



DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

Tecnicatura Universitaria en Ceremonial y Protocolo

Programa de la Asignatura: Comunicación y Relaciones Institucionales

II Cuatrimestre de 2011

Cátedra:

Prof. Adjunto (a cargo) Adriana Amado Suárez

Jefes de Trabajos Prácticos Maximiliano Bongiovanni, Christian F Gauna

Carga Horaria: (4 horas semanales de cursado cuatrimestral)

1) Fundamentación

El presente programa tiene como finalidad analizar los procesos que intervienen en la conformación del espacio público y sus actores (emisores, medios y públicos receptores). Se busca que l@s estudiantes puedan analizar desde una perspectiva teórico-práctica la responsabilidad de las acciones de relaciones públicas en la construcción de la información que circula en los medios de comunicación.

2) Objetivos Estructurales

- Introducir a l@s alumn@s en algunos de los marcos teóricos que apoyan el estudio de los fenómenos de opinión pública.
- Conocer el papel de los medios masivos de comunicación en el intercambio social y en la construcción de la imagen institucional.

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

- Desarrollar una mirada reflexiva sobre la relación de la opinión pública y las acciones de comunicación.
- Desarrollar una actitud responsable sobre la gestión de la comunicación al establecer relaciones entre ésta y la opinión política y pública.
- Aportar conceptos teóricos que ayuden al desarrollo de investigaciones de l@s alumn@s y les permitan ir consolidando un marco de referencia para sus prácticas.

3) Unidades Didácticas

3.a) Contenidos Temáticos por Unidad Didáctica

Unidad 1: Las acciones de prensa y las noticias

La producción de noticias: la noticiabilidad del suceso y el interés de su difusión. El discurso informativo. La circulación de la información. Las relaciones informativas y su relación con la producción de las noticias. Los medios de comunicación como vectores para la formación y difusión de la imagen de las instituciones. Publicidad y prensa. Prensa y comunicación de las instituciones y organizaciones. Herramientas de prensa: planificación y evaluación de las acciones de difusión en medios masivos.

Unidad 2: El público y los públicos

Concepto de público y audiencias para las técnicas tradicionales de comunicación. Público, públicos y opinión pública. Identificación del mapa de públicos de la comunicación corporativa: tipologías y topologías. La segmentación de los públicos desde las técnicas de comunicación. La

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

UNLaM-Tecn. Cer. y Prot.- Com. y RRII- II Cuat. 2011

construcción de una opinión y una contra opinión desde la comunicación pública.

Unidad 3: La comunicación pública

La comunicación en las sociedades contemporáneas y el mundo del consumo. El proceso de la comunicación pública y la participación de las organizaciones empresariales, gubernamentales y de la sociedad civil. Las relaciones públicas en el proceso de la comunicación pública. Los medios como productores de lo público. Efectos de los *media* en las audiencias y su vinculación con la comunicación institucional. La influencia de los medios: la teoría de la canalización (*agenda setting*).

Unidad 4: RRPP, comunicación, RRH y agenda pública

La opinión pública y la conformación del espacio público. Agenda mediática y agenda ciudadana: la construcción de la ciudadanía desde la comunicación política. La función de las relaciones públicas en los procesos de información pública: la ética de las relaciones de prensa. La participación de las fuentes y las relaciones públicas en el establecimiento de la agenda informativa.

3.b) Bibliografía Específica por Unidad Temática (Bibliografía de lectura obligatoria)

Unidad 1: Las acciones de prensa y las noticias

Amado Adriana (2010). *Prensa y comunicación*. Buenos Aires, La Crujía, Caps. 1, 2 y 3.

FOPEA, Mesa "Relaciones informativas: El marco ético del vínculo entre periodistas y fuentes institucionales", Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, 29 de agosto de 2006.

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

- FOPEA, Mesa "Relaciones informativas: los voceros y las fuentes gubernamentales frente a la prensa", Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, 24 de junio de 2007, [disponible en www.catedraa.com.ar]
- Leyva Muñoz Paulina. "Hay que reinventar el concepto de noticia. Entrevista a Maxwell McCombs", en Sala de Prensa, Año III, Vol. 2, N° 34 (disponible en www.saladeprensa.org).
- Rodrigo Alsina (2005). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós, Cap. 2 "La circulación de la noticia".

Unidad 2: El público y los públicos

- Abraham Tomás. "La construcción de una contraopinión". En Los trabajos prácticos, Sección Vulgaria, <http://www.bonk.com.ar/tp/vulgaria/867/la-construccion-de-una-contraopinion>; 7 abril 2006. Publicado en diario *Perfil*, El observador, edición 30 de abril de 2006, pp. 14-15.
- Amado Adriana (2010). *Prensa y comunicación*. Buenos Aires, La Crujía, Cap. 4.
- Aruguete Natalia (2009). "Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la *Agenda Setting*". Revista *Ecos de la comunicación*, año II, N° 2.
- Bongiovanni Maximiliano (2008). "Los públicos en el proceso de comunicación pública". En: Auditoría de Comunicación, Amado Suárez; Adriana (ed.) Editorial La Crujía. Dircom. Apero. Buenos Aires. Pág. 49 a 54.
- Capriotti Paul (1992). Capriotti Paul. *La imagen de empresa*. Barcelona: Consejo Superior de Relaciones Públicas de España, Cap. 5 (disponible en línea).
- Fernández Pedemonte Damián (2010). "La audiencia como público. Gestión de los nuevos usos sociales de la información", publicado en <http://comprensiondiscursiva.blogspot.com>

Unidad 3: La comunicación pública

- Amado Adriana (2008). "Analizar la comunicación y sus prácticas". En: *Auditoría de Comunicación*, Amado Adriana (ed.) Editorial La Crujía. Dircom. Apero. Buenos Aires. Pág. 9 a 45.
- Bauman Zigmunt (2007). "El comprador comprado" en ADN, edición 29 de setiembre de 2007 (disponible en www.catedraa.com.ar)
- Bronstein Víctor y otros (1995). "La organización egoísta", En Delgado, Juan Manuel y Gutiérrez, Juan (1995): *Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales*. Madrid: Síntesis. Pp. 379-398.

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

UNLaM-Tecn. Cer. y Prot.- Com. y RRII- II Cuat. 2011

- Capriotti Paul (1992). *La imagen de empresa*. Barcelona: Consejo Superior de Relaciones Públicas de España, Cap. 2.
- Ramonet, Ignacio. "Comunicación contra información", en *Sala de Prensa*, Año III, Vol. 2, N° 30, abril 2001 (disponible en www.saladeprensa.org)
- Rospir Juan Ignacio. "Lazarsfeld in memoriam. *The people's choice y voting* cumplen sesenta y cincuenta años." en www.uspceu.com/usp/doxa/lazarsfest.pdf

Unidad 4: RRPP, comunicación, RRII y agenda pública

- Amado Adriana (2010). *Prensa y comunicación*. Buenos Aires, La Crujía, Cap. 6.
- Camacho Azurduy Carlos (2003). "El derecho a la información como práctica de formación y desarrollo de la ciudadanía comunicativa" Instituto Internacional de la gobernabilidad, Institut Internacional de Governabilitat de Catalunya, Barcelona, Instituciones y Desarrollo N° 125, 19/08/2003, en http://www.iigov.org/documentos/?p=4_0125.
- Maya A. L. (2000), "Voces ciudadanas: una opción de periodismo público y de ciudadanización democrática", en *Diálogos de la comunicación*, núm. 57, pp. 38-47. en www.felafacs.org/files/4.%20Maya.pdf -
- Miralles Castellanos Ana María (1998). "El periodismo cívico como comunicación política", en *Revista Nómadas* N° 9, de 1998, Universidad Central, Santafé de Bogotá, Colombia, en http://www.centralstate.edu/imdp/th_foundation/n_mada.html.
- Ramonet Ignacio (2006). "El quinto poder. La sociedad frente a los medios de comunicación de masas en la era de la globalización". *Sala de Prensa, Web para Profesionales de la Comunicación Iberoamericanos*, s.l.i., Año VIII, Volumen 3, Edición N° 91, mayo. <http://www.saladeprensa.org>.

4) Bibliografía General

- Bauman Zygmunt (2001). *En busca de la política*. Buenos Aires, FCE.
- Bauman Zygmunt (2004). *La sociedad sitiada*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Bauman Zygmunt (2007) *Vida de consumo*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- Dayan Daniel (Comp) (1997). *En busca del público*. Barcelona, Gedisa, 1997.
- Ferry Jean, Dominique Wolton et al. (1988). *El nuevo espacio público*, Barcelona: Gedisa.

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

UNLaM-Tecn. Cer. y Prot.- Com. y RRII- II Cuat. 2011

- McCombs, M.; Dixie, E. (1995) "Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting", en *Comunicación y Sociedad*, Vol. VIII, No 1, pp. 7-32
- McCombs, Maxwell (1996): "Influencia de las noticias sobre nuestra imagen del mundo", pp.13-34, en Bryant, J y Zillmann, D. (comps.), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, Barcelona: Paidós.
- McQuail, Denis (1994). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós, 2000 (3ª ed. rev. y amp.), Cap. 2 "Conceptos y modelos", pp. 71-192.
- Miralles Ana María (2001). *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Bogotá: Norma.
- Monzón, C.: *Opinión Pública, comunicación y política. La formación del espacio público*, Tecnos, Madrid, 1996, páginas 323 a 348
- Muñoz Alonso, A.: "Génesis y aparición del concepto de opinión pública". En A. Muñoz Alonso, C. Monzón, J.I. Rospir, J.L. Dader, *Opinión Pública y Comunicación Política*, Madrid, Eudema Universidad, 1992, Páginas 23 a 83
- Ramírez Txema (1995). "La influencia de los gabinetes de prensa: Las rutinas periodísticas al servicio del poder". *Telos*, Madrid, 40, dic-feb., p.: 47-57.
- Van Dijk, Teun (1996). *La noticia como discurso*. Barcelona: Paidós.
- Verón Eliseo (1987). *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires: Gedisa, 2ª edic. revisada.
- Verón Eliseo (1987). "Cuerpo y Metacuerpo en Democracia Audiovisual", *Après*, París, 293-294, abril-mayo, p. 32-35.
- Verón Eliseo (1999). *Efectos de agenda*. Barcelona: Gedisa.
- Verón Eliseo (2004). *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.
- Verón Eliseo (2001). *El cuerpo de las imágenes*. Buenos Aires: Norma.
- Wolf, Mauro (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, Parte I y II.
- Wolf, Mauro (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona, Paidós, Parte I y III.
- Young, K. *La opinión pública y la propaganda*. México: Paidós, 1993.

5) Cronograma de Actividades:

Este cronograma debe ser tomado como una guía de actividades de las clases, asumiendo que las tareas allí indicadas son las pautadas para la fecha, más allá de que puedan incluirse actividades adicionales para complementar a las programadas, que se indicarán de una clase para la siguiente. Las lecturas

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

UNLaM-Tecn. Cer. y Prot.- Com. y RRII- II Cuat. 2011

pautadas se toman como base para la discusión en clase y la articulación con los demás autores que aparecen en la bibliografía obligatoria. Se espera que l@s estudiantes traigan a clase sus propias inquietudes con relación a las lecturas, para que los docentes podamos ayudarlos con las dudas y dificultades:

FECHA	Clase	Actividad
24-ago	1	Presentación de la materia.
31-ago	2	<p>Unidad 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Traer dos gacetillas de sitios web de actualidad (explorar en las áreas de prensa de empresas y de organismos públicos). • Traer dos noticias generadas a partir de una información empresarial (idealmente se puede buscar la noticia generada por la gacetilla). <p>TP Lectura de Amado: Identificar del material periodístico:</p> <ul style="list-style-type: none"> • criterios de noticiabilidad de una noticia. Ver si las noticias cumplen con los criterios de noticiabilidad. • herramientas de prensa que pudieran haber dado origen a la información. • género al que pertenece la noticia <p>TP Lectura FOPEA: ¿Cuáles son las funciones que desempeña hoy un jefe de prensa? ¿Qué opinión tienen los periodistas de esa tarea? ¿Qué problemas presentan hoy la relación de los jefes de prensa y los medios de comunicación?</p>

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

UNLaM-Tecn. Cer. y Prot.- Com. y RRII- II Cuat. 2011

07-sep	3	<p>Unidad 1</p> <p>TP Lectura Amado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Buscar una noticia originada en una gacetilla e identifique las fuentes de información. • Clasifique las fuentes de información • Analizar los criterios de noticiabilidad. <p>Lectura de Leyva Muñoz</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué es una noticia? • ¿Por qué debemos re-significar el concepto de noticia? Cite un ejemplo de alguna noticia relacionada con la campaña el primer parcial. <p>TP Lectura Rodrigo Alsina</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Quiénes son los actores del sistema de los medios masivos? Identifique tres actores principales en el sistema argentino. • ¿Cuáles son las funciones ideológicas de los medios? ¿Cuáles son aplicables a la difusión de prensa de una organización? • ¿Cuáles son los canales interpersonales de comunicación? ¿Qué relación tienen con las noticias?
14-sep	4	<p>Presentación de los temas elegidos para el parcial.</p> <p>Unidad 2</p> <p>TP Lectura Abraham, Amado, Aruguete.</p> <p>¿Qué es opinión pública? ¿Qué relación guarda con la información circulante en los medios?</p> <p>Preentrega Parcial 2: Definir campaña elegida para el segundo parcial, el equipo a cargo y los medios que se analizarán.</p>
21-sep	5	<p>Unidad 2</p> <p>TP Lectura Bongiovanni, Fernández Pedemonte, Capriotti:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Hacer el mapa de públicos de la organización del caso del segundo parcial. Averiguar el público al que va dirigido los medios seleccionados. 2. Desarrolle un texto que explique en qué consistente observar a los grupos sociales como (bajo las perspectivas) targets, como identidades sociales y como públicos. Aplicar estas categorías al trabajo realizado.

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

UNLaM-Tecn. Cer. y Prot.- Com. y RRII- II Cuat. 2011

28-sep	6	<p>Unidad 3 TP Lectura artículo de Amado, Capriotti, Ramonet: ¿Qué función cumple la comunicación pública? ¿Qué relación tiene la información que aparece en los medios con la imagen de las organizaciones?</p> <p>Simulacro de parcial 1: L@s estudiantes deberán traer una noticia similar a la que usarán para el parcial, sobre la que responderán alguna pregunta.</p>
05-oct	7	<p>Unidad 3 TP Lectura de Bronstein y Capriotti</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué concepción de organización dan los autores? • ¿Desde qué diferentes modelos se puede pensar la comunicación dentro y fuera de las organizaciones? • ¿Qué relación hay entre las organizaciones y los medios de comunicación? • ¿Cómo se vinculan organizaciones e individuos? • ¿Qué significa que “las organizaciones son sistemas complejos de dominio comunicacional”? Ejemplificar. • Buscar un ejemplo de la siguiente afirmación: “una organización es un sistema conversacional que genera acuerdos y compromisos”. •
12-oct	8	<p>Lectura de Bauman</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué rol se le asigna a los ciudadanos en las sociedades de consumo? • ¿Cuál es el destinatario principal de las informaciones empresariales?
19-oct	9	1er. Parcial: Teórico-práctico

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

UNLaM-Tecn. Cer. y Prot.- Com. y RRII- II Cuat. 2011

26-oct	10	<p>Unidad 3 TP Lectura artículos de Ramonet, Rospir: 1. ¿Qué influencia tienen los medios en la comunicación en la circulación de la información? 2. Identifique y describa en su trabajo el doble flujo informacional del que habla Rospir. .3. En el blog www.alosmedios.com.ar la categoría “Comunicar no es fácil”, para ver ejemplos de información sobre temas de consumo.</p> <p>Anticipo del II parcial: Los estudiantes deberán presentar en clase el análisis que vienen realizando. Presentar por escrito por cada equipo. Preentrega del trabajo grupal. Presentación de los equipos.</p>
02-nov	11	<p>Unidad 4 TP Lectura: Camacho La comunicación como participación ciudadana. ¿Qué función cumplirían las RRPP en la construcción de ciudadanía?</p>
09-nov	10	<p>TP Lectura: Maya, Miralles Castellanos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cómo puede la prensa contribuir a mejorar la comunicación ciudadana? • ¿Qué cuestiones éticas involucran el intercambio informativo entre las áreas de prensa y los periodistas?
16-nov	12	2do. Parcial: Entrega N° 2
23-nov	13	<p>Unidad 4 TP Lectura Ramonet: Traer ejemplos de sitios que promuevan la acción ciudadana: observatorios de medios, asociaciones de consumidores</p>
30-nov	14	Recuperatorio
07-dic	15	Entrega de notas. Cierre del curso.

6) Modalidades del proceso de orientación del aprendizaje

Se trabajará con artículos originales de los autores más relevantes, a fin de familiarizar a los estudiantes con la lectura de textos clásicos. Se orientará la

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

UNLaM-Tecn. Cer. y Prot.- Com. y RRII- II Cuat. 2011

lectura mediante claves y discusiones grupales, estimulando siempre su aplicación a casos reales y de actualidad.

La evaluación se basará en la misma modalidad de articulación teoría-análisis situacional, de modo de verificar la integración de los conceptos a través de producciones originales de los alumnos.

7) Modalidad de cursado

Cada encuentro contempla un total de 4 horas, que se distribuirán entre una parte de exposición teórica y otra de carácter práctico, con trabajo activo por parte de los alumnos.

Los textos de lectura obligatoria se complementarán tanto en la parte teórica como en la práctica con material de actualidad (noticias publicadas, material audiovisual, campañas publicitarias y de comunicación política, etc.).

8) Evaluaciones

Consistirán en un primer examen parcial y en la entrega de un trabajo escrito, grupal de carácter analítico e integrador. La no presentación del trabajo en la fecha y horario pautados significará un ausente en el examen, dado su carácter de evaluación parcial. De acuerdo a la normativa vigente, se contempla la posibilidad de un examen recuperatorio, que será escrito, de tipo teórico-práctico, y considerará todas las unidades del programa y la totalidad de la bibliografía del programa.

Primera evaluación parcial:

Examen teórico de aplicación sobre un caso práctico (noticia del día).

- Cada alumn@ debe traer un artículo periodístico de la semana previa al parcial, en condiciones de ser entregado junto con el examen escrito.

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

UNLaM-Tecn. Cer. y Prot.- Com. y RRII- II Cuat. 2011

Debe tratarse de una noticia relacionada con alguna novedad institucional o empresaria (conocida como “gacetilla”).

- Se les pedirá responder a una serie de preguntas, debiendo para ello articular los conceptos teóricos con la temática del artículo periodístico. Las preguntas serán similares a las que se fueron tratando en cada clase (ver cronograma) pero aplicadas a la noticia que se presenta al examen.
- Se evaluará la precisión teórica (uso adecuado de los conceptos, autor indicado para analizarlo), la aplicación adecuada a un caso de actualidad, y la evaluación de la pertinencia del artículo seleccionado para el tema en cuestión.

Parámetros de evaluación: Aspectos que se considerarán

- **Autores** elegidos para el tema de la pregunta.
- **Conceptos** adecuadamente aplicados a la noticia elegida.
- **Presentación** dentro de los parámetros establecidos.

Escala de notas:

- A. **Calificación 10 y 9:** Escrito original, de impecable presentación y escritura. Enriquece los conceptos teóricos aportando ejemplos en el caso elegido. Demuestra una recorrida por todos los autores. Presenta una excelente organización, que ayuda a la comprensión del tema del ensayo. Buena elección de la noticia.
- B. **Calificación 8 y 7:** Trabajo muy bueno, que evidencia un trabajo adecuado con los textos teóricos. Demuestra una recorrida por todos los autores. La redacción y la organización del escrito es correcta. Algunos errores de forma y de concepto pueden desmerecer el trabajo. Buena elección de la noticia.
- C. **Calificación 6 y 5:** Trabajo bueno, que apenas cumple con los requisitos solicitados. Se utilizan algunos conceptos teóricos pero que no responden adecuadamente a la consigna, o que se presentan como una simple cita de autor, no necesariamente aplicable al caso. El escrito es poco claro y los conceptos se presentan de manera confusa. El lector debe hacer un gran esfuerzo para comprender lo que está escrito. Vicios de estructura y de escritura. Regular elección de la noticia, con limitaciones para el análisis.
- D. **Calificación 4:** Trabajo regular, con muy pobre presentación. Se responde sólo tangencialmente a la consigna. Los conceptos teóricos aparecen desarticulados con la argumentación. Se nota la falta de una lectura profunda de los textos. Mala organización del trabajo. Inconveniente elección de la noticia.

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

UNLaM-Tecn. Cer. y Prot.- Com. y RRII- II Cuat. 2011

- E. **Desaprobado:** El trabajo no responde a la consigna solicitada. Conceptos muy confusos que no atienden la consigna de la cátedra. El trabajo tiene errores importantes. El escrito evidencia muy poco conocimiento del tema. Los errores formales y ortográficos son inaceptables para un trabajo universitario. Incorrecta elección de la noticia.

Segunda evaluación parcial:

Control y planificación de las acciones de prensa

Pre-entrega Parcial 2: Deberá entregarse una carilla con los siguientes datos:

- 1. Comunicación y Relaciones Institucionales** (indicar Turno y Día de cursada)
- 2. Nombre de los estudiantes (acompañarlo con N° Documento, email y una foto pequeña)**
- 3. Tema elegido para el segundo parcial**
- 4. Medios seleccionados para el seguimiento**

Es imprescindible haber realizado la pre-entrega en la fecha prevista para poder presentarse al primer parcial.

Los alumnos conformarán equipos de trabajo, que se organizarán como una oficina de prensa que debe controlar la aparición en medios de una noticia que tenga que ver con consumo o con servicios ocurrida durante la cursada.

Se relevará la cobertura que tuvo un suceso en cuatro medios gráficos como mínimo (si el equipo está integrado por más de cuatro participantes, se incluirá un medio por cada integrante). El tiempo mínimo de seguimiento es de dos semanas para el caso de eventos acotados a una fecha, o un mes, para el caso de episodios con extensión en el tiempo o para medios semanales.

Sobre este material periodístico se deberá formular un análisis cuantitativo de las apariciones en los medios (cantidad de notas, espacio dedicado, menciones, etc.), a partir del cual se derivarán conclusiones acerca de cómo se manejó la campaña de prensa. Deberán analizar:

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

- Actores que aparecen como fuentes, forma en que aparecen los distintos actores involucrados en las noticias (empresa, consumidores, asociaciones de consumidores, especialistas, etc.);
- Público al que va dirigido la información y público del medio;
- Herramientas de prensa que se mencionan en las noticias (comunicado, conferencias, entrevistas). Distinguir entre información de prensa de información publicitaria.
- Tipo de información y agenda construida: si se trata de información que se centra en el emisor, o respeta el derecho de información ciudadano.

El análisis del caso deberá ser sustentado con los autores vistos en la cursada. El trabajo tendrá una **extensión máxima de 6 páginas, incluyendo gráficos y bibliografía** (interlineado 1,5, cuerpo de letra 11/12). Deberá presentarse en hoja A4 o carta impreso en una sola carilla, formato word, abrochado (sin carpeta, ni portadas-carátulas) y enviar una copia por email a info@catedraa.com.ar. Es imprescindible que cuente con las correspondientes citas bibliográficas.

Para la metodología del trabajo práctico se recomienda consultar:

- Amado Adriana (2008), “Fuentes y lenguajes: Factores de incidencia en la agenda mediática”, publicado en Memorias de las V Jornadas de Investigación en Comunicación, Universidad Nacional de General Sarmiento, noviembre de 2008 (CD ISBN 1850-6321)
- Amado Adriana, Nicolás Rotelli (2010). Ponencia “Fuentes y periodistas en la diversidad informativa”. V Congreso ALACIP, Buenos Aires, 28 al 30 de julio.

Criterios de evaluación de los trabajos escritos:

Estos trabajos serán evaluados en función de los siguientes parámetros:

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

UNLaM-Tecn. Cer. y Prot.- Com. y RRII- II Cuat. 2011

- Profundidad de la **investigación** encarada: calidad del material, actualización, amplitud del campo investigado.
- Aplicación de los **conceptos teóricos** de la materia: citas de los textos teóricos y aplicación de esos conceptos al caso analizado, síntesis conceptual.
- **Evaluación profesional** del material: análisis de la situación, diagnóstico, soluciones propuestas.
- **Presentación** del trabajo: redacción clara, ortografía correcta, citas bibliográficas realizadas en forma completa, organización del material (títulos, subtítulos), adecuación a la extensión pedida. El trabajo deberá contar con una carátula con los datos del trabajo y de los integrantes del equipo, un índice de contenido y al final, una lista de la bibliografía y fuentes consultadas.

IMPORTANTE: La síntesis conceptual es parte de la evaluación por lo que debe respetarse el límite establecido. En base a ese criterio no se evaluará lo que se consigne más allá del espacio admitido.

9) Régimen de Promoción

Los estudiantes que cursen en forma regular la materia tendrán el régimen de evaluación de promoción. Deberán aprobar un mínimo de dos evaluaciones parciales con una calificación no inferior a 7 (siete) en cada una de ellas. La asistencia a las clases teóricas y prácticas debe ser de un mínimo del 75%.

Si en las evaluaciones parciales no se obtuviera un mínimo de 7 (siete) puntos, el estudiante tendrá derecho a presentarse a un recuperatorio. El recuperatorio consistirá en la reformulación del examen no promocionado, pero con la totalidad de la bibliografía del curso.

Los estudiantes que no alcancen la promoción, accederán a un examen final oral, que consistirá en la defensa de alguno de los trabajos de investigación realizados en el cuatrimestre, desde los conceptos teóricos enumerados como bibliografía obligatoria.

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

UNLaM-Tecn. Cer. y Prot.- Com. y RRII- II Cuat. 2011