entre investigación y producción en el campo de la comunicación social. Así como la construcción cooperativa de conocimientos en la producción en medios de comunicación.

*Descriptor:* Fundamentos epistemológicos de la investigación en las ciencias sociales, en la comunicación y en la producción de contenidos multimedia, audiovisuales, radiofónicos y gráficos. Cambios de estatutos de conocimiento para una aproximación a las producciones multimedia, audiovisuales, radiofónicas y gráficas contemporáneas. Forma, formas y formatos en los modos de conocer en la producción en medios de comunicación. Metodologías cuantitativas y cualitativas: diseños de proyectos, sistematización y construcción del dato, interpretación, el uso de los resultados y las transferencias como productos de medios de comunicación. Fundamentos técnicos, estéticos y axiológicos para una aproximación a las producciones en medios de comunicación. Los códigos de interpretación en la configuración de la producción en medios de comunicación como objetos de interrogación u observación.

- *Taller de Producción para el Trabajo Final*

*Expectativas de logro:* Que el alumno logre la realización de los Trabajos Finales en el desarrollo de Productos de Contenidos de Medios de Comunicación en sus etapas de preproducción, realización y postproducción.

*Descriptor:* Realización de Ateneos con avances y elaboración de Portafolios que den cuenta del proceso realizado y de los productos en medios de comunicación obtenidos.

## 8. ARTICULACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

### 8.1. Vertical y Horizontal dentro del plan de estudios

Para hacer más eficiente el proceso de enseñanza – aprendizaje y optimizar la tarea de los docentes y el rendimiento de los alumnos, habrá una coordinación general, acompañada por los profesores a cargo de los diferentes espacios curriculares que integran los siguientes trayectos: de fundamento, orientados y de trabajo final.

Esto permitirá una acción en conjunto permitiendo asesorar en la articulación de espacios curriculares, colaborar en la supervisión de contenidos verificando la adecuación a los contenidos mínimos, coordinar trabajos de campo de forma conjunta, colaborar en el seguimiento de las modalidades de evaluación de las diferentes asignaturas para lograr flexibilización y adecuación a las distintas instancias de este proceso.



## 8.2 Régimen de Evaluación

En general se adecuará al régimen de evaluación de aprendizajes de la UNCuyo y el régimen de la Facultad, en conceptos y escala de calificaciones; los docentes podrán optar para la aprobación final de cada espacio curricular entre:

- Examen final (oral y/o escrito)
- Evaluación continua. Ésta podrá realizarse por medio de parciales y/o trabajos prácticos, durante el dictado de la materia, pudiendo programar una instancia final integradora en forma oral y/o escrita.
- Taller: los cursos que tengan esta modalidad se aprobarán por evaluación continua y sistemática, en forma simultánea al cursado. Pueden requerir trabajo y/o coloquio de integración final.
- Espacios curriculares seminarizados: tendrán diferentes instancias de evaluación, a través de trabajos prácticos, talleres, informes u otras actividades que fije la cátedra. Cada cátedra, fijará en esos casos, el porcentaje de asistencia y otras condiciones.
- Trabajo Final: al finalizar el cursado el alumno deberá elaborar un trabajo final. Dicho trabajo se considera constitutivo de la formación global del Ciclo de Licenciatura, posterior al proceso académico seguido. Debe reflejar una continuidad lógica con las etapas del currículum de la carrera y debe representar un esfuerzo sistemático y coherente que demuestre las habilidades de conceptualización, análisis, síntesis, organización, aplicación y evaluación aprendidas. El mismo puede realizarse en forma individual o grupal (no más de 4 personas). Su presentación escrita tendrá un plazo máximo de un año a partir de la finalización del cursado. En caso de fuerza mayor y solicitud fundamentada, el Comité Académico evaluará la posibilidad de extender el mismo.

## 8.3 Régimen de promoción y correlatividades

### 8.3.1 Promoción anual

- Para ser promovidos como alumnos regulares a segundo año, deberán tener aprobadas la mitad de las materias de primer año (dos espacios curriculares).
- Para poder rendir la materia correspondiente al Trabajo Final el alumno debe tener aprobadas la totalidad de las materias de primero y segundo año.
- Los alumnos no podrán rendir ninguna asignatura sin haber aprobado la correlativa anterior.

### 8.3.2 Correlatividades:

El Consejo Directivo de la Facultad dispondrá la correlación entre los espacios curriculares y la corrección de la misma se ajustará en función de las necesidades surgidas durante el dictado del presente Plan.

## **9. ANÁLISIS DE CONGRUENCIA INTERNA DE LA CARRERA**

El presente Plan de Estudios responde a los lineamientos dados por el Ministerio de Educación de la Nación y de la Universidad Nacional de Cuyo.

Este diseño curricular responde a una visión inclusiva de la educación, considerándola como bien público y como derecho.

Se propone generar equidad al considerar al territorio como lugar donde se afincan las personas y se desarrollan.

Implica el reconocimiento de saberes y trayectorias, por eso el modelo de aprendizaje se basa en problemáticas que permite la puesta en juego de dichos saberes en prácticas concretas.

El Plan de estudios contempla cursado presencial y estudio dirigido, además del acompañamiento del sujeto que aprende.

Se proponen investigaciones vinculadas a problemáticas sociales, promoviendo el pensamiento autónomo que permita interactuar en su contexto.

El desarrollo de proyectos grupales propuesto en el Plan está sustentado en una pedagogía social que busca romper la separación teoría/ práctica y apostar al aprendizaje colaborativo.

La propuesta de la carrera de Licenciatura de Producción en Medios de Comunicación emerge en el contexto de la vigencia de la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Que además de regular los servicios de comunicación prevé el desarrollo de mecanismos destinados a la promoción, desconcentración y fomento de la competencia con fines de abaratamiento, democratización y universalización del aprovechamiento de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

En el Artículo n° 2 se concibe a la comunicación como el derecho humano de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones cuya explotación de los servicios de comunicación puede ser efectuada por prestadores de gestión estatal, de gestión privada con fines de lucro y de gestión privada sin fines de lucro que deberán tener capacidad para operar y tendrán acceso a las plataformas de transmisión disponibles.

**En ese marco, la carrera de Licenciatura de Producción en Medios de Comunicación tiene como objetivo la formación de profesionales con las capacidades de gestionar Medios de Comunicación Audiovisual y de participar en las distintas fases de la producción de contenidos para los Medios de Comunicación.**

En otro orden, la puesta en marcha de la carrera en términos de ciclo de complementación curricular ofrece la oportunidad de articular con 15 carreras de Educación Técnica Superior No Universitarias vigentes distribuidas en el territorio de la provincia de Mendoza en 20 Institutos de Educación Técnica Superior, de gestión estatal y privadas,

dependientes de la Dirección de Educación Superior de la Dirección General de Escuelas del Gobierno de Mendoza (Ver “Mapa 1: Localización de Formación de Nivel Superior en Comunicación en la Provincia de Mendoza. 2012”). Aspecto que permite no sólo articular con las carreras técnicas vigentes antedichas sino establecer una relación de reivindicación histórica con la Escuela de Periodismo, primero, y luego Escuela de Comunicación Colectiva que fuera fundada por el Círculo de Periodistas en 1961 y que dependió de la Dirección de Educación Superior hasta su cierre en 1976 y traspaso a la Universidad Privada Agustín Maza.

En consecuencia, la articulación encuentra dos tipos de fundamentos concurrentes: la presencia de carreras técnicas afines distribuidas en el territorio provincial y la posibilidad de reivindicación histórica estableciendo circuitos articulados (en función de los anhelos de la Escuela de Comunicación Colectiva en 1973-1974) y complementarios.

Finalmente, la proliferación de Medios de Comunicación Audiovisual suscita no sólo la necesidad de personal profesional para su gestión y desarrollo, sino también para las distintas etapas implicadas en la producción de contenidos para los medios de comunicación audiovisual en distintos formatos, con el uso de distintas tecnologías y la necesidad de trabajo colectivo en equipo. En consecuencia, la producción de contenidos para los medios de comunicación audiovisuales se constituye en el campo de formación profesional al que se dirige específicamente la carrera de Licenciatura en Producción en Medios de Comunicación prestando especial atención:

1. A las competencias desarrolladas por los cursantes en las trayectorias formativas de las Tecnicaturas de Nivel Superior No Universitaria de las que proceden.
2. Y que la carrera de ciclo complementario ofrezca una estructura curricular cuyo eje sean las prácticas profesionales requeridas en la producción en Medios de Comunicación Audiovisual.

## **11. FINANCIAMIENTO**

El Ciclo de Licenciatura en Producción en Medios de Comunicación se financiará a través del aporte de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales y la Facultad de Ciencias Aplicadas a la Industria de la UNCuyo, el Círculo de Periodistas de San Rafael, la Secretaría de Relaciones Institucional y Territorialización, y el aporte mensual de los alumnos inscriptos en el ciclo.