



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN  
BOSCO FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES**

**1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO**

Modificación del Plan de Estudios de la LICENCIATURA EN  
COMUNICACIÓN SOCIAL

Carrera Nueva: **TECNICATURA EN LOCUCIÓN INTEGRAL**

**2. RESPONSABLES DEL PROYECTO**

**2.1. Organismo Responsable de la elaboración del Proyecto**

Comisión Ad Hoc del Departamento de Comunicación Social Facultad de  
Humanidades y Ciencias Sociales. UNPSJB.

**2.2. Unidad Académica responsable de la implementación del Proyecto**

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. UNPSJB



## Índice

1. Identificación del proyecto.....	1
2. Responsables del proyecto .....	1
2.1. Organismo Responsable de la elaboración del Proyecto.....	1
2.2. Unidad Académica responsable de la implementación del Proyecto .....	1
3. Plan de estudios de la tecnicatura en Locución Integral.....	3
3.1. Objetivos .....	3
3.2. Perfil del egresado .....	3
3.3. Alcance del título.....	3
3.4. Estructura curricular .....	4
3.5. Contenidos mínimos .....	7
3.6. Modalidad de dictado .....	11
3.7 Especificaciones por cambio de plano .....	12



### **3. PLAN DE ESTUDIOS DE LA TECNICATURA EN LOCUCION INTEGRAL**

#### **3.1. Objetivos**

El plan de estudio de la carrera propone:

Promover el desempeño del locutor integral al servicio de los intereses de la comunidad en su conjunto, con particular atención a los sectores menos posibilitados de expresarse ante el resto de la sociedad.

Reconocer y valorar la comunicación como emergente de la libre voluntad y expresión integral del hombre.

Generar una actitud de compromiso con los valores de solidaridad, justicia y promoción de la democratización de la sociedad.

#### **3.2. Perfil del egresado**

El Técnico en Locución Integral es un profesional capaz de:

Expresarse ante la audiencia de acuerdo con pautas de corrección idiomática (en sus variaciones coloquiales y regionales y con modulación estética de la voz -aceptación de los tonos y modalidades nativas-)

Crear estilos propios que fomenten el reconocimiento de la identidad y eviten modelos repetitivos y neutrales.

Ejercer su labor profesional desde la dimensión comunicacional en sus aspectos estéticos, técnicos y expresivos.

Estimular el juicio crítico, la autonomía ideológica y el compromiso con los valores de solidaridad y democratización de la comunicación social.

Desarrollar y participar en procesos que faciliten la comunicación comunitaria.

Involucrarse en los procesos de digitalización (producción y edición) de los contenidos radiales.

#### **3.3. Alcance del título**

**El Técnico en Locución Integral** es un profesional que:

Está familiarizado con las herramientas tecnológicas y conceptuales estándares para la locución integral en su multiplicidad de formatos.

Reconoce y respeta las diferencias culturales e identitarias y se compromete profesionalmente con la expresión de las mismas, entendiendo que una sociedad es



más democrática cuanto mayor es la pluralidad de las voces que intervienen en el espacio público.

Domina los conocimientos y habilidades necesarios para la comprensión cabal del proceso comunicativo que parte de la identificación de las necesidades y requerimientos de los distintos grupos destinatarios

### 3.4 Estructura Curricular

#### 1ero | PRIMER AÑO

Cod .	Asignaturas	Período de cursado	Carga horaria semanal	Carga horaria total	Campo	Correlativa anterior
01	Introducción a los estudios de comunicación	anual	3	90	FDG	-
02	Lenguaje escrito	cuatrim	6	90	FDG	-
03	Producción sonora (Practica Integral de radio)	cuatrim	6	90	FDG	-
04	Diseño y producción visual	cuatrim	6	90	FDG	
05	Historia contemporánea	cuatrim	6	90	FG	-
06	Locución I	anual	4	120	FET	-
07	Foniatría I	anual	3	90	FET	-
08	Producción Integral de TV	cuatrim	6	90	FDG	
<b>FDG: 450 FG: 90 FET: 210</b>			<b>Total</b>	<b>750</b>		



**2do | SEGUNDO AÑO**

Cod	Asignaturas	Período de cursado	Carga horaria semana I	Carga horaria total	Campo	Correlativa anterior
09	Comunicación audiovisual I (Práctica integral de televisión)	cuatrim	6	90	FDG	04-08
10	Teorías de la comunicación I	cuatrim	6	90	FDG	01
11	Taller de radio (Práctica integral de radio)	cuatrim	6	90	FDG	03
12	Diseño y producción multimedial	cuatrim	6	90	FDG	03-04
13	Diseño y Gestión de Proyectos	cuatrim	6	90	FDG	
14	Locución II	anual	4	120	FET	07
15	Foniatría II	anual	3	90	FET	08
<b>FDG: 450 FG:0 FET: 210</b>			<b>Total</b>	<b>660</b>		



**3ero | TERCER AÑO**

Cod	Asignaturas	Período de cursado	Carga horaria semana I	Carga horaria total	Campo	Correlativa anterior
16	Comunicación audiovisual II (Práctica integral de televisión)	cuatrim	6	90	FDG	09
17	Taller producción de contenidos	cuatrim	6	90	FDG	14
18	Derecho de la información y ética profesional	cuatrim	6	90	FDG	--
19	Principios de Estética e Historia del Arte	cuatrim	6	90	FG	-
20	Comunicación publicitaria	cuatrim	6	90	FDG	12
21	Historia regional y argentina	cuatrim	6	90	FG	05
22	Doblaje	anual	4	120	FET	-
23	Locución III	anual	3	90	FET	14
24	Foniatría III	anual	3	90	FET	15
25	Producción Integral de Radio	Cuatrim	6	90	FDG	11
<b>FDG:540 FG: 180 FET: 300</b>			<b>Total</b>	<b>930</b>		

**Total horas Tecnicatura en Periodismo**

Campos	Carga horaria
Formación Disciplinar General (FDG)	1440
Formación General (FG)	270
Formación Específica de la Tecnicatura en Locución	720
<b>Total horas Tecnicatura</b>	<b>2430</b>

**OTROS REQUISITOS CURRICULARES**

**Taller de idioma**

El estudiante deberá aprobar un examen de idioma extranjero: inglés o portugués. Deberá demostrar idoneidad para comprender y traducir al español textos sobre temas de Comunicación Social. Se brindará desde la Facultad de Humanidades y Ciencias



Sociales un curso optativo para aquellos alumnos que necesiten adquirir los aprendizajes anteriormente mencionados. Carga Horaria: 90 hs.

**Pronunciación:**

El estudiante deberá aprobar examen de pronunciación de dos idiomas a elección: alemán, francés, portugués, italiano o lenguas originarias (mapuche o tehuelche preferentemente). Carga Horaria: 90hs

### 3.5 Contenidos mínimos

#### Código 01. **Introducción a los estudios de comunicación**

El proceso de la comunicación. Diferencias entre comunicación e información. Tipos de comunicación. Comunicación interpersonal y comunicación mediada. Cultura, vida cotidiana y producción de sentido. Agenda de estudios de comunicación en América Latina. Comunicación popular alternativa. Relación entre el estado y sistema de medios. Globalización. Monopolios y grupos multimedios.

#### Código 02. **Lenguaje escrito**

La escritura y la lectura como prácticas sociales. La escritura: herramienta de comunicación y actividad semiótica y cognitiva. Modelos de producción y de recepción. La lectura: práctica social situada. Competencia y modelos de comprensión lectora. El proceso de composición escrita. Construcción del emisor y del destinatario. La enunciación. El párrafo. Coherencia y cohesión. Conectores. Los tiempos verbales. Enfoques temporales. Secuencias y tramas. Dialogicidad y polifonía. Soportes y portadores. Paratextos. Transtextualidad. El discurso periodístico como práctica social.

#### Código 03. **Producción sonora**

La comunicación a través de los sonidos. Diferencias con otros lenguajes. Escribir para ser escuchado. Sintaxis y semántica. El lenguaje sonoro y sus elementos. Intensidad, duración, altura y timbre. Estética y creación de imágenes acústicas. Función conceptual y estética de la palabra, la voz, la música, los efectos y los ruidos. Escenografía y planos sonoros. Géneros. Elección del formato estético según el género. Exploración de nuevos formatos.

#### Código 04. **Diseño y producción visual**

Elementos constitutivos del lenguaje visual. Sintaxis de la imagen. Teoría de la forma y el color. El lenguaje fotográfico. Semiotización del diseño. Percepción y composición visual. Diseño de identidad, de marca. Historia de las artes visuales. El diseño en la sociedad de consumo y como marca de la sociedad contemporánea. Análisis de los elementos y recursos visuales en producciones comunicacionales.

#### Código 05. **Historia contemporánea**

El imperialismo y el mercado mundial. Cultura y mundo colonial. Las ideologías en acción. La Revolución rusa. Los fascismos. Italia y Alemania. EE. UU. El Fordismo. La Segunda Guerra Mundial. Los bloques de poder. Guerra Fría. El rol de los medios de comunicación en el siglo XX. El Estado de Bienestar. América latina: Progreso y Militarismo. La Crisis del 73. El Neoliberalismo. La retracción estatal. Mundialización. Los cambios en el mundo laboral.



**Código 06. Locución I**

El relato. La pronunciación de todos los sonidos. Los signos de puntuación. Lo imprescindible de la articulación perfecta. La noticia y sus características. Ritmo de lectura atento a cada emisora y tipo de programa. El locutor y su comunicación con todos los integrantes del equipo de trabajo. El aviso comercial con sus distintas variantes. La improvisación. Trabajo sobre la enunciación, desarrollo y conclusión de un tema. Los avances para radio y televisión.

**Código 07. Foniatría I**

Aparato respiratorio: Anatomía y fisiología. Componente sensorio-perceptivo, auditivo y psicosocial. Tipo y modo respiratorio. Relajación. Desarrollo de la musicalidad. Riqueza expresiva del discurso. Concepto de eutonía. Conocimiento y realización de las técnicas de relajación diferencial y total. Aparato fonoresonancial: Anatomía y fisiología. Tesitura. Dominio de la zona confortable de la voz. Emisión y resonancia. Efecto kaiser. Articulación. Expresividad. Profilaxis de la voz. Reflejo cócleorecurrential.

**Código 08. Producción Integral de TV**

Grabación. Puesta en escena y realización Arte y diseño. Nuevas tecnologías en la edición y posproducción. Emisión y criterios de programación. Industria de la creatividad. Géneros y formatos

**Código 09. Comunicación audiovisual I**

Lenguaje Audiovisual. Construcción de sentido: tiempo y espacio. Imagen fija e imagen en movimiento. El sonido. Montaje. Géneros y formatos en el periodismo: entrevista; informes periodísticos; crónica; documental. Fronteras entre ficción y no ficción. Desarrollo de la producción creativa: idea, proyecto, producto. Guión y planificación. El nuevo paradigma comunicacional en el contexto de la nueva ley de Medios de Comunicación Audiovisual. La Comunicación como Derecho Humano.

**Código 10. Teorías de la comunicación I**

Campo de estudio desde una perspectiva transdisciplinaria. Los medios de comunicación de masas y su relación con los procesos políticos, sociales y culturales. Los estudios sobre los efectos y la problemática de la manipulación: psicología de las muchedumbres y teoría de la aguja hipodérmica, efectos psicosociales de la comunicación de masas, modelo de los efectos limitados, establecimiento de agenda, teoría de cultivo. La teoría crítica: dialéctica de la ilustración, industria cultural, consecuencias de la reproducción técnica de la obra de arte. Los estudios culturales anglosajones: funciones ideológicas de los medios de comunicación, modelo de codificación/decodificación, audiencia activa, domesticación de la tecnología.

**Código 11. Taller de radio**

Historia de la radio. La radio en Comodoro Rivadavia. La radio digital. Ventajas y limitaciones de la radio como medio. Formatos Radiofónicos. Estructura y elección según el mensaje. El guión radiofónico. Montaje. Pre-producción, producción y post-producción de programas radiales. Modalidades y técnicas de realización. Conducción.





Estética y contenidos. El humor como recurso comunicacional. Programación y audiencia de la radio. La radio en internet.

**Código 12. Diseño y producción multimedial**

La multimedia como un dispositivo para narrar: uso de textos, gráficos, imágenes, sonidos, música y animación re-significados por características propias como son las interfaces, los hipertextos, la interactividad, la simulación. Imagen digital y el referente creado. El usuario como productor: códigos de creación, percepción y valoración. La multiplicación de las pantallas, dilución de los géneros y mixtura de estilos. Formas expresivas e innovaciones narrativas.

**Código 13. Diseño y Gestión de Proyectos**

Diseño de estrategias para abordar los procesos de cambio social conversacional: diagnóstico, planificación, ejecución y evaluación. La comunicación estratégica como encuentro de la diversidad sociocultural. Nuevas conversaciones significativas a partir de la re-conceptualización del tiempo y el espacio. Ambientes comunicativos. Los conceptos de frontera, lo local y lo global frente a las NTC. La dirección de comunicación. Estructuras, funciones y competencias. Legitimidad y posición de la dirección de comunicación.

**Código 14. Locución II**

Lectura de textos en primera persona para conocer y profundizar la voz del alumno. La improvisación: utilización del tiempo para el desarrollo del tema y la estructura del contenido. Lectura de diálogos cortos. Caracterización de personaje. Avisos comerciales. Lectura acorde con la frecuencia y la hora de emisión del programa. Aviso único. Su interpretación con el aporte del fondo musical instrumental. Promociones radiales y televisivas. Los avisos para programas musicales. La noticia. Lectura de flashes, boletines y panoramas. Búsqueda del material y armado de los formatos. El trabajo compartido con el operador y el movilero.

**Código 15. Foniatría II**

Características del sonido. Diferenciación: altura, intensidad, duración, timbre. Cualidades de la voz profesional y sus exigencias. Dinámica respiratoria. Coordinación neumofonoresonancia. Aplicación en la lectura de distintos textos. Emisión y colocación de la voz. Psicodinámica vocal. Reconocimiento audioperceptivo. Sensaciones propioceptivas en el uso continuo de la voz profesional. Memoria emotiva. Modulación de la voz. Aspectos semánticos y sintácticos. Mensaje verbal-tonal. Relajación, eutonía. Expresividad en cámara. Técnica de la voz hablada profesional. La voz del locutor radial-televisivo (similitudes y contrastes). Prevención de disfonías.

**Código 16. Comunicación audiovisual II**

El lenguaje audiovisual. Conceptos. De la imagen fija a la imagen en movimiento. Montaje y unidad de sentido. Tiempo y espacio. Géneros y formatos ficcionales. Etapas de la realización audiovisual: preproducción, producción y post producción. Representaciones sociales en el relato televisivo. Video clip. Videoarte. Vanguardias cinematográficas. Extensión y comunicación. Dirección de proyectos audiovisuales. Equipos de trabajo.



**Código 17. Taller de producción de contenidos**

Definición de periodismo informativo. Teoría de la Noticia, su estructura. Clasificación de fuentes. El formato de la entrevista. Técnicas de interrogación y registro. Rueda de prensa ( cierto que no existen mas pero igual la consideramos ). Normas de estilo para la redacción. El impacto de la titulación. Periodismo narrativo: La crónica. Aspectos organizativos básicos de un medio impreso. Redacción. Secciones. Las diferencias entre revistas, diarios y agencias de noticias. Corresponsalías. Nociones de diagramación. Procedimientos. Periodismo de Investigación.

**Código 18. Derecho de la información y ética profesional**

El derecho de la información. La Constitución Nacional y su relación con el Derecho a la información. Los debates: Libertad de prensa / Libertad de empresa, Libertad de Expresión / Derecho a la intimidad. La legislación sobre acceso a la información. Responsabilidad civil, penal y administrativa de la actividad periodística. La reparación de daños y el régimen de sanciones. Jurisprudencia y casos emblemáticos. El rol de las nuevas tecnologías. Análisis de la Ley 26.522 Servicios de Comunicación Audiovisual. La ley como marco regulatorio.

**Código 19. Principios de Estética e Historia del Arte**

Periodización. Historia. Prehistoria (paleolítica, neolítica). Antigüedad (Egipto, Mesopotamia, Grecia arcaica, clásica y helenística, Roma). Edad Media (arte paleocristiano, bizantino, romántico e impresionismo). La ruptura de la vanguardia hasta la abstracción pura. Edad Moderna (el renacimiento, el manierismo, barroco, rococó y neoclasicismo). Edad Contemporánea (romanticismo, realismo e impresionismo). La ruptura de la vanguardia hasta la abstracción pura. Principales tendencias artísticas, sociales y económicas. Marco cultural referencial y la relación entre lo humano, lo natural y lo divino según las épocas. Concepto de arte y estilo: el problema de la categorización. Crítica del Siglo XIX. El problema del arte en la postmodernidad: el lugar del artista y la obra de arte.

**Código 20. Comunicación publicitaria**

Producción de sentido en las prácticas sociales. Campo social y mercado: el ciudadano, el consumidor. De la publicidad de productos, servicios, ideas, al discurso publicitario como marca de la sociedad contemporánea. La gestión y producción de los discursos publicitarios mediáticos y en organizaciones. Transformaciones en el plano de la representación. Estilos de época, lógica de los discursos, tipologías de producciones.

**Código 21. Historia regional y argentina**

Del orden conservador al primer peronismo (1880-1955). Autoritarismo y democracia (1955-2001). Modelo agroexportador, estrategia justicialista, desarrollista y aperturista. Transformaciones de la estructura social. Movimientos sociales: movimiento obrero, movimiento de derechos humanos. Patagonia: cuestión indígena, territorios nacionales y procesos de provincialización, estado y actividades extractivas.



**Código 22. Doblaje**

Convergencia: internet como un medio distinto o todos los medios dentro de un nuevo medio. La brecha digital. Blogs. Lenguaje gráfico y lenguaje multimedia. Periodismo 1.0, 2.0 y 3.0. La evolución de los sitios periodísticos en internet: el modelo de negocio y el modelo informativo del periódico digital, sus estadios de desarrollo, sitios verticales y sitios horizontales. Herramientas informáticas para la construcción de una página. Criterios periodísticos.

**Código 23. Locución III**

Integración conceptual de las dos primeras etapas en un entrenamiento total, a través de la instrumentación de un programa radiofónico tipo de larga duración. Realización de una continuidad en formato-reloj, donde se integran todas las actividades del locutor integral. Ejercitación intensa de la improvisación, la síntesis y el manejo de los tiempos en la nota tanto escrita como oral. La expresividad. Ritmo y velocidad. Diferencias entre estilos comerciales. El programa integral de radio. Actos públicos. Animación artística, comercial y periodística. Organización radial.

**Código 24. Foniatría III**

Revisión de conceptos sobre Esquema Corporal Vocal. Exigencias vocales en distintos estilos de programas de Radio y TV. Coordinación fonorespiratoria. Búsqueda del límite confortable, evitando la fatiga. Caracterizaciones vocales. Dominio del rendimiento vocal. Parámetros vocales de mayor significado psicológico. Conocimiento profundo del aparato neumofonoresonancial para imprimir modificaciones que generen cambios tímbricos sin hiper o hipotonías, parciales o generalizadas que lleven a fonastenias. Realización de diferentes timbres para la caracterización de los personajes. Voz profesional

**Código 25. Producción Integral de Radio**

El uso de las nuevas tecnologías en la producción radiofónica. Base de datos. Programación: accesibilidad. Equipos de Producción y criterios de edición. Interacción y articulación de contenidos comunitarios. Evolución en entornos multimediáticos. Nuevas técnicas y modos de producción. Enfoques y retos de las radios locales

**3.6. Modalidad de dictado**

Presencial



**3.7. Especificaciones por cambio de plan:**

Los estudiantes durante el año 2015 hasta tanto se implemente la reforma del plan (estimada para 2016), deberían cursar las siguientes materias, que serán tomadas como equivalentes del nuevo plan:

Materia plan vigente	Materia plan nuevo
Problemática de la Comunicación	Introducción a los estudios de Comunicación
Comunicación Escrita I	Lenguaje Escrito
Historia Socio Política Contemporánea	Historia Contemporánea
Comunicación Radiofónica	Producción Sonora y Taller de Radio
Locución I (a cargo de docente de ISER)	Locución I (a cargo de docente de ISER)
Foniatría I (a cargo de docente de ISER)	Foniatría I (a cargo de docente de ISER)