

XV Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación - ENACOM

**“La comunicación interpelada.
Escenarios actuales, retos a la formación y nuevos perfiles
profesionales”**

**13, 14 y 15 de septiembre de 2017
FCEDU-UNER, Paraná, Entre Ríos**

Segunda Circular

El Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación reúne anualmente a docentes, investigadores, graduados, estudiantes y profesionales de las carreras de Comunicación nucleadas en la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social (FADECCOS). Contempla la participación de profesionales de la Comunicación que integran el ámbito académico, de aquéllos que se desempeñan en otras áreas de esta disciplina, de estudiantes y público en general. Este congreso alcanza a Universidades públicas y privadas de Argentina como así también algunas de Chile, Uruguay y Paraguay.

La dinámica del encuentro comprende:

- Desarrollo de paneles y conferencias centrales, en los que disertan figuras relevantes del campo de estudios de la comunicación.
- Exposiciones en mesas de ponencias vinculadas a los ejes temáticos que figuran en la convocatoria del Encuentro.
- Foros específicamente destinados a estudiantes.
- Muestra de trabajos y producciones realizadas en el ámbito de las cátedras y las carreras, seleccionados para diferentes categorías y modalidades en el marco de la EXPOCOM.

Ejes temáticos

1. Epistemología de la comunicación, teorías y metodologías de investigación
2. Cultura y comunicación
3. Historia y comunicación
4. Discursos, sentidos y representaciones
5. Comunicación comunitaria
6. Comunicación institucional, corporativa y publicitaria
7. Comunicación, educación y tecnologías
8. Poder, medios y políticas de comunicación
9. Formación, espacios curriculares y perfiles profesionales
10. Conflicto social, movimientos sociales y acción colectiva
11. Comunicación, arte y filosofía
12. Comunicación y género
13. Comunicación y salud
14. Comunicación de la ciencia
15. Lenguajes, tecnologías y nuevos medios
16. Prácticas y experiencias periodísticas

Fechas de presentación

- **Resúmenes**

Envío digital hasta el 25 de junio de 2017 a través del correo electrónico enacom2017@gmail.com

- **Ponencias**

Envío hasta el 31 de julio de 2017.

Una vez que haya sido informada la aceptación del resumen se comunicará la modalidad de envío de la ponencia.

▪ **EXPOCOM**

- Inscripción hasta el 25 de junio de 2017. Formulario de inscripción on line EXPOCOM disponible en: www.fcedu.uner.edu.ar/enacom
- Envío **digital** de trabajos EXPOCOM al correo electrónico expocom2017parana@gmail.com hasta el **31 de julio de 2017**
- Envío **postal** de trabajos EXPOCOM hasta el 31 de julio de 2017 – junto con el formulario de inscripción EXPOCOM impreso firmado por docente responsable y autoridad de carrera.
- Envío **postal** de piezas montadas para EXPOCOM hasta el 25 de agosto – junto con el formulario de inscripción EXPOCOM impreso firmado por docente responsable y autoridad de carrera.

Datos postales para el envío

XII EXPOCOM – ENACOM 2017

Facultad de Ciencias de la Educación,

Alameda de la Federación 106,

C.P.: 3100 Paraná (Entre Ríos, Argentina)

Pautas para la presentación de resúmenes (Hasta el 25/06/2017):

Los resúmenes deberán respetar un máximo de 500 palabras. El texto deberá estar escrito en un archivo con extensión en Word u Open Office. La tipografía deberá ser de cuerpo 12, tipo de letra Times New Roman, con interlineado de 1,5. Debajo del mismo se deberán destacar tres palabras clave (key words) y el eje al que se presenta el trabajo.

Datos del autor: Nombre/s y Apellido, DNI, pertenencia institucional, eje temático al que se presenta y correo electrónico.

Los resúmenes deben enviarse vía correo electrónico a enacom2017@gmail.com, indicando en el asunto del mail y en el nombre al archivo adjunto -Res-Apellido y Nº de eje temático correspondiente-, del siguiente modo: ResAPELLIDO_Nº de eje.doc (Ejemplo ResALONSO_9.doc)

Pautas para la presentación de ponencias (Hasta el 31/07/2017):

Las mismas deberán redactarse en formato de hoja A4, con tipografía Times New Roman 12, interlineado 1,5. Tendrán una extensión mínima de 12 páginas y una máxima de 20 (bibliografía incluida).

Deberán estar encabezadas por el título del trabajo en Times New Roman 14, negrita.

Debajo del mismo deberá constar: Apellido y Nombre/s del o los autores, DNI, pertenencia institucional, eje temático al que se presenta y correo electrónico. Las notas deberán ir a pie de página y la bibliografía al final del trabajo.

El sistema de cita sugerido es el de la APA (American Psychological Association).

Las ponencias deben presentarse en archivo Word u Open Office, indicando en el **asunto del mail y en el nombre al archivo adjunto** -Pon-Apellido y N° de eje temático correspondiente, del siguiente modo: PonAPELLIDO_N° de eje.doc (Ejemplo: PonPEREZ_2.doc).

Una vez que haya sido informada la aceptación del resumen se comunicará la modalidad de envío de la ponencia.

Inscripción y aranceles

Los aranceles y formas de pago serán debidamente comunicados en la próxima circular del ENACOM 2017.

La inscripción de asistentes y expositores se realizará por formulario online que será habilitado próximamente y comunicado a través del sitio web del evento.

Las consultas generales sobre el evento y el envío de ponencias deben remitirse a: enacom2017@gmail.com

Las consultas específicas sobre EXPOCOM diríjelas a expocom2017parana@gmail.com

Formulario de inscripción on line EXPOCOM (disponible en www.fcedu.uner.edu.ar/enacom)

Concurso de tesis

La Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social (FADECCOS) convoca al III Premio Nacional de Tesis de Grado y Trabajos Finales en Comunicación. Podrán participar únicamente los egresados del 2016, de las facultades y escuelas de comunicación que formen parte de la Federación. Cada facultad tendrá derecho a presentar dos trabajos, uno en la categoría de investigación y otro en la categoría producción. Los mismos serán presentados oficialmente por las facultades afiliadas.

Requisitos [y ficha de inscripción](#): disponible en www.fcedu.uner.edu.ar/enacom

XII EXPOCOM

ExpoCom es el espacio para la muestra y socialización de producciones realizadas en el transcurso de 2016 en el ámbito de las cátedras pertenecientes a las carreras de comunicación adheridas a FADECCOS. Las categorías y modalidades están vinculadas a la comunicación gráfica, radiofónica, audiovisual, interactiva, publicitaria y corporativa.

Los trabajos que participarán serán exhibidos en el marco del XV ENACOM a realizarse los días 13, 14 y 15 de septiembre en la sede de la Facultad de Ciencias de la Educación de la UNER (Paraná, Entre Ríos). También se compartirán de manera digital para así tener una mayor visibilidad de las producciones de los estudiantes.

Los requisitos y modalidades previstas para la presentación de trabajos son similares a las ediciones anteriores. A fin de garantizar una amplia participación de las diferentes carreras se recibirá la postulación de hasta un trabajo por Facultad en cada modalidad. Por lo que en caso que se reciban más presentaciones, cada institución deberá administrar del modo de selección. Cabe destacar, que un Jurado ad-hoc integrado por docentes de varias universidades actuará como evaluador y tendrá en cuenta la creatividad, coherencia, cohesión, aspectos técnicos, recursos, etc. de los materiales presentados.

Reglamento XII EXPOCOM – disponible en sitio web www.fcedu.uner.edu.ar/enacom



Bases para la presentación de trabajos para la XII EXPOCOM

1) Podrán participar de la EXPOCOM los trabajos producidos en el contexto de una cátedra de alguna de las carreras afiliadas a FADECCOS (sin excepción) y que hayan sido elaborados en el ciclo lectivo 2016. No se aceptarán trabajos que formen parte de equipos constituidos de manera estable o publicaciones periódicas que cuenten con un desarrollo, infraestructura o nivel de organización que exceda al trabajo de cátedra. Cada Facultad podrá presentar un sólo trabajo por “modalidad”.

2) El proceso de evaluación será desarrollado por comisiones de jurados designadas ad-hoc de acuerdo con áreas de experticia. Cada comisión contará con un miembro veedor y coordinador en representación de la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social.

3) La inscripción de los trabajos se realiza completando el formulario de inscripción (on line) disponible en el sitio web de ENACOM 2017 - www.fc.edu.uner.edu.ar/enacom

4) La fecha de inscripción (mediante formulario on line) de los trabajos para todas las categorías y modalidades es hasta el 25 de junio de 2017.

5) Además de la inscripción por formulario on line, en el caso de las piezas gráficas y revistas, deben ser remitidas en versión digital al correo electrónico expocom2017parana@gmail.com especificando en el Asunto: XII EXPOCOM – categoría y modalidad, ejemplo: XIIEXPOCOM_comunicaciongrafica_revistaimpresa

6) Además de la inscripción por formulario on line, las piezas audiovisuales y radiofónicas deben remitirse en soporte físico DVD o CD por correo postal a la siguiente dirección:

XII EXPOCOM – ENACOM 2017, Facultad de Ciencias de la Educación UNER
Alameda de la Federación 106
CP 3100 Paraná (Entre Ríos, Argentina).

Deberán obligatoriamente (sin excepción) incluir en el envío postal el formulario de inscripción impreso con las firmas del docente tutor o responsable de cátedra y de la autoridad de carrera.

7) La fecha tope para el envío de las producciones en versión digital y envío postal de las piezas que no requieren montaje es el 31 de julio de 2017. Se toma como fecha válida la de imposición en el correo. No se aceptarán trabajos fuera de las fechas consignadas en el presente reglamento. En el envío postal debe incluirse a su vez el formulario de inscripción impreso firmado por el docente tutor o responsable de cátedra y por la autoridad de la carrera.

8) Además, las piezas correspondientes a las categorías y modalidades que requieran montaje físico para la muestra (es decir, que necesiten algún soporte que exceda a la versión digital, los cuales están debidamente estipulados) deberán enviarse preparados para la exposición vía correo postal, de acuerdo con los requerimientos incluidos en este reglamento.

9) La fecha tope de envío de los trabajos montados es el 25 de agosto de 2017. Los mismos deberán remitirse bajo el nombre XII EXPOCOM – ENACOM 2017 a la Facultad de Ciencias de la Educación UNER, Alameda de la Federación 106, C.P.: 3100 Paraná (Entre Ríos, Argentina).

10) El seguimiento de los envíos es responsabilidad de cada carrera o participante. La organización no se responsabiliza por demoras, roturas o pérdidas que sean producidas por empresas de correo u otros intermediarios ajenos a EXPOCOM.

11) Los trabajos que no lleguen en tiempo y forma, o aquellos que no cumplan con las pautas formales de presentación no serán evaluados ni exhibidos.

Fechas importantes EXPOCOM

PASO 1:

- Completar el formulario de inscripción on line disponible en www.fcedu.uner.edu.ar/enacom – inscripción hasta el 25 de junio de 2017

PASO 2:

- Para el caso de piezas gráficas y revistas:
 - a) envío DIGITAL de trabajos al correo electrónico expocom2017parana@gmail.com - hasta el 31 de julio de 2017.
 - b) envío físico -POSTAL- del material impreso de acuerdo a especificaciones particulares dadas en el presente reglamento para cada modalidad - hasta el 31 de julio de 2017.
 - c) envío POSTAL del formulario de inscripción impreso firmado por el docente tutor o responsable de cátedra y por la autoridad de la carrera - hasta el 31 de julio de 2017.
- Para el caso de piezas audiovisuales y radiofónicas:
 - a) envío físico -POSTAL- de trabajos en soporte DVD o CD - hasta el 31 de julio de 2017.
 - b) envío POSTAL del formulario de inscripción impreso firmado por el docente responsable y la autoridad de carrera - hasta el 31 de julio de 2017.
- Para el caso de las piezas montadas, de acuerdo a especificaciones particulares dadas en el presente reglamento para cada modalidad:
 - a) envío físico -POSTAL- hasta el 25 de agosto de 2017
 - b) envío de formulario de inscripción impreso firmado por el docente responsable y la autoridad de carrera - hasta el 25 de agosto de 2017

Datos postales para el envío:

XII EXPOCOM – ENACOM 2017 Facultad de Ciencias de la Educación, Alameda de la Federación 106, C.P.: 3100 Paraná (Entre Ríos, Argentina)

Pautas de presentación XII EXPOCOM

- Las piezas gráficas¹ deberán ser enviadas en formato PDF y JPEG (hasta el 31/07/2017) al correo electrónico expocom2017parana@gmail.com y luego remitirse montadas sobre cartón blanco, en un solo plano, sin volúmenes ni cortaduras (Hasta el 25/08/2017).
- Las revistas deberán ser enviadas en formato PDF y JPEG (hasta el 31/07/2017) al correo electrónico expocom2017parana@gmail.com y remitirse en versión física sin montar (en formato de revista para ser colgada en la muestra, hasta el 31/07/2017)
- Las piezas audiovisuales deberán ser enviadas en formato MP4 / Windows Media Video / Quick time, o compatible en versión física CD o DVD (hasta el 31/07/2017).
- Las piezas radiofónicas deberán ser enviadas en formato MP3 en versión física CD o DVD (hasta el 31/07/2017).
- Cada trabajo presentado deberá llevar un rótulo (en el frente de cada CD / DVD, en el frente del cartón montado o la primera página de las revistas) indicando los siguientes datos:
 - Categoría:
 - Modalidad:
 - Título del trabajo:
 - Apellido y Nombre del/los autor/es (alumnos):
 - Universidad de pertenencia:
 - Carrera y asignatura:
 - Docente tutor o responsable:
 - Año de realización:

Además, se recuerda que todos los trabajos presentados a EXPOCOM deben estar avalados por el docente o tutor responsable de la cátedra y la autoridad de carrera, para lo cual se requiere envío de formulario de inscripción impreso firmado, con los avales correspondientes. Los trabajos que no especifiquen ni respondan a los aspectos solicitados NO serán evaluados.

¹ Son todas aquellas, independientemente de la categoría, cuya modalidad requiera la presentación montada para la muestra.

Categorías y modalidades de participación XII EXPOCOM

1. CATEGORÍA: COMUNICACIÓN GRÁFICA

MODALIDADES

1.1. Periódico impreso: Es una publicación pensada para salir diariamente que contiene información periodística que se agrupa en secciones y aborda diferentes temáticas. (Impreso y montado sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas, y en formato digital, PDF y JPEG).

1.2. Revista impresa: Publicación periódica semanal, quincenal o mensual que incluye información de diferentes temáticas o está especialmente orientada a un tema y target. (impresa, según las especificaciones ya indicadas, y en formato digital, PDF y JPEG).

1.3. Suplemento de periódico impreso: Publicación de aparición regular en el marco de un periódico que refiere a temáticas específicas. (Impreso y montado sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas, y en formato digital, PDF y JPEG).

1.4. Nota de investigación gráfica: Se entiende como tal a una investigación en profundidad con varias fuentes sobre un tema de interés periodístico (hasta 6 páginas, impresas en A4 y montadas sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas, y en formato digital, PDF y JPEG).

1.5. Entrevista periodística: Se entiende como la versión periodística de una conversación entre un entrevistado y un entrevistador, sobre un tema de interés público (hasta 3 páginas, impresas en A4 y montadas sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas, y en formato digital, PDF y JPEG).

1.6. Crónica periodística: Narración interpretativa y valorativa de hechos noticiosos actuales o actualizados, donde se narra algo al mismo tiempo que se juzga lo narrado. (Hasta 6 páginas, impresas en A4 y montadas sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas, y en formato digital, PDF y JPEG).

1.7. Fanzine: Se entiende como tal a una publicación temática que se plantea como estrategia y alternativa para interactuar en espacios públicos a través de formatos, materiales y técnicas de reproducción simples y económicas tratando de abordar una realidad compleja. Es un canal de expresión independiente que se ofrece como alternativa de los grandes medios de comunicación. (Hasta 24 páginas,

tamaño A4 y montadas sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas, y en formato digital, PDF y JPEG).

1.8. Gacetilla: Escrito breve que reúne la información fundamental sobre un tema determinado. (Una página, impresa en A4 y montada sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas, y en formato digital, PDF y JPEG).

1.9. Ensayo: Entendido como un ensayo o argumentación periodística (hasta 5 páginas, impresas en A4 y montadas sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas, y en formato digital, PDF y JPEG).

1.10. Fotografía Periodística: Se trata de una fotografía de actualidad periodística destinada a ser utilizada en medios gráficos impresos y/o virtuales. Puede ser en los siguientes Subgéneros: Foto Noticia (1 foto), Foto Reportaje – Entrevista (tres fotos) y Foto Crónica (tres fotos). (Foto montada en cartón 10 x 13 o 15 x 20 cm., según las especificaciones ya indicadas, y archivo digital en formato JPEG).

1.11. Fotografía Documental: Fotografía como Documento Social (1 foto), es aquella que tiene una intencionalidad de constatación, denuncia, compromiso ideológico; vinculados a una realidad inmediata, sobre hechos reales, personajes reales y/o circunstancias reales. (Foto montada en cartón 10 x 13 o 15 x 20 cm., según las especificaciones ya indicadas, y archivo digital en formato JPEG).

2. CATEGORÍA: COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

MODALIDADES

2.1. Campaña publicitaria gráfica: de entre tres y cinco piezas (Impresa en A4 o A3 y montada sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas, y archivo digital en formato JPEG). Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

2.2. Campaña publicitaria radiofónica: Mínimo 3 piezas. (Presentación en formato digital y en soporte DVD o CD. Archivos en formato mp3).

2.3. Pieza publicitaria radiofónica: Duración máxima sugerida: 1 minuto. (Presentación en formato digital y en soporte DVD o CD. Archivos en formato mp3).

2.4. Cartel / afiche: de promoción de eventos o actividades (Impreso en A3, montado sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas, y archivo digital en formato JPEG). Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

2.5. Vía pública / outdoor: (Impreso en A3, y montado sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas, y archivo digital en formato JPEG). Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

2.6. Folleto: entre dos y cuatro carillas (Impreso en A4 y montado sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas, y archivo digital en formato JPEG). Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

2.7. Fotografía Publicitaria: (Arte Aplicado): Se trata de una fotografía que formaría parte de un aviso Publicitario en medios gráficos impresos y/o digital. En los siguientes Subgéneros: Foto Publicitaria Comercial, se entiende como tal a una imagen que conducirá al receptor al acto de comprar (1 foto) y/o Foto Publicitaria de Persuasión o cambio de conducta (no comercial), se entiende como tal a una imagen que intenta persuadir al receptor a un cambio de conducta. (Foto montada en cartón 10 x 13 o 15 x 20 cm., según las especificaciones ya indicadas, y archivo digital en formato JPEG).

2.8. Jingle: Se trata de una composición musical publicitaria que promueve la recordación de marca, producto o servicio (Duración máxima sugerida: 30 segundos. Presentación en formato digital y en soporte DVD o CD. Archivos en formato mp3).

2.9. Spot publicitario audiovisual: Es la pieza que publicita un producto o servicio de índole comercial o como bien y/ o servicio público destacando sus cualidades con fines específicos, por ejemplo, campaña publicitaria, campaña de bien público, campaña de propaganda política. (Duración máxima sugerida: 45 segundos. Presentación en formato digital y en soporte CD/DVD, grabados en MP4 / Windows Media Video / Quick time de alta calidad).

2.10. Campaña publicitaria para televisión: Serie de varios spots publicitarios que forman parte de una misma campaña (Hasta 5 piezas. Presentación en formato digital y en soporte CD/DVD, grabados en MP4/ Windows Media Video/ Quick time de alta calidad).

3. CATEGORÍA: COMUNICACIÓN CORPORATIVA

MODALIDADES

3.1. Desarrollo de identidad corporativa: Máximo tres láminas, impreso y montado sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas, y archivo digital en formato JPEG. Debe adjuntarse una presentación de un de máximo una carilla.

3.2. Boletín o *newsletter*: Impreso en A4 y montado sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas, y archivo digital en formato JPEG. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

3.3. Logo: Impreso y montado sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas, y en formato JPEG. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

3.4. *Packaging*: Impreso en A4 y montado sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas, y en formato JPEG. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

3.5. Audiovisual institucional: Se trata de un informe centrado en la actuación, conformación o áreas de desarrollo de un organismo o institución con el objetivo de desarrollar la imagen institucional, organizacional o corporativa. En ese sentido, no podrá incluir contenidos de tipo publicitario ni de propaganda para diferenciarse de la categoría anterior. (Duración máxima sugerida: 30 minutos. Presentación en formato digital y en soporte CD/DVD, grabados en MP4 / Windows Media Video/ Quick time de alta calidad).

3.6. Estrategia de comunicación organizacional: Soporte monográfico descriptivo, de no más de 2 páginas, montadas en cartón según las especificaciones ya indicadas, y archivo digital en formato JPEG, PNG o PDF.

3.7. Proyecto de asesoría en comunicación: Soporte monográfico descriptivo, de no más de 2 páginas, montadas en cartón según las especificaciones ya indicadas, y archivo digital en formato JPEG, PNG o PDF.

3.8. Estrategias de comunicación Institucional: Soporte monográfico descriptivo, de no más de 2 páginas, montadas en cartón según las especificaciones ya indicadas, y archivo digital en formato JPEG, PNG o PDF.

4. CATEGORÍA: COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA

MODALIDADES

4.1. Entrevista radiofónica: Conversación entre periodista y una o un conjunto de personas con la finalidad de abordar un tema determinado. (Duración máxima sugerida: 10 minutos. Presentación en formato digital y en soporte DVD o CD. Archivos en formato mp3).

4.2. Informativo radial: Resumen de noticias (Duración máxima sugerida: 3 minutos. Presentación en formato digital y en soporte DVD o CD. Archivos en formato mp3).

4.3. Programa musical: (Duración máxima sugerida: 30 minutos. Presentación en formato digital y en soporte DVD o CD. Archivos en formato mp3).

4.4. Magazine: Programa generalista que aborda diferentes temáticas (Duración máxima sugerida: 30 minutos. Presentación en formato digital y en soporte DVD o CD. Archivos en formato mp3).

4.5. Radioteatro: Obra dramática adaptada al formato radiofónico (Duración máxima sugerida: 30 minutos. Presentación en formato digital y en soporte DVD o CD. Archivos en formato mp3).

4.6. Programa infantil: Audición con contenidos orientados a un público infantil (Duración máxima sugerida: 20 minutos. Presentación en formato digital y en soporte DVD o CD. Archivos en formato mp3).

4-7. Programa cultural: Audición con contenidos que aborden problemáticas o un tema cultural como eje orientador de la emisión (Duración máxima sugerida: 30 minutos. Presentación en formato digital y en soporte DVD o CD. Archivos en formato mp3).

4.8. Programa de interés o bien público: Audición que aborde problemática de interés público o social. (Duración máxima sugerida: 30 minutos. Presentación en formato digital y en soporte DVD o CD. Archivos en formato mp3).

4.9. Documental radiofónico: Audición radiofónica que se funda en fuentes documentales y que se propone un conocimiento profundo y contextualizado sobre una temática o problema particular. (Duración máxima sugerida: 30 minutos. Presentación en formato digital y en soporte DVD o CD. Archivos en formato mp3).

4.10. Producción radiofónica educativa: mensajes radiofónicos producidos en el marco de una propuesta de formación, capacitación o educación, cuya finalidad es aportar a la alfabetización, difusión

de conocimientos específicos, concientización, reflexión y transformación de condiciones de vida en cierto medio económico, social y cultural. (Duración máxima sugerida: 20 minutos en total. Presentación en formato digital y en soporte DVD o CD. Archivos en formato mp3).

5. CATEGORÍA: COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

MODALIDADES

5.1. Documental: Se trata de una narración que deberá considerar las bases de la realización documental concebida como un modo discursivo que tiene un referente, situación o contexto real, no ficcional. Deberá estar basado en una investigación periodística o académica previa que haya dado lugar a su guion y a la posterior organización del relato. (Duración máxima sugerida: 30 minutos. Presentación en formato digital y en soporte CD/DVD, grabados en MP4 / Windows Media Video/ Quick time de alta calidad).

5.2. Audiovisual de ficción: Se trata de una narración guionada basada en un argumento ficcional, sin base en hechos o situaciones previas acaecidas. Deberá tener una estructura de relato. (Duración máxima sugerida: 30 minutos. Presentación en formato digital y en soporte CD/DVD, grabados en MP4 / Windows Media Video/ Quick time de alta calidad).

5.3. Video experimental: Se trata de un mensaje que aplica técnicas audiovisuales con estrategias no convencionales; carece de estructura narrativa. (Duración máxima sugerida: 15 minutos. Presentación en formato digital y en soporte CD/DVD, grabados en MP4 / Windows Media Video/ Quick time de alta calidad).

5.4. Noticia periodística: Es la información breve sobre un acontecimiento de actualidad periodística, en formato audiovisual (Duración máxima sugerida: 2 minutos. Presentación en formato digital y en soporte CD/DVD, grabados en MP4 / Windows Media Video/ Quick time de alta calidad).

5.5. Entrevista periodística: Es la versión audiovisual sobre la conversación de un entrevistado y un entrevistador sobre un tema de actualidad periodística (Duración máxima sugerida: 15 minutos. Presentación en formato digital y en soporte CD/DVD, grabados en MP4 / Windows Media Video/ Quick time de alta calidad).

5.6. Informe periodístico: Refiere a la información más extensa que la noticia, que brinda datos, testimonios, antecedentes, etc. sobre un acontecimiento de actualidad periodística. (Duración máxima sugerida: 4 minutos. Presentación en formato digital y en soporte CD/DVD, grabados en MP4 / Windows Media Video/ Quick time de alta calidad).

5.7. Nota de investigación periodística: Se entiende como tal a una investigación en profundidad con varias fuentes sobre un tema de interés periodístico (Duración máxima sugerida: 15 minutos. Presentación en formato digital y en soporte CD/DVD, grabados en MP4 / Windows Media Video/ Quick time de alta calidad).

5.8. Programa periodístico de panel: Programa con varios invitados que brindan información y opinión sobre un tema determinado de interés público; puede ser en formato de mesa redonda, debate, etc. (Duración máxima sugerida: 30 minutos. Presentación en formato digital y en soporte CD/DVD, grabados en MP4 / Windows Media Video/ Quick time de alta calidad).

5.9. Noticiero: Programa que brinda la síntesis de la información de los acontecimientos más sobresalientes del día, transmitida por televisión, a través de distintas noticias, informes, etc. (Duración máxima sugerida: 30 minutos. Presentación en formato digital y en soporte CD/DVD, grabados en MP4 / Windows Media Video/ Quick time de alta calidad).

5.10. Magazine: Programa televisivo que combina noticias, entrevistas, informes, notas de investigación y/o debates, que abordan uno o varios temas informativos desde una perspectiva analítica. (Duración máxima sugerida: 30 minutos. Presentación en formato digital y en soporte CD/DVD, grabados en MP4 / Windows Media Video/ Quick time alta calidad).

5.11. Producción audiovisual educativa: contenidos audiovisuales producidos en el marco de una propuesta de formación, capacitación o educación, cuya finalidad es aportar a la alfabetización, difusión de conocimientos específicos, concientización, reflexión y transformación de condiciones de vida en cierto medio económico, social y cultural. (Duración total máxima sugerida: 30 minutos. Presentación en formato digital y en soporte CD/DVD, grabados en MP4 / Windows Media Video/ Quick time alta calidad).

6. CATEGORÍA: COMUNICACIÓN INTERACTIVA

MODALIDADES

6.1. Sitio web periodístico: Es un conjunto de páginas web linkeadas entre sí, con contenido periodístico, articuladas a partir de una página de inicio o index que es la primera información a la que acceden los usuarios. En el mismo se utilizan recursos y se prevén instancias de participación e interacción (Presentación online en CD o DVD e impresión de capturas de pantalla para exhibir impresas y montadas sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas).

6.2. Sitio web institucional: Es un conjunto de páginas web linkeadas entre sí, con información institucional, articuladas a partir de una página de inicio o index que es la primera información a la que acceden los usuarios. En el mismo se utilizan recursos y se prevén instancias de participación e interacción. (Presentación online en CD o DVD e impresión de capturas de pantalla para exhibir impresas y montadas sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas) contenidos para una organización.

6.3. Sitio web corporativo: Es un conjunto de páginas web linkeadas entre sí, con información corporativa, articuladas a partir de una página de inicio o index que es la primera información a la que acceden los usuarios. En el mismo se utilizan recursos y se prevén instancias de participación e interacción. (Presentación online en CD o DVD e impresión de capturas de pantalla para exhibir impresas y montadas sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas) contenidos para una organización.

6.4. Sitio web de bien público o social: Es un conjunto de páginas web linkeadas entre sí, con información de bien público, articuladas a partir de una página de inicio o index que es la primera información a la que acceden los usuarios. En el mismo se utilizan recursos y se prevén instancias de participación e interacción. (Presentación online en CD o DVD e impresión de capturas de pantalla para exhibir impresas y montadas sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas). contenidos para una organización.

6.5. Blog periodístico: Es una publicación online con contenidos periodísticos en la cual los contenidos están organizados en forma cronológica, desde el más reciente al más antiguo. (Presentación online en CD o DVD e impresión de capturas de pantalla para exhibir impresas y montadas sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas).

6.6. Blog institucional: Es una publicación online con contenidos institucionales en la cual éstos están organizados en forma cronológica, desde el más reciente al más antiguo. (Presentación online en CD o

DVD e impresión de capturas de pantalla para exhibir impresas y montadas sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas).

6.7. Blog corporativo: Es una publicación online con contenidos corporativos en la cual éstos están organizados en forma cronológica, desde el más reciente al más antiguo. (Presentación online en CD o DVD e impresión de capturas de pantalla para exhibir impresas y montadas sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas).

6.8. Producciones periodísticas para la web: Son trabajos unitarios sobre una temática específica. Puede incluir reportaje, investigación periodística, entrevista o cobertura de algún hecho de actualidad, realizados para la Web. (Presentación online en CD o DVD e impresión de capturas de pantalla para exhibir impresas y montadas sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas).

6.9. Producción web de comunicación institucional: trabajo unitario multimedial para la Web sobre una institución sin fines de lucro. (Presentación online en CD o DVD e impresión de capturas de pantalla para exhibir impresas y montadas sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas).

6.10. Producción web publicitaria o corporativa: trabajo multimedial para la Web sobre una empresa, marca o micro emprendimiento. (Presentación online en CD o DVD e impresión de capturas de pantalla para exhibir impresas y montadas sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas).

6.11. Producción web de comunicación de bien público: trabajo multimedial para la Web sobre temáticas o políticas de bien público. (Presentación online en CD o DVD e impresión de capturas de pantalla para exhibir impresas y montadas sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas).

6.12. Red social periodística: página en Facebook y/o perfil en Twitter y/u otra red social con fines periodísticos. (Presentación online en CD o DVD e impresión de capturas de pantalla para exhibir impresas y montadas sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas).

6.13. Red Social institucional: página en Facebook y/o perfil en Twitter y/u otra red social para la comunicación de una institución sin fines de lucro. (Presentación online en CD o DVD e impresión de capturas de pantalla para exhibir impresas y montadas sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas).

6.14. Red social publicitaria o corporativa: página en Facebook y/o perfil en Twitter y/u otra red social para la comunicación de una empresa o micro emprendimiento. (Presentación online en CD o DVD

e impresión de capturas de pantalla para exhibir impresas y montadas sobre cartón, según las especificaciones ya indicadas).

6.15. Comunicación transmedia: contempla el desarrollo de estrategias de comunicación transmedia asociadas la actividad pública o privada. (Presentación online en CD o DVD)

6.16. Producción web educativa: sitio web, blog o propuesta que incluye redes sociales cuya producción se inserta en el marco de una propuesta de formación, capacitación o educación. Refiere particularmente a un trabajo de diseño y elaboración de contenidos especialmente pensados con intencionalidad educativa para ser puestos a disposición de cierto destinatario específico previamente definido. (Presentación online en CD o DVD)



FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN DE TRABAJOS – XII EXPOCOM

*Se envía por correo postal firmado por el docente responsable
de cátedra y autoridad de carrera*

Categoría:.....

Modalidad:.....

Título del trabajo:.....

Apellido y Nombre del/los autor/es (alumnos):.....

.....
.....

E-mail:.....

Teléfono de contacto:.....

Universidad de pertenencia:.....

Provincia / Ciudad:.....

Carrera y asignatura:.....

Año de realización:.....

Breve descripción del trabajo (hasta 4 líneas):.....

.....
.....
.....

Docente tutor o responsable:.....

Autoridad de la carrera:

Firma docente tutor
o responsable

Firma autoridad de
la carrera