

**ESPECIALIDAD: LIC. EN COMUNICACIÓN SOCIAL / PERIODÍSTICA****PROGRAMA DE EXAMEN****1. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL**

Planificación de la comunicación institucional. Análisis del contexto e importancia estratégica de la imagen. La intervención Institucional. Reconocer los procesos de construcción de imagen. Estrategias de imagen. Métodos y Técnicas de investigación de la imagen. Medios e instrumentos de producción comunicativa y configuraciones expresivas. Espacio público, imágenes, organizaciones.

**2. DERECHO A LA INFORMACIÓN**

Principios básicos del derecho constitucional. Pactos internacionales. Normas jurídicas sobre comunicación.

**3. TALLER DE PRODUCCIÓN Y COMPRENSIÓN DE TEXTOS**

La escritura como herramienta central en el ejercicio profesional del campo de la Comunicación. La lectura profunda como el punto de vista de la disciplina frente al abordaje de un texto. La importancia de la lectura comprensiva, analítica, crítica y creativa vinculada con actividades de producción oral y escrita.

**4. REDACCIÓN PERIODÍSTICA**

Reglas gramaticales y sintácticas propias de la redacción periodística. Géneros periodísticos. Códigos y formatos compartidos por la práctica periodística. Herramientas básicas e indispensables para escribir en medios gráficos y electrónicos.

**5. ÉTICA PERIODÍSTICA**

Principios básicos para el desarrollo de un periodismo responsable. Valores, códigos de conducta y obligaciones del oficio del periodista que busca ser un profesional de excelencia. La necesidad de potencializar el ejercicio de la libertad de expresión y de prensa, pero también de protección a la privacidad y a los datos personales, entre otros.

**6. FOTOPERIODISMO E INFOGRAFÍA**

La importancia de las imágenes para transmitir un mensaje. Los géneros periodísticos y las bondades del soporte online: el valor de la riqueza visual con el aporte de la fotografía, la infografía interactiva y el video. La imagen en tiempos de medios digitales y redes sociales.

**7. GESTIÓN DE CONTENIDOS PARA REDES SOCIALES**

Social Media y Community Manager. Estrategias centradas en la interacción con el usuario y la generación de comunidad. Generación de contenidos adaptados a las diferentes narrativas propuestas por cada red social.

**8. MEDIOS DIGITALES**

Redacción online: cómo escribir para la web. Producción de contenidos periodísticos digitales. El rol de los profesionales en la era de la comunicación digital. Los retos que enfrenta el periodismo en tiempos de Internet y periodismo ciudadano.

**9. ESPECIALIZACIÓN**

Conocimientos sobre la Institución y la vida militar.

## **MODALIDAD DE EVALUACIÓN**

Al momento de presentarse a la entrevista, el/la candidato/a deberá traer consigo:

1. Una copia del Curriculum Vitae (CV) actualizado a la fecha. El mismo debe contener un resumen breve de su experiencia laboral (con referencias comprobables sobre los cargos o puestos ocupados), educación y habilidades, resaltando fortalezas profesionales y personales.
2. Una carpeta que contenga una selección de las principales publicaciones de su autoría (artículos, entrevistas, trabajos, etc.) realizados durante la etapa académica y/o laboral, que pudieran ser considerados de interés para el análisis de la Junta Evaluadora.
3. Una carpeta que contenga una estrategia comunicacional para la confección de una campaña institucional con motivo de un nuevo aniversario de la Fuerza Aérea Argentina (FAA), que deberá incluir una breve descripción de cada una de las piezas de comunicación que formarán parte de la misma: artículos, calendario de publicaciones en redes sociales, gacetillas, corto audiovisual, afiche, etc.

El examen constará de dos instancias: 1 (una) **teórica** y 1 (una) **práctica**.

1. En la instancia teórica del examen el candidato deberá acreditar conocimientos académicos generales sobre el área profesional, y especializados sobre la Institución y la vida militar. En caso de no contar con la bibliografía seleccionada, deberá realizar la solicitud correspondiente en forma oportuna y con la suficiente anticipación a través de los canales institucionales habilitados para dicha gestión.
2. La instancia práctica participará de una entrevista personal con la Junta Evaluadora, en la que se indagarán sus aptitudes personales y profesionales para el puesto.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Berghella, Vanina. “Redes sociales y audiencias: claves para la distribución social de las noticias” en Periodismo disruptivo. Buenos Aires, lcrj, 2015.
- Capriotti, Paul (2009) Branding Corporativo. Colección de Libros de la Empresa, Santiago de Chile, Chile.
- Chaves, Norberto: “La imagen corporativa”, Barcelona, Gustavo Gili, 1990. Chaves, Norberto / Belluccia, Raúl (2003) La marca corporativa. Gestión y diseño de símbolos y logotipos. Buenos Aires. Editorial Paidós, 122 págs.
- Contursi, Ma. Eugenia-FERRO, Fabiola. “La narración. Usos y prácticas”, Buenos Aires, Norma, 2000.
- Costa, Joan (1994) Imagen Global Barcelona, Editorial CEAC.
- Foglia, Marcos (2015) “El fin de la nostalgia y la gestión exitosa de medios digitales” en Periodismo disruptivo. Buenos Aires, lcrj.
- Fuerza Aérea Argentina: “El vuelo del Cóndor”, Centenario de la Fuerza Aérea Argentina, Editorial de Arte, 2012. (Solicitar PDF)
- Halperin, Jorge: “La entrevista periodística”, Buenos Aires, Paidós, 1995. Herran, María Teresa, Restrepo, Javier Darío (2015) “Ética para periodistas”. Colombia, Tercer Mundo.
- Irigaray, Fernando y Denis Renó (comps.) Transmediaciones. Creatividad, innovación y estrategias en nuevas narrativas. Buenos Aires, La Crujía.
- Jenkins, Henry; Sam Ford y Joshua Green (2015) “Por qué se propaga el contenido de los medios” y “Diseñar pensando en la propagabilidad” en Culturas Transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red. Barcelona, Gedisa.
- Lovato, Anahí (2016) “Guión transmedia en narrativas de no ficción”, Buenos Aires, Crujía, 2016.
- Rodrigo Alsina, Miguel: “La construcción de la noticia”, Paidós, Barcelona, 1989.

- Serra, Alfredo / Ritacco, Edgardo: “Curso de periodismo escrito”, Buenos Aires, Atlántida. 2004.
- Sun Tzu: “El arte de la guerra”.
- Verón, Eliseo: “La semiosis social”, Buenos Aires, Gedisa, colección "El mamífero parlante", 1987.
- Villafañe, Justo (1998) Imagen Positiva Gestión estratégica de la imagen de las empresas. Madrid. Ediciones Pirámide.
- “Periodismo transmedia, la narración distribuida de la noticia”. Alejandro Rost...[etal.];compilado por Alejandro Rost; María Teresa Bernardi; Fabián Bergero - 1ª Ed. - Neuquén: Publifadecs, 2016. Libro digital, PDF. Disponible en Internet en: [https://www.academia.edu/33113394/Periodismo\\_transmedia.\\_La\\_narraci%C3%B3n\\_distribuida\\_de\\_la\\_noticia](https://www.academia.edu/33113394/Periodismo_transmedia._La_narraci%C3%B3n_distribuida_de_la_noticia)
- “Ciber Periodismo. Libro de Estilo para Ciberperiodistas”. Tejedor Calvo, Santiago. Editorial Itla. 2010. Disponible en Internet en: <https://escrituraperiodisticamultimedia.files.wordpress.com/2012/10/libro-ciberperiodismo-completo.pdf>
- Restrepo, Javier Darío. “Manual de Ética Periodística en la Era Digital”. Centro Internacional para Periodistas, 2018. Disponible en Internet en: <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/recursos/javier-dario-restrepo- publica-manual-de-etica-periodistica-en-la-era>