



DECRETO U. DE C. N° 2010 004

VISTO:

Lo acordado por el Consejo Académico en sesión de 07 de enero de 2010, en orden a aprobar la Creación del Programa de Magíster en Gestión de la Comunicación con menciones en Proyectos de Ciencia, Cultura o Sociedad, adscrita a la Facultad de Ciencias Sociales; que consta de los antecedentes adjuntos; lo dispuesto en el Decreto U. de C. N° 2006 - 080 de 09 de mayo de 2006, y en los Estatutos vigentes de la Corporación.

DECRETO:

Apruébase la Creación del Programa de Magíster en Gestión de la Comunicación con menciones en Proyectos de Ciencia, Cultura o Sociedad, que consta de los antecedentes adjuntos, y que se rubricará conforme por el Secretario General en cada una de sus hojas y se archivará en la Facultad de Ciencias Sociales, en la Dirección de Postgrado y en la Oficina de Títulos y Grados.

Transcribese a los Vicerrectores; al Decano de la Facultad de Ciencias Sociales; a la Directora de Postgrado; al Director de Estudios Estratégicos; al Contralor; a la Abogada Jefe del Servicio Jurídico; a la Oficina de Títulos y Grados, de Partes y Archivo. Regístrese y Archívese en Secretaría General.

Concepción, enero 7 de 2010.


SERGIO LAVANCHY MERINO
RECTOR

Decretado por don SERGIO LAVANCHY MERINO, Rector de la UNIVERSIDAD DE CONCEPCION.


RODOLFO WALTER DIAZ
SECRETARIO GENERAL



CONCEPCION, 4 de enero de 2010

Señor
Rodolfo Walter D.,
Secretario General
Presente.

Ref.: Cambio nombre “Magíster en Gestión de la Comunicación ...”

De mi consideración:

De acuerdo a lo solicitado, adjunto 4 ejemplares del Perfil Económico practicado al Programa de Magíster de la Comunicación ... (*versión corregida*) , cuyo nombre fuera modificado en el Consejo Académico del 7 de enero en curso.

Atentamente,

Alberto Larrain Prat
VICERRECTOR

ASUNTOS ECONOMICOS Y ADMINISTRATIVOS



PERFIL ECONOMICO

**PROGRAMA : MAGISTER EN GESTION DE LA COMUNICACIÓN CON MENCIONES
EN: PROYECTO DE CIENCIA, CULTURA O SOCIEDAD.
Facultad de Ciencias Sociales**

1.- **DEPENDENCIA.** El programa depende del Departamento de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales.

2.- **ALUMNOS.** Se formula con una matrícula de 20 alumnos, es decir, al 80% del cupo máximo establecido por la unidad proponente. La deserción considera una tasa del 10%.

3.- **VALOR DEL PROGRAMA.** El arancel anual alcanza a \$ 2.400.000

4.- **RECURSOS HUMANOS.**

4.1 **Académicos.** Para el desarrollo del programa se contempla una dotación de dieciséis docentes para una oferta de 13 asignaturas y un total de 522 horas de docencia, a desarrollarse en cuatro semestres académicos.

4.2 **No Académicos.** Se requiere apoyo de una secretaria y un auxiliar, con incentivo por carga adicional.

5.- **FLUJOS DE INGRESOS-GASTOS.**

Conforme a la capacidad de matrícula inicial estimada y en las condiciones formuladas el programa presenta un excedente que alcanza a MII\$ 13,3.-, equivalente a un 15% de los ingresos proyectados.

Los ingresos alcanzan a MII\$ 89,4.-, descontada una morosidad del orden de MII\$ 9,60

El volumen de gastos suman un total de MII\$ 76,0.-, incluida la contribución 10% a fondos generales y una provisión de imprevistos de un 5% sobre los gastos operacionales. Los gastos de carácter fijo representan el 83% del total. Contempla aplicaciones en inversiones menores por MII\$5,0

Observación: la asignación de Director del programa contempla un monto de \$200.000/mes, cifra que deberá ser corregida y establecerse en \$118.035, generando, en consecuencia, una baja en los gastos proyectados de MII\$1,97.-

6.- **SENSIBILIZACION.** El nivel de equilibrio exige una matrícula mínima de 17 alumnos, es decir, al 85% de la capacidad esperada.

7.- **INDICADORES DE REFERENCIA.**

Matrícula inicial estimada	20alumnos
Matrícula estimada / cupo máximo programa	80%
Deserción estimada	10%
Arancel Programa (anual)	\$2.400.000
Gto Remuneraciones / Total Gastos	46%
Ingreso Total / Gasto Total	1,2
Nivel de Equilibrio del programa	Matrícula =17alumnos
Excedente formulado según matrícula proyectada	MIIS 10
Excedente con matrícula máxima (25 alumnos)	MIIS 32



8.- CONCLUSION.

Si bien se presenta un programa excedentario, no se citan antecedentes de demanda que fundamenten la meta de matrícula postulada (20), expectativa que pareciera un poco alta.

De todas formas, la sustentabilidad de la propuesta se condiciona a una matrícula no inferior a 17 alumnos .

.....



PERFIL ECONOMICO

**PROGRAMA : MAGISTER EN GESTION DE LA COMUNICACIÓN CON MENCIONES
EN: PROYECTO DE CIENCIA, CULTURA O SOCIEDAD.
Facultad de Ciencias Sociales**

1.- DEPENDENCIA. El programa depende del Departamento de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales.

2.- ALUMNOS. Se formula con una matrícula de 20 alumnos, es decir, al 80% del cupo máximo establecido por la unidad proponente. La deserción considera una tasa del 10%.

3.- VALOR DEL PROGRAMA. El arancel anual alcanza a \$ 2.400.000

4.- RECURSOS HUMANOS.

4.1 Académicos. Para el desarrollo del programa se contempla una dotación de dieciseis docentes para una oferta de 13 asignaturas y un total de 522 horas de docencia, a desarrollarse en cuatro semestres académicos.

4.2 No Académicos. Se requiere apoyo de una secretaria y un auxiliar, con incentivo por carga adicional.

5.- FLUJOS DE INGRESOS-GASTOS.

Conforme a la capacidad de matrícula inicial estimada y en las condiciones formuladas el programa presenta un excedente que alcanza a MII\$ 13,3.-, equivalente a un 15% de los ingresos proyectados.

Los ingresos alcanzan a MII\$ 89,4.-, descontada una morosidad del orden de MII\$ 9,60

El volumen de gastos suman un total de MII\$ 76,0.-, incluida la contribución 10% a fondos generales y una provisión de imprevistos de un 5% sobre los gastos operacionales. Los gastos de carácter fijo representan el 83% del total. Contempla aplicaciones en inversiones menores por MII\$5,0

Observación: la asignación de Director del programa contempla un monto de \$200.000/mes, cifra que deberá ser corregida y establecerse en \$118.035, generando, en consecuencia, una baja en los gastos proyectados de MII\$1,97.-

6.- SENSIBILIZACION. El nivel de equilibrio exige una matrícula mínima de 17 alumnos, es decir, al 85% de la capacidad esperada.

7.- INDICADORES DE REFERENCIA.

Matrícula inicial estimada	20alumnos
Matrícula estimada / cupo máximo programa	80%
Deserción estimada	10%
Arancel Programa (anual)	\$2.400.000
Gto Remuneraciones / Total Gastos	46%
Ingreso Total / Gasto Total	1,2
Nivel de Equilibrio del programa	Matrícula =17alumnos
Excedente formulado según matrícula proyectada	MIIS\$ 10
Excedente con matrícula máxima (25 alumnos)	MIIS\$ 32



8.- CONCLUSION.

Si bien se presenta un programa excedentario, no se citan antecedentes de demanda que fundamenten la meta de matrícula postulada (20), expectativa que pareciera un poco alta.

De todas formas, la sustentabilidad de la propuesta se condiciona a una matrícula no inferior a 17 alumnos .



PERFIL ECONOMICO

**PROGRAMA : MAGISTER EN GESTION DE LA COMUNICACIÓN CON MENCIONES
EN: PROYECTO DE CIENCIA, CULTURA O SOCIEDAD.
Facultad de Ciencias Sociales**

1.- **DEPENDENCIA.** El programa depende del Departamento de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales.

2.- **ALUMNOS.** Se formula con una matrícula de 20 alumnos, es decir, al 80% del cupo máximo establecido por la unidad proponente. La deserción considera una tasa del 10%.

3.- **VALOR DEL PROGRAMA .** El arancel anual alcanza a \$ 2.400.000

4.- **RECURSOS HUMANOS.**

4.1 **Académicos** . Para el desarrollo del programa se contempla una dotación de dieciseis docentes para una oferta de 13 asignaturas y un total de 522 horas de docencia, a desarrollarse en cuatro semestres académicos.

4.2 **No Académicos.** Se requiere apoyo de una secretaria y un auxiliar, con incentivo por carga adicional.

5.- **FLUJOS DE INGRESOS-GASTOS .**

Conforme a la capacidad de matrícula inicial estimada y en las condiciones formuladas el programa presenta un excedente que alcanza a MII\$ 13,3.-, equivalente a un 15% de los ingresos proyectados.

Los ingresos alcanzan a MII\$ 89,4.-, descontada una morosidad del orden de MII\$ 9,60

El volumen de gastos suman un total de MII\$ 76,0.-, incluida la contribución 10% a fondos generales y una provisión de imprevistos de un 5% sobre los gastos operacionales. Los gastos de carácter fijo representan el 83% del total. Contempla aplicaciones en inversiones menores por MII\$5,0

Observación: la asignación de Director del programa contempla un monto de \$200.000/mes , cifra que deberá ser corregida y establecerse en \$118.035, generando ,en consecuencia, una baja en los gastos proyectados de MII\$1,97.-

6.- **SENSIBILIZACION.** El nivel de equilibrio exige una matrícula mínima de 17 alumnos, es decir, al 85% de la capacidad esperada.

7.- **INDICADORES DE REFERENCIA.**

Matrícula inicial estimada	20alumnos
Matricula estimada / cupo máximo programa	80%
Deserción estimada	10%
Arancel Programa (anual)	\$2.400.000
Gto Remuneraciones / Total Gastos	46%
Ingreso Total / Gasto Total	1,2
Nivel de Equilibrio del programa	Matricula =17alumnos
Excedente formulado según matrícula proyectada	MIIS 10
Excedente con matrícula máxima (25 alumnos)	MIIS 32



8.- CONCLUSION.

Si bien se presenta un programa excedentario, no se citan antecedentes de demanda que fundamenten la meta de matrícula postulada (20), expectativa que pareciera un poco alta.

De todas formas, la sustentabilidad de la propuesta se condiciona a una matrícula no inferior a 17 alumnos .

.....



PERFIL ECONOMICO

**PROGRAMA : MAGISTER EN GESTION DE LA COMUNICACIÓN CON MENCIONES
EN: PROYECTO DE CIENCIA, CULTURA O SOCIEDAD.
Facultad de Ciencias Sociales**

1.- DEPENDENCIA. El programa depende del Departamento de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales.

2.- ALUMNOS. Se formula con una matrícula de 20 alumnos, es decir, al 80% del cupo máximo establecido por la unidad proponente. La deserción considera una tasa del 10%.

3.- VALOR DEL PROGRAMA. El arancel anual alcanza a \$ 2.400.000

4.- RECURSOS HUMANOS.

4.1 Académicos. Para el desarrollo del programa se contempla una dotación de dieciséis docentes para una oferta de 13 asignaturas y un total de 522 horas de docencia, a desarrollarse en cuatro semestres académicos.

4.2 No Académicos. Se requiere apoyo de una secretaria y un auxiliar, con incentivo por carga adicional.

5.- FLUJOS DE INGRESOS-GASTOS .

Conforme a la capacidad de matrícula inicial estimada y en las condiciones formuladas el programa presenta un excedente que alcanza a MII\$ 13,3.-, equivalente a un 15% de los ingresos proyectados.

Los ingresos alcanzan a MII\$ 89,4-, descontada una morosidad del orden de MII\$ 9,60

El volumen de gastos suman un total de MII\$ 76,0-, incluida la contribución 10% a fondos generales y una provisión de imprevistos de un 5% sobre los gastos operacionales. Los gastos de carácter fijo representan el 83% del total. Contempla aplicaciones en inversiones menores por MII\$5,0

Observación: la asignación de Director del programa contempla un monto de \$200.000/mes, cifra que deberá ser corregida y establecerse en \$118.035, generando, en consecuencia, una baja en los gastos proyectados de MII\$1,97.-

6.- SENSIBILIZACION. El nivel de equilibrio exige una matrícula mínima de 17 alumnos, es decir, al 85% de la capacidad esperada.

7.- INDICADORES DE REFERENCIA.

Matrícula inicial estimada	20alumnos
Matrícula estimada / cupo máximo programa	80%
Deserción estimada	10%
Arancel Programa (anual)	\$2.400.000
Gto Remuneraciones / Total Gastos	46%
Ingreso Total / Gasto Total	1,2
Nivel de Equilibrio del programa	Matricula =17alumnos
Excedente formulado según matrícula proyectada	MIIS 10
Excedente con matrícula máxima (25 alumnos)	MIIS 32



8.- CONCLUSION.

Si bien se presenta un programa excedentario, no se citan antecedentes de demanda que fundamenten la meta de matrícula postulada (20), expectativa que pareciera un poco alta.

De todas formas, la sustentabilidad de la propuesta se condiciona a una matrícula no inferior a 17 alumnos .

.....



UNIVERSIDAD DE CONCEPCION
Secretaría General

Concepción, enero 07 de 2010.

ORD. S/G N° 022/2010.

Señora
Ximena García C.
Directora de Posgrado
Presente

De mi consideración,

Sírvase encontrar adjunto, ejemplar de "Creación del Programa de Magíster Gestión de la Comunicación menciones en proyectos de ciencia, cultura o sociedad" que se aprobara en Consejo Académico N° 01 del 07.01.2010. Lo anterior, a fin que nos haga llegar los textos definitivos con su respectivo visto bueno y en ejemplares suficientes para su decretación.

Sin otro particular, saluda atentamente a usted,


RODOLFO WALTER DIAZ
SECRETARIO GENERAL


RWD/mgp

c.c.: -Archivo.

Adj.: Lo indicado



Universidad de Concepción
DIRECCIÓN DE POSTGRADO

PROVIDENCIA

FECHA: 11 enero 2010.
PASE A: SECRETARÍA GENERAL
DE: DIRECCIÓN DE POSTGRADO
REF. : Adj. ejemplares programa aprobado, para archivo en
Of. de Partes y Of. de Títulos y Grados.

De acuerdo a lo indicado en la referencia, se adjuntan 2 ejemplares del programa:

**MAGISTER EN GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CON MENCIONES EN PROYECTOS DE
CIENCIA, CULTURA O SOCIEDAD.**

ATENTAMENTE,



inc.: lo indicado.

Por el desarrollo libre del Espíritu

Victoria 306 • Fono: (56 - 41) 204488 • Fax: (56 - 41) 223029 • Ciudad Universitaria • Concepción • Chile e-mail: graduado@udec.cl <http://www.udec.cl/postgrado>



UNIVERSIDAD DE CONCEPCION
DIRECCIÓN DE POSTGRADO

TRASLADO DE CORRESPONDENCIA

Fecha: 11 enero de 2010

A : SR. RODOLFO WALTER D., SECRETARIO GENERAL.

	SU OPINIÓN		PROPORC. MAYOR INFORMACIÓN
	CONTESTAR		INFÓRMESE DE(LOS) ANTECED.
	CONVERSAR CONMIGO		RECIBA EN DEVOLUCIÓN
	SU FIRMA		INVESTIGAR O INFORMAR
	TOME NOTA Y ARCHIVE		PARA EJECUCIÓN
	TOME NOTA Y DEVUELVA		DESPACHAR
	SUS COMENTARIOS		PONER INICIALES Y CIRCUL.
X	PROCEDE LO SOLICITADO		PARA SU INFORMACIÓN
	PARA USO DEL PROGRAMA		PARA COMPLETAR

OBSERVACIONES: Adjunta 4 ejemplares del programa aprobado que se indica, para completar su trámite de decretación:

- MAGISTER EN GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CON MENCIONES EN PROYECTOS DE CIENCIA, CULTURA O SOCIEDAD.

ATENTAMENTE

inc.: lo indicado.





PROVIDENCIA N°1691/2009

**PASE A : SR. RODOLFO WALTER DIAZ
SECRETARIO GENERAL**

**REF : SOLICITA DECRETACIÓN CREACIÓN PROGRAMA MAGISTER GESTIÓN
DE LA COMUNICACIÓN**

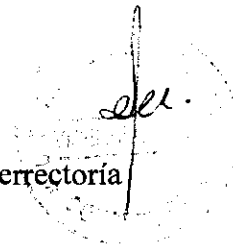
FECHA : 15 de diciembre 2009

Estimado señor Secretario General:

Adjunto envío a Ud. nota DPG70599-09 de la Dirección de Postgrado, relacionada con la materia de la referencia, para seguir trámite correspondiente.

Saluda atentamente a Ud.,

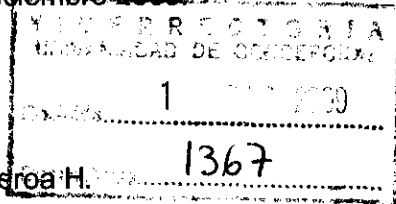
Secretaria Vicerrectoría



Inc.: - Lo indicado (con antecedentes)
EFH/mads



Concepción, 14 diciembre 2009.
DPG/0599-09.



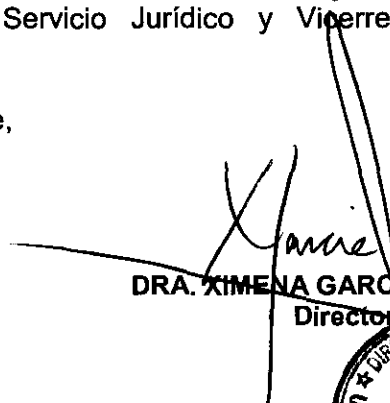
Señor
Prof. Ernesto Figueroa H.
Vicerrector
Presente.

REF.: Solicita decretación creación Prog.
Mag. Gestión de la Comunicación....

Estimado señor Vicerrector:

De acuerdo al procedimiento aprobado, adjunto a la presente hacemos llegar a Ud. la proposición de creación del Programa de **MAGISTER EN GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN CON MENCIONES EN PROYECTOS DE CIENCIA, CULTURA O SOCIEDAD**, dependiente de la Facultad de Ciencias Sociales. Me permito sugerir su presentación ante el Consejo Académico. Para tal efecto, se adjunta también la minuta respectiva e informes emitidos por Servicio Jurídico y Vicerrectoría de Asuntos Económicos y Administrativos.

Sin otro particular, lo saluda atentamente,


DRA. XIMENA GARCÍA CARMONA
Directora



- inc.: - Copia programa.
- Minuta.
- Informe S.J. 1486-2009.
- Informe Perfil Económico, VRAEA 2009-1958.





UNIVERSIDAD DE CONCEPCION
DIRECCIÓN DE POSTGRADO

TRASLADO DE CORRESPONDENCIA

Fecha: 12 enero 2009.

A : SR. RODOLFO WALTER D., Secretario General.

REF.: Adj. Prov. V-R 1691-2009, nota DPG/0599-09 a V-R, Minuta de creación Mag. Gestión de la Comunicación, informes de S.J. y de VRAEA.

SU V° B°		SOLIC. MAYOR INFORMACIÓN	
CONTESTAR		INFÓRMESE DE LOS ANTECED.	
CONVERSAR CONMIGO		RECIBA EN DEVOLUCIÓN	X
SU FIRMA		INVESTIGAR O INFORMAR	
TOME NOTA Y ARCHIVE	X	PARA EJECUCIÓN	
TOME NOTA Y DEVUELVA		DESPACHAR	
SUS COMENTARIOS		PONER INICIALES Y CIRCUL.	
PROCEDE LO SOLICITADO		PARA SU INFORMACIÓN	
PARA USO DEL PROGRAMA		PARA COMPLETAR	

OBSERVACIONES: Para su archivo, se adjuntan en devolución los documentos indicados en la referencia (enviados equivocadamente a esta Dirección).

ATENTAMENTE,

inc.: lo indicado.





MINUTA DE PRESENTACIÓN DE PROGRAMA PARA CONSEJO ACADEMICO

REF. : Creación del Programa de Magíster en Gestión de la Comunicación con menciones en Proyectos de Ciencia, Cultura o Sociedad.

FECHA : 09 de diciembre de 2009.

1. ORGANISMO PROPONENTE:

Programa propuesto por la **Facultad de Ciencias Sociales.**

2. FUNDAMENTACIÓN DEL PROGRAMA

La apropiación social ha empezado a ser parte en Chile y en América Latina del vocabulario relacionado con la **ciencia, tecnología e innovación** en lo últimos seis años. Ello implica procesos que incluyen la difusión del conocimiento científico entre el público y estrategias que conducen a que éste pueda aprovechar plenamente los beneficios de la ciencia y la tecnología. No se trata de procesos exclusivamente informativos sino que incluye el desarrollo de herramientas adecuadas para la integración de ciencia, tecnología e innovación a la vida cotidiana de las personas.

En este sentido el presente Programa de Magíster en gestión de la comunicación con menciones: en proyectos de ciencia, cultura, o sociedad, considera que el significado del término apropiación social de la ciencia y la tecnología va mucho más allá de expresiones en boga tales como popularización de la ciencia o entendimiento público de la ciencia, que describen aspectos puntuales del problema. La apropiación social implica procesos más complejos que incluyen la difusión del conocimiento científico entre el público y las estrategias que conducen a que éste pueda aprovechar plenamente los beneficios de la ciencia y la tecnología. "No se trata entonces de procesos exclusivamente informáticos sino que incluye el desarrollo de herramientas adecuadas para la integración de la C&T a la vida de la sociedad. La ciencia debe ser vista como la escuela de pensamiento y como un elemento básico para lograr un desarrollo armonioso de la comunidad" (Hoyos, 2002, p:53)

Según F. Morey (2008) "Existen varios aspectos que hacen de la comunicación científica un desafío nacional. ¿El más obvio? El 53% de los fondos que financian la investigación científica en Chile proviene del Estado, lo que conlleva un imperativo ético, cual es, dar cuenta del uso de esos recursos a quien los provee: la sociedad en su conjunto.

Otros, no menos importantes, son los relativos a la promoción de la ciencia en las nuevas generaciones para el aseguramiento de un caudal suficiente de nuevos científicos; el aumento de la valoración de la ciencia como motor de desarrollo y bienestar individual y social; y una decisiva contribución a la responsabilidad y rendición de cuentas ante la comunidad del sistema científico nacional, encargado de distribuir una cuantiosa cantidad de recursos financieros públicos, lo que a la larga debiera fortalecerlo y consolidarlo a ojos de autoridades y ciudadanos".



Las XXII y XXIII Reuniones de Ministros de Educación de los Países del Convenio Andrés Bello (REMECAB), del cual Chile es signatario, realizadas en La Habana, Cuba, en 2005 y en Asunción, Paraguay, en 2006 aprobaron el Plan de Acción de la Organización del Convenio Andrés Bello 2006-2009, y en la programación de ciencia y tecnología se recomendó la ejecución del proyecto Apropriación Social de la Ciencia y la Tecnología.

Con la ejecución conjunta de este proyecto se busca mejorar la calidad y la pertinencia de la apropiación social de la ciencia y la tecnología en los países signatarios, a través del fortalecimiento de procesos de formación de educadores e investigadores para que fomenten la enseñanza y popularización de la ciencia y la tecnología, y la educación ambiental para el desarrollo productivo y sostenible, entre otros.

Además, para sensibilizar a la ciudadanía respecto a la importancia de la ciencia y la tecnología en nuestro país, CONICYT desarrolla una estrategia que "busca incrementar el capital humano interesado en desarrollarse en el ámbito de la CTI, así como sensibilizar respecto de la importancia de la misma para el desarrollo del país. El desinterés en carreras científicas y tecnológicas se produce principalmente por asimetrías de información (fallas de información), es decir, el desconocimiento de parte de los jóvenes de los beneficios de éstas. Es por esto que CONICYT pone énfasis en desarrollar actividades para la divulgación y valoración de la CTI, las cuales se traducen en un mayor desarrollo social, económico y cultural. A su vez el hecho de poseer ciertos patrones culturales adversos al cambio y al riesgo, hacen menos probables el desarrollo de actividades innovadoras". (Declaración de la misión de CONICYT).

La inclusión a la fórmula Investigación & Desarrollo + Innovación (I+D+I) de una "C" que representa comunicación, conocimiento, cultura científica y complicitad ciudadana es una nueva tendencia presente en la estrategia de divulgación de la comunidad europea a partir del documento de Lisboa (2000). De Semir (2009).

En el ámbito cultural, con la nueva institucionalidad vigente en Chile desde 2003 han aumentado los fondos públicos orientados al fomento y producción de actividades culturales. Sin embargo, y tal como lo constata la página editorial de El Mercurio de 27 de septiembre de 2009, "la creación de una red de centros culturales que lleva adelante el Gobierno en todas las ciudades con una población superior a 50 mil habitantes (que suman cerca de 80) generará una importante demanda por servicios de gestión a lo largo del país. En el pasado, muchas iniciativas similares han terminado frustradas por la falta de experiencia de los municipios y gobiernos locales para dotar de contenido a inmuebles que terminan siendo reasignados a tareas totalmente ajenas a su función original.

Hoy existiría en el mercado capacidad suficiente para absorber esta demanda por gestión cultural, y ella crecerá fuertemente en los próximos años".

Asimismo, en los proyectos de gestión cultural no sólo existe la línea de financiamiento del gobierno, también se ofrecen fondos concursables de carácter privado (vía ley de donaciones culturales), mixtos y de carácter internacional. De acuerdo a autoridades de cultura de la región, en todos ellos se requiere de periodistas especializados.



En la región del Bío Bío, el informe de autoevaluación presentado en agosto de 2009 a la OCDE en el documento "Contribution of the Higher Education Institutions (HEI) to the Development of the Bío Bío Región" se afirma que "Las universidades también han tenido un impacto en el desarrollo cultural de la región del BioBío. Las principales actividades que reflejan esto, han sido la implementación de políticas de relaciones comunitarias explícitas con alto contenido de actividades culturales, el desarrollo de las artes y la cultura como parte de los cursos de las universidades, la participación de éstas en los consejos regionales de arte y cultura, etc."

El documento añade que "existen factores que dificultan la contribución de las universidades al desarrollo cultural como es el déficit en la formación de gestores culturales..."

Por lo tanto se abre un campo de especialización en proyectos de comunicación para la apropiación de la cultura.

En el área social, el conceder poder a la ciudadanía para que se autogestione como política de desarrollo implica la participación activa de los ciudadanos en el ámbito público, produciendo beneficios directos en aspectos de gobernanza y estabilidad en el sistema político y para ellos la capacidad de juzgar adecuadamente los asuntos públicos. En este sentido, las políticas sociales articuladas en la red Protege, que cuenta con más de 21 programas, asumen el desafío de acercar los beneficios a los ciudadanos para permitir su plena participación en la vida nacional.

Según el informe de la OCDE ya citado, "las universidades han demostrado un impacto en las condiciones sociales de la región del Bío Bío a través de diferentes actividades. Estas son la participación en grupos público-privados destinados a mejorar las condiciones sociales, el desarrollo de grados académicos en áreas de desarrollo social y la inclusión de perfiles de graduados orientados a cubrir necesidades sociales en la región.

Algunos factores que dificultan la contribución de las universidades al desarrollo social es que no hay un vínculo directo entre la participación en diferentes instancias consultivas y el diseño de una política social..."

En este sentido se observa la necesidad de contar con profesionales que contribuyan en la mediación entre gobierno y ciudadanía para que los beneficiarios se apropien de los programas que les están destinados.

La apropiación del conocimiento en la actualidad requiere del uso eficiente de las herramientas que proporcionan las TICs para producir contenidos dirigidos a una ciudadanía mucho más protagonista de los procesos comunicacionales. Es así como "la clave de la comunicación se ha desplazado desde la transmisión de información, característica de la era analógica, hacia la producción de contenidos, propia de la era digital. El foco de los procesos de comunicación pública está ahora centrada en los contenidos; no en los medios; en los usuarios, no en los editores; y tiende a centrarse más en los servicios que en la tecnología que los hace posibles" (Orihuela, J. 2003).

La concepción moderna del periodista lo define como un profesional con capacidades para mediar entre los diferentes actores y la sociedad. Su formación y la capacidad para acercar los contenidos de manera atractiva a los diferentes grupos sociales son un atributo importante en esta nueva óptica.

La comunicación como factor constituyente de las relaciones humanas articula de manera transversal ciencia, cultura y sociedad que de otra manera aparecen como elementos aislados. A través de la gestión de la información, el profesional puede ser un facilitador de los procesos de apropiación del conocimiento e estas tres áreas.

La revisión de la oferta de magíster en universidades chilenas en el área de periodismo y comunicación entregó los siguientes resultados.

- a.- Pontificia Universidad Católica de Chile en convenio con diario El Mercurio: Magíster en Periodismo, orientado a la ética y calidad de la información.
- b.- Universidad Adolfo Ibáñez. Magíster en Periodismo, orientado a la Comunicación Estratégica.
- c.- Universidad Mayor. Magíster Internacional en Comunicación y Periodismo Digital, orientado a la Internet.
- d.- Universidad Andrés Bello. Magíster en Periodismo Político.
- e.- UNIACC. Magíster en Periodismo Audiovisual.
- f.- Pontificia Universidad Católica de Valparaíso. Magíster de Comunicación y Periodismo, orientado a la comunicación estratégica.
- g.- Universidad de Chile. Magíster en Comunicación Política.
- h.- Universidad Diego Portales. Magíster Internacional en Comunicación, orientado a la comunicación estratégica empresarial. Y Magíster en Edición, con colaboración de la Universidad de Pompeu Fabra de España, orientado a la edición de diarios y revistas.
- i.- Universidad ARCIS. Magíster en Comunicación y Políticas Públicas.
- j.- Universidad del Desarrollo. Magíster en Comunicación Estratégicas y Negocios
- k.- Universidad del Pacífico. Magíster en Comunicación Estratégica (sólo Concepción)
- l.- Universidad de la Frontera. Magíster en Ciencias de la Comunicación, orientado a temas de interculturalidad y semiología.
- m.- Universidad Austral de Chile. Magíster en Comunicación, orientado a teoría en investigación
- n.- Universidad de los Andes. Magíster en Guión y desarrollo Audiovisual.

Considerando lo anterior, el Magíster en gestión de la comunicación con menciones: en proyectos de ciencia, cultura, o sociedad apunta a resolver una necesidad cada vez mayor de difusión y apropiación por parte de la ciudadanía de proyectos relacionados con ciencia, cultura, o sociedad utilizando las herramientas que proporcionan las TICs.

Desde esa perspectiva éste será un programa único en Chile.



3. DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DEL PROGRAMA

Descripción:

El presente Magíster es un programa de posgrado profesionalizante que busca formar especialistas para la gestión de comunicación en proyectos de ciencia, cultura, o sociedad.

Este programa se ofrece con una clara orientación profesional y dirigido a resolver fundamentalmente problemas de apropiación haciendo uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (Tics). Se cursa de manera presencial a tiempo parcial constituyéndose en un mecanismo de desarrollo profesional y personal para los licenciados que estén ejerciendo labores en estas áreas y aquellos que tengan interés en adquirir esta especialización.

Objetivos:

Formar especialistas altamente competentes en gestión de proyectos de comunicación que contribuyan a la apropiación social del conocimiento en las áreas de ciencia, cultura, o sociedad.

Los egresados se especializarán en la búsqueda, análisis, creación, y elaboración de contenidos que agreguen valor informativo a proyectos de ciencia, tecnología e innovación; culturales y sociales, así como en el uso de nuevos métodos de producción, gestión y acceso al conocimiento.

Por lo tanto recibirán una formación crítica, con fuerte énfasis en los aspectos éticos y valóricos, práctica, multifuncional y adecuada a los nuevos retos y evoluciones del sector profesional.

Destinatarios del Programa

El programa está dirigido a profesionales que tengan el grado de Licenciado, o título profesional cuyo nivel y contenido sean equivalentes a los necesarios para obtener el grado de licenciado en las áreas de Periodismo, Ciencias, Humanidades, Ciencias Sociales o Educación.

4. PLAN DE ESTUDIOS

El plan de estudios se compone de la siguiente forma:

El programa tendrá una duración de 4 semestres académicos. En el primer semestre se considera el desarrollo de 3 asignaturas básicas (9 créditos). En el segundo semestre el alumno deberá cursar 8 créditos distribuidos en 2 asignaturas básicas (6 créditos) y una complementaria que puede ser ofrecida por el programa o ser parte de otro magíster de la UdeC. En el tercer semestre el alumno cursará 8 créditos distribuidos en 2 asignaturas básicas (6 créditos) y una complementaria con las mismas características de las anteriores. En el cuarto semestre el alumno realizará un taller de producción y un trabajo final correspondientes a 9 créditos.



El magíster funcionará semestralmente con una estructura horaria los días viernes (18.00 a 21.40 horas) y sábado (08.30 a 13.00 hrs.)

El periodo lectivo será de 2 años dividido en 4 semestres de 16 semanas cada uno. Las estrategias didácticas incluyen clases presenciales, trabajos individuales de investigación, discusión de casos, talleres, lecturas, redacción de papers y exposiciones orales.

5. ASIGNATURAS DEL PROGRAMA

El programa se estructura en base asignaturas básicas obligatorias y complementarias.

Asignaturas Básicas Obligatorias	Tipo de Asignatura	Créd
Gestión de la Comunicación en la Sociedad del Conocimiento	Básica	3
Apropiación de CyT	Básica	3
Sociedad del Conocimiento y Democracia Participativa	Básica	3
Investigación y análisis consumo mediático	Básica	3
Creatividad e Innovación	Básica	3
Convergencia multimedia y lenguaje periodístico en internet	Básica	3
Transferencia del conocimiento científico y tecnológico en la cultura global	Básica	3
Taller de Producción	Obligatoria	4
Trabajo final	Obligatoria	5

Asignaturas Complementarias	Tipo de Asignatura	Créd
Metodología de la Investigación	Complementario	2
Actualización en Tics	Complementario	2
Estructuras Narrativas y Periodismo	Complementario	3

Asignaturas Complementarias	Tipo de Asignatura	Créd
Desarrollo Sustentable y Responsabilidad Social de la Empresa.	Complementaria	2
Actividad Humana: Impactos Ambientales, Sociales y Laborales.	Complementaria	3
Criterios para Evaluar Impactos sobre Grupos Humanos.	Complementaria	2
Análisis Sociocultural y Legislativo de las Drogodependencias.	Complementaria	3
Educación y Prevención de Drogas	Complementaria	3
Familia e Intervención de Drogodependencias	Complementaria	3
Promoción de la Salud en la Prevención del Consumo de Drogas	Complementaria	2
Modernización del Estado	Complementaria	3
Políticas Públicas	Complementaria	3

Asignaturas Complementarias	Tipo de Asignatura	Créd
Sistema Político	Complementaria	2
Participación Ciudadana: Teoría y Práctica	Complementaria	2
Políticas y Programas Públicos en Contextos de Pobreza	Complementaria	2
Narrativa actual de fronteras	Complementaria	3
Testimonio y Poesía Mapuche, Memoria, Historia e Imaginarios Sociales	Complementaria	3
Una cultura y dos lenguas: Gabriela Mistral y Cecilia Meireles.	Complementaria	3
Problemas del Desarrollo Regional y Local	Complementaria	3
Ciudades Pequeñas e Intermedias	Complementaria	3
Elementos Culturales en el Desarrollo	Complementaria	3
Modelos de Desarrollo y Teorías de Pobreza	Complementaria	3
Políticas Sociales en el Desarrollo Local	Complementaria	3
Teorías del Desarrollo y Políticas Sociales	Complementaria	3
Evaluación Socio-Económica de Proyectos	Complementaria	3
Gestión de Políticas Sociales	Complementaria	2

6. CUERPO ACADÉMICO

Docente	Grado	Vínculo	
		Permanente	Visitante
Carmen Gloria Donoso	Dra. en Ciencias de la Comunicación	X	
Carlos Oliva	Magíster en Trabajo Social y Prácticas Sociales	X	
Luisa Massarani	Doctorado en Gestión de la Educación y Difusión en Biociencias		X
José Santiago Arellano	Diplomado en Comunicaciones		X
Bernardo Castro	Doctor en Cs. de la Comunicación	X	
Gilberto Morales	Magíster en Comunicación mención Dirección y Edición Periodística	X	
María Elena Hermosilla	Magíster en Comunicación Social		X
Elizabeth Parra	Dra. en Comunicación	X	
Yenia Melo	Dra. en Educación	X	
Claudia Mellado	Doctora en Comunicación	X	
Claudio Jofré	Master en Periodismo Digital	X	
Sergio Hernández	Master en Periodismo Digital	X	
Ramón Salaverria	Doctor en Periodismo		X
Tito Matamala	Magíster en Literatura Hispánica	X	
Javier No	Doctor en Tecnología Educativa y Master en Informática		X
Claudia Reyes	Master en administración de negocios y en Recursos Humanos		X

7. REQUISITOS DE GRADUACIÓN

Para la obtención del grado de Magíster en gestión de la comunicación con menciones: en proyectos de ciencia, cultura, o sociedad, el candidato deberá aprobar las asignaturas básicas y de especialidad, equivalentes a un total de 30 créditos, según perfil del graduado.

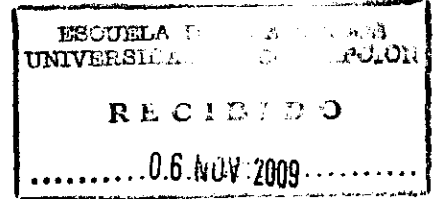
Una vez cumplido el programa curricular diseñado cada postulante deberá rendir un **examen de cualificación**.

El programa otorga el grado de Magíster en Periodismo. Mención gestión de la comunicación en proyectos de ciencia, cultura, o sociedad.

El programa se regirá por el Reglamento de los Programas de Doctorado y Magíster (Decretos U. de C. N° 92-180, N° 95-122, N° 99-166, N° 2001-186 y N° 2003-030).



Universidad de Concepción



S. J. N° 1486/2009

OBJ.: Informa sobre proyecto de creación de Magíster en Periodismo con Mención en Gestión de la Comunicación en Proyectos de Ciencia, Cultura y Sociedad.

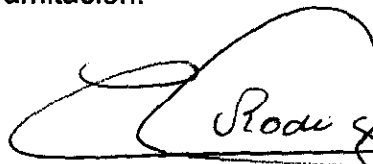
Concepción, 05 de Noviembre de 2009.

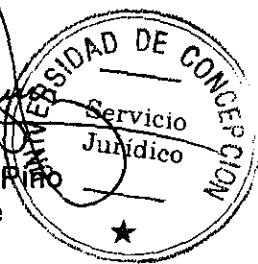
A: Sra. Ximena García Carmona ✓
Directora, Dirección de Postgrado

DE: Sra. Claudia Rodríguez Pino
Abogada, Jefe Servicio Jurídico.

Informando los antecedentes sobre proyecto de creación de Magíster en Periodismo con Mención en Gestión de la Comunicación en Proyectos de Ciencia, Cultura y Sociedad, estos no presentan observaciones de fondo, de modo que se puede continuar con su tramitación.

Le saluda atentamente,


Claudia Rodríguez Pino
Abogada Jefe

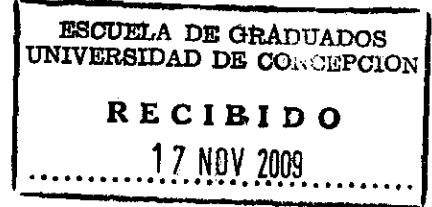


CRP/MMH
Ing.745/2009.
c.c. Sr. Secretario General



UNIVERSIDAD DE CONCEPCION

CONCEPCION, 12 de noviembre de 2009



Señor
Ernesto Figueroa H., Vicerrector
Presente

Ref.: Evaluación Económica – Creación Programa de Magíster en Periodismo (mención en Gestión de la Comunicación en Proyectos de Ciencia, Cultura y Sociedad).

Estimado señor Vicerrector:

De acuerdo a lo requerido por la Directora de Postgrado, Sra. Ximena García, se ha procedido a efectuar la evaluación económica al Programa de Magíster en Periodismo con mención en Gestión de la Comunicación en Proyectos de Ciencia, Cultura y Sociedad (Facultad de Ciencias Sociales). Al respecto, me permito informar:

1. El programa se formula con un ingreso de 20 alumnos (80% del cupo máximo establecido por la unidad proponente). El nivel de equilibrio exige una matrícula de 17 alumnos (85% de la capacidad esperada).
2. La asignación del Director del Programa contempla un monto de \$200.000 mensuales, cifra que no corresponde puesto que -según la reglamentación- debe ser \$118.035.- Esta rebaja generará una disminución en los gastos proyectados.
3. Según la capacidad de matrícula inicial estimada, y en las condiciones formuladas, el Programa presenta un excedente que alcanza a Mill \$13,3 (15% ingresos proyectados). El volumen de gastos alcanza un total de Mill \$76,0 (incluye contribución 10% a fondos centrales) y una provisión de un 5% sobre los gastos operacionales.

Si bien se presenta un Programa excedentario, no se aprecian antecedentes de demanda que fundamenten la meta de la matrícula postulada (20), por lo que se estima que ésta es un poco alta. La sustentabilidad de la propuesta debería condicionarse a una matrícula no inferior a 17 alumnos.

Atentamente,

COPIA

Alberto Larrain Prat
VICERRECTOR

ASUNTOS ECONÓMICOS Y ADMINISTRATIVOS

*Incl.: Antecedentes
c.c.: Vraea 2009-1958, Secretaría General, Direcc. Postgrados, Fac.Cs.Sociales, Dirfin.*

PERFIL ECONOMICO

PROGRAMA : MAGISTER EN PERIODISMO CON MENCIÓN EN GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN PROYECTOS DE CIENCIA ,CULTURA Y SOCIEDAD Facultad de Ciencias Sociales

1- **DEPENDENCIA.** El programa depende del Departamento de Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Sociales.

2- **ALUMNOS.** Se formula con una matrícula de 20 alumnos, es decir, al 80% del cupo máximo establecido por la unidad proponente. La deserción considera una tasa del 10%.

3- **VALOR DEL PROGRAMA.** El arancel anual alcanza a \$ 2.400.000

4- **RECURSOS HUMANOS.**

4.1 **Académicos.** Para el desarrollo del programa se contempla una dotación de dieciséis docentes para una oferta de 13 asignaturas y un total de 522 horas de docencia, a desarrollarse en cuatro semestres académicos.

4.2 **No Académicos.** Se requiere apoyo de una secretaria y un auxiliar, con incentivo por carga adicional.

5- **FLUJOS DE INGRESOS-GASTOS:**

Conforme a la capacidad de matrícula inicial estimada y en las condiciones formuladas el programa presenta un excedente que alcanza a MII\$ 13,3.-, equivalente a un 15% de los ingresos proyectados.

Los ingresos alcanzan a MII\$ 89,4.-, descontada una morosidad del orden de MII\$ 9,60

El volumen de gastos suman un total de MII\$ 76,0.-, incluida la contribución 10% a fondos generales y una provisión de imprevistos de un 5% sobre los gastos operacionales. Los gastos de carácter fijo representan el 83% del total. Contempla aplicaciones en inversiones menores por MII\$ 5,0

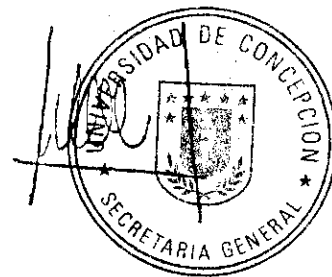
Observación: la asignación de Director del programa contempla un monto de \$200.000/mes, cifra que deberá ser corregida y establecerse en \$118.035, generando, en consecuencia, una baja en los gastos proyectados de MII\$ 1,97.-

6- **SENSIBILIZACION.** El nivel de equilibrio exige una matrícula mínima de 17 alumnos, es decir, al 85% de la capacidad esperada.

7- **INDICADORES DE REFERENCIA:**

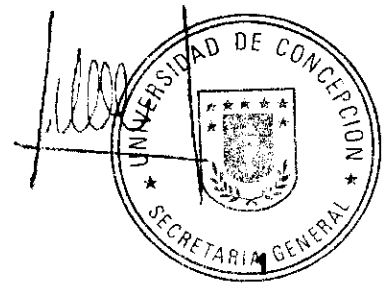
Matrícula inicial estimada	20 alumnos
Matrícula estimada / cupo máximo programa	80%
Deserción estimada	10%
Arancel Programa (anual)	\$2.400.000
Gto Remuneraciones / Total Gastos	46%
Ingreso Total / Gasto Total	1,2
Nivel de Equilibrio del programa	Matrícula = 17 alumnos
Excedente formulado según matrícula proyectada	MIIS 10
Excedente con matrícula máxima (25 alumnos)	MIIS 32

UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DIRECCIÓN DE POSTGRADO



MAGISTER EN GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN
CON MENCIONES EN
PROYECTOS DE CIENCIA, CULTURA O SOCIEDAD

2009



I. INDICE	
II. INTRODUCCION	2
1.- Presentación y fundamentación del Programa	2
1.1.- Bibliografía	5
2.- Marco Institucional	6
3.- Grado que otorga	8
4.- Requisitos de Admisión	8
5.- Requisitos de graduación	9
III. DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DEL PROGRAMA	10
1.- Propósito	10
2.- Objetivos	10
3.- Competencias	10
4.- Perfil del graduado	11
5.- Líneas de Especialización	11
6.- Campo ocupacional	11
7.- Vinculación con el medio	12
IV. PLAN DE ESTUDIOS	12
V. DESCRIPCION DE ASIGNATURAS MODULARIZADAS	16
VI. REGLAMENTO INTERNO	54
VII. CUERPO ACADEMICO	57
VIII. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO	106
ANEXO 1 Guía de presentación de Proyectos Finales	107

II. INTRODUCCIÓN

1.- Presentación y fundamentación del Programa

La apropiación social ha empezado a ser parte en Chile y en A. Latina del vocabulario relacionado con la ciencia, tecnología e Innovación en los últimos seis años. Ello implica procesos que incluyen la difusión del conocimiento científico entre el público y estrategias que conducen a que éste pueda aprovechar plenamente los beneficios de la ciencia y la tecnología. No se trata de procesos exclusivamente informativos sino que incluye el desarrollo de herramientas adecuadas para la integración de ciencia, tecnología e innovación a la vida cotidiana de las personas.

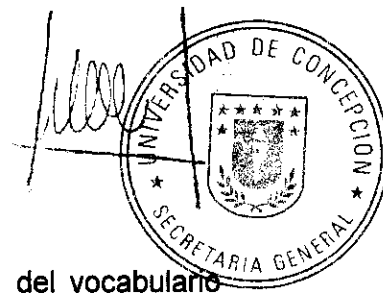
En este sentido el presente programa de magister considera que el significado del término "apropiación social de la ciencia y la tecnología" va mucho más allá de expresiones tales como popularización de la ciencia o entendimiento público de la ciencia, que no describen sino aspectos puntuales del problema. La apropiación social implica procesos más complejos que incluyen, por un lado, la difusión del conocimiento científico entre el público y, por otra, las estrategias que conducen a que éste pueda aprovechar plenamente los beneficios de la ciencia y la tecnología. No se trata entonces de procesos exclusivamente informativos sino que incluye el desarrollo de herramientas adecuadas para la integración de la Ciencia y Tecnología (C&T) a la vida de la sociedad. La ciencia debe ser vista como la escuela de pensamiento y como un elemento básico para lograr un desarrollo armonioso de la comunidad" (Hoyos, 2002, p:53)

Según F. Morey (2008) "Existen varios aspectos que hacen de la comunicación científica un desafío nacional. ¿El más obvio? El 53% de los fondos que financian la investigación científica en Chile proviene del Estado, lo que conlleva un imperativo ético, cual es, dar cuenta del uso de esos recursos a quien los provee: la sociedad en su conjunto.

Otros, no menos importantes, son los relativos a la promoción de la ciencia en las nuevas generaciones para el aseguramiento de un caudal suficiente de nuevos científicos; el aumento de la valoración de la ciencia como motor de desarrollo y bienestar individual y social; y una decisiva contribución a la responsabilidad y rendición de cuentas ante la comunidad del sistema científico nacional, encargado de distribuir una cuantiosa cantidad de recursos financieros públicos, lo que a la larga debiera fortalecerlo y consolidarlo a ojos de autoridades y ciudadanos".

La XXII y XXIII Reuniones de Ministros de Educación de los Países del Convenio Andrés Bello (REMECAB), del cual Chile es signatario, realizadas en La Habana (Cuba) en 2005 y en Asunción (Paraguay) en 2006 aprobaron el Plan de Acción de la Organización del Convenio Andrés Bello 2006-2009, y en la programación de ciencia y tecnología se recomendó la ejecución del proyecto Apropiación Social de la Ciencia y la Tecnología.

Con la ejecución conjunta de este proyecto se busca mejorar la calidad y la pertinencia de la apropiación social de la ciencia y la tecnología en los países signatarios, a través del fortalecimiento de procesos de formación de educadores e investigadores para que fomenten la popularización de la ciencia y la tecnología, la enseñanza de la ciencia y la tecnología, la educación ambiental para el desarrollo productivo y sostenible, la propiedad intelectual para la gestión de los sistemas nacionales de ciencia, tecnología e innovación (SNCTI), la formación técnica para el trabajo, las tecnologías limpias y la agricultura orgánica.





Además, sensibilizar a la ciudadanía respecto a la importancia de la ciencia y la tecnología es una importante estrategia de CONICYT para el desarrollo de la C&T en nuestro país. "Esta estrategia busca incrementar el capital humano interesado en desarrollarse en el ámbito de la CTI, así como sensibilizar respecto de la importancia de la misma para el desarrollo del país. El desinterés en carreras científicas y tecnológicas se produce principalmente por asimetrías de información (fallas de información), es decir, el desconocimiento de parte de los jóvenes de los beneficios de éstas. Es por esto que CONICYT pone énfasis en desarrollar actividades para la divulgación y valoración de la CTI, las cuales se traducen en un mayor desarrollo social, económico y cultural. A su vez el hecho de poseer ciertos patrones culturales adversos al cambio y al riesgo, hacen menos probables el desarrollo de actividades innovadoras" (Declaración de la misión de CONICYT).

La inclusión a la fórmula Investigación & Desarrollo + Innovación (I+D+I) de una letra "C" que representa Comunicación, Conocimiento, Cultura Científica y Complicidad Ciudadana es una nueva tendencia presente en la estrategia de divulgación de la comunidad europea a partir del documento de Lisboa (2000). De Semir (2009).

En el ámbito cultural, con la nueva institucionalidad vigente en Chile desde 2003 han aumentado los fondos públicos orientados al fomento y producción de actividades culturales. Sin embargo, y tal como lo constata la página editorial de El Mercurio de 27 de septiembre de 2009, "la creación de una red de centros culturales que lleva adelante el Gobierno en todas las ciudades con una población superior a 50 mil habitantes (que suman cerca de 80) generará una importante demanda por servicios de gestión a lo largo del país. En el pasado, muchas iniciativas similares han terminado frustradas por la falta de experiencia de los municipios y gobiernos locales para dotar de contenido a inmuebles que terminan siendo reasignados a tareas totalmente ajenas a su función original.

Hoy existiría en el mercado capacidad suficiente para absorber esta demanda por gestión cultural, y ella crecerá fuertemente en los próximos años.

Asimismo, en los proyectos de gestión cultural no sólo existe la línea de financiamiento del gobierno, también se ofrecen fondos concursables de carácter privado (vía ley de donaciones culturales), mixtos y de carácter internacional. De acuerdo a autoridades de cultura de la región, en todos ellos se requiere de periodistas especializados.

En la región del Biobío, el informe de autoevaluación presentado en agosto de 2009 a la OCDE en el documento Contribution of the Higher Education Institutions (HEI) to the Development of the Biobío Region se afirma que "Las universidades también han tenido un impacto en el desarrollo cultural de la región del Biobío. Las principales actividades que reflejan esto han sido la implementación de políticas de relaciones comunitarias explícitas con alto contenido de actividades culturales, el desarrollo de las artes y la cultura como parte de los cursos de las universidades, la participación de éstas en los consejos regionales de arte y cultura, etc.

El documento añade que "existen factores que dificultan la contribución de las universidades al desarrollo cultural como es el déficit en la formación de gestores culturales...".

En este sentido se abre un campo de especialización en proyectos de comunicación para la apropiación de la cultura.



En el área social, el conceder poder, como política de desarrollo implica la participación activa de los ciudadanos en el ámbito público, produciendo beneficios directos como el aumento de la gobernanza y estabilidad en el sistema político y para ellos la capacidad de juzgar adecuadamente los asuntos públicos. En este sentido, las políticas sociales del gobierno articuladas en la red Protege, que cuenta con más de 21 programas, asumen el desafío de acercar los beneficios a los ciudadanos para permitir su plena participación en la vida nacional.

Según el informe de la OCDE ya citado "las universidades han demostrado un impacto en las condiciones sociales de la región del Bío Bío a través de diferentes actividades. Estas son la participación en grupos público—privados destinados a mejorar las condiciones sociales, el desarrollo de grados académicos en áreas de desarrollo social y la inclusión de perfiles de graduados orientados a cubrir necesidades sociales en la región. Algunos factores que dificultan la contribución de las universidades al desarrollo social es que no hay un vínculo directo entre la participación en diferentes instancias consultivas y el diseño de una política social..."

En este sentido se observa la necesidad de contar con profesionales que contribuyan en la mediación entre gobierno y ciudadanía para que los beneficiarios se apropien de los programas que les están destinados.

La apropiación del conocimiento en la actualidad requiere del uso eficiente de las herramientas que proporcionan las TICs para producir contenidos dirigidos a una ciudadanía mucho más protagonista de los procesos comunicacionales. Es así como "la clave de la comunicación se ha desplazado desde la transmisión de información, característica de la era analógica, hacia la producción de contenidos, propia de la era digital. El foco de los procesos de comunicación pública está ahora centrada en los contenidos; no en los medios; en los usuarios, no en los editores; y tiende a centrarse más en los servicios que en la tecnología que los hace posibles" (Orihuela, J. 2003)

La revisión de la oferta de magíster en Universidades Chilenas en el área de periodismo y comunicación entregó los siguientes resultados:

- a.- Pontificia Universidad Católica de Chile en convenio con diario El Mercurio: Magíster en Periodismo, orientado a la ética y calidad de la información.
- b.- Universidad Adolfo Ibáñez
Magíster en Periodismo, orientado a la Comunicación Estratégica.
- c.- Universidad Mayor
Magíster Internacional en Comunicación y Periodismo Digital, orientado a la Internet.
- d.- Universidad Andrés Bello
Magíster en Periodismo Político
- e.- UNIACC
Magíster en Periodismo Audiovisual
- f.- Pontificia Universidad Católica de Valparaíso
Magíster de Comunicación y Periodismo, orientado a la comunicación estratégica.
- g.- Universidad de Chile
Magíster en Comunicación Política
- h.- Universidad Diego Portales
Magíster Internacional en Comunicación, orientado a la comunicación estratégica empresarial.

Magíster en Edición, con colaboración de la Universidad de Pompeu Fabra de España, orientado a la edición de diarios y revistas.

i.- Universidad ARCIS

Magíster en Comunicación y Políticas Públicas

j.- Universidad del Desarrollo

Magíster en Comunicación Estratégica y Negocios

k.- Universidad del Pacífico

Magíster en Comunicación Estratégica (sólo Concepción)

l.- Universidad de la Frontera

Magíster en Ciencias de la Comunicación, orientado a temas de interculturalidad y semiología.

m.- Universidad Austral de Chile

Magíster en Comunicación, orientado a teoría en investigación

n.- Universidad de los Andes

Magíster en Guión y desarrollo Audiovisual.



Considerando lo anterior, el Magíster en Gestión de la Comunicación apunta a resolver una necesidad cada vez mayor de difusión y apropiación por parte de la ciudadanía de proyectos relacionados con ciencia, cultura, o sociedad utilizando las herramientas que proporcionan las TICs.

Desde esa perspectiva este será un programa único en Chile.

1.1 Bibliografía

Hoyos, Nora (2002) La apropiación social de la ciencia y la tecnología: una urgencia para nuestra región./ Interciencia/, vol 27, p:53

Jenkins, H. (2001) Convergency? I diverge. Technology Review disponible <http://www.technologyreview.com/biztech/12434>

Jenkins, Henry (2008) La cultura de la convergencia de los medios. Barcelona: Paidós.

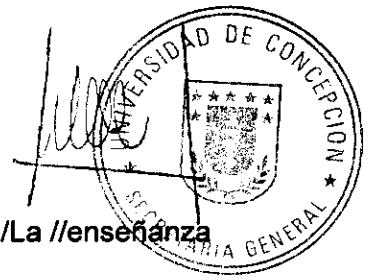
López,J. (2003) Nuevos soportes para un periodismo necesitado de reflexión crítica, Disponible en <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

Ministerio de Economía (2002/) Prospectiva Chile 2010. Construyendo el Chile /Económico del Futuro./ Santiago: Chile.Innova

Manovic, L. (2005) El lenguaje de los nuevos medios de comunicación. Barcelona: Paidós.

Osuna, S & Buscón, C. (2007) Convergencia de medios. La integración tecnológica de la era digital. Barcelona: Icaria

Pérez, A. & Acosta, H (2003) La convergencia mediática: un nuevo escenario para la gestión de información. /ACIMED/, v.11, Septiembre-Octubre.



Pérez Tornero, J. (2007) Periodismo del presente-futuro en Tejedor (Ed.) /La //enseñanza del ciberperiodismo/, España: Comunicación Social

Ediciones y Publicaciones.

Rojo, P/. (2003) Producción periodística y nuevas tecnologías. Estrategias para la prensa ante la convergencia mediática. Sevilla:

Comunicación Social y Publicaciones.

Sennett, Richard (2006) /La cultura del nuevo capitalismo/. Barcelona: Anagrama

2.- Marco Institucional

En las dos Jornadas Internacionales de Gestión de la Información en Ciencia, Tecnología e Innovación realizadas en la UdeC y organizadas por académicos del Departamento de Comunicación Social se concluyó en la necesidad de crear un programa de postgrado en esta línea.

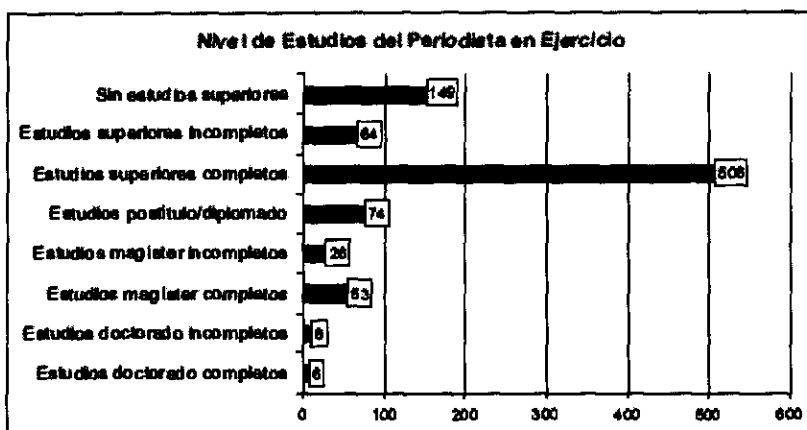
El 12 de mayo de 2007 los más de cien participantes de la primera Jornada Universidad y Sociedad del Conocimiento, Gestión de información sobre Ciencia Tecnología e Innovación se pronunciaron sobre la necesidad de conceder poder a los ciudadanos en el acceso a la información y al conocimiento y también sobre la necesidad de establecer un nuevo pacto de las universidades con la sociedad.

Entre las estrategias planteadas, se mencionó la necesidad de una nueva pedagogía que recupere el valor de las acciones sobre las abstracciones para gestionar conocimiento, poniendo la información al servicio de la comunicación y ésta al servicio de la formación. También se indicó la necesidad de vincular los actores universitarios con la problemática local, nacional e internacional para activar el nuevo pacto en la relación directa o mediatizada con la sociedad.

Finalmente se solicitó a las universidades la generación de programas de educación continua (magíster, diplomados, seminarios) para profesionales en ejercicio a fin de promover al tratamiento de los temas de CyT destinados a ser conocidos por los ciudadanos de manera rigurosa, atractiva y profesional.

Por otra parte, académicos del Departamento de Comunicación Social están desarrollando el proyecto FONDECYT 1080066, titulado: "Estudio comparativo de la realidad de los profesionales de la comunicación en las regiones II, VIII, IX y Metropolitana de Chile: ordenamiento geopolítico, lógicas productivas y mediación social", el cual pretende explicar el nuevo ordenamiento y comportamiento de la profesión periodística en el país.

En el curso del censo realizado durante la investigación se determinó que existen 506 periodistas con estudios superiores completos, 74 con postítulos o diplomados y 26 con estudios de magíster incompletos en la región del Biobío (en ejercicio).



Del total de quienes ejercen el periodismo y poseen el grado de licenciado, algún título profesional, técnico, o están estudiando aún en la universidad, un 74,6% ha cursado o cursa periodismo. Del 25,4% restante, un 9,5% estudia o ha estudiado alguna otra profesión vinculada al periodismo, y el 15,9% se ha formado en profesiones ajenas éste.

Entre estos últimos, es posible encontrar más de 50 títulos técnicos y profesionales distintos, como por ejemplo el de abogado, ingeniero comercial, sociólogo, profesor de historia, profesor de filosofía, profesor básico, profesor de educación física, profesor diferencial, profesor de español, profesor de arte, técnico en informática, contador auditor, ingeniero en electrónica, administrador de empresas, técnico en ejecución forestal, teólogo, técnico electrónico, técnico en construcción, diseñador gráfico, ingeniero en computación, enfermera, turismo, educador de párvulo, técnico en sonido, arquitecto, ingeniero en prevención de riesgos, traducción, trabajadora social, ingeniero en Informática, secretaria, psicopedagogo, técnico jurídico, auxiliar paramédico, actor, odontólogo, constructor civil, músico, ingeniero forestal, ingeniero civil Industrial, antropólogo, diseñador de interiores y técnico en mecánica automotriz.

De ellos, según rango etéreo, entre 23 y 40 años, 61 tienen postítulo o diplomado y 24 con master incompletos más 410 con estudios superiores completos.

La orientación de los programas de magíster cursados por estos sujetos es mayoritariamente en comunicación (53,7%) y en menor medida en periodismo y medios (15,3%). Un 30,5%, en tanto, ha cursado o cursa magisteres pertenecientes a otras áreas, sobre todo Educación y Ciencias Sociales.

Los doctorados presentan una distribución aún más marcada hacia la comunicación (71,4%). Sólo un 7,1% se orienta al periodismo y los medios, aunque un 21,4% se vincula a otras disciplinas dentro de las Ciencias Sociales.

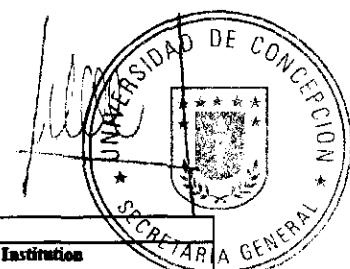


Table 4.3
Percent Distribution of Students (%) by Quintile According to Gender and Type of Higher Education Institution
2003 and 2006

Quintile	I			II			III			IV			V		
	Male	Female	Total	Male	Female	Total	Male	Female	Total	Male	Female	Total	Male	Female	Total
2003															
CRUCH	4.94	11.59	8.86	7.34	12.94	10.61	13.53	20.85	17.85	25.44	24.05	24.62	48.84	30.57	38.05
UP	1.03	4.87	3.45	4.65	4.09	4.29	7.14	11.83	10.10	14.57	38.82	29.88	72.62	40.39	52.27
IP	0.71	1.05	0.86	8.04	21.39	13.99	26.49	29.75	27.94	28.85	31.40	29.98	35.92	16.41	27.23
CFT	16.01	8.88	12.21	30.28	17.96	23.73	31.78	32.66	32.25	13.33	37.17	26.01	8.60	3.33	5.79
2006															
CRUCH	11.83	16.33	13.98	10.39	10.69	10.53	18.07	17.30	17.70	28.17	28.16	28.16	31.54	27.52	29.62
UP	7.59	4.38	5.91	6.58	5.64	6.08	11.13	9.86	10.46	24.82	37.52	31.48	49.89	42.60	46.06
IP	10.23	10.53	10.36	11.67	8.99	10.48	21.56	28.05	24.45	34.34	29.31	32.10	22.21	23.12	22.62
CFT	10.05	13.30	11.37	26.78	28.14	27.33	31.78	19.06	26.61	19.04	13.24	16.68	12.35	26.26	18.00

Source: National Survey of Socioeconomic Characterization (CASEN), 2003 and 2006.
Note: CRUCH (Council of Chilean University Rectors), UP (Private Universities), IP (Professional Institutes), CFT (Technical Formation Centers).

La tabla "distribución porcentual de los estudiantes por quintil de acuerdo a género y tipo de educación superior entre los años 2003 y 2006, señala que el universo egresado de las universidades pertenecientes al CRUCH es de 29.62%, en tanto que los egresados de la universidades privadas constituyen un 46.06%.

Además, durante tres años (con la malla antigua) en la carrera de periodismo se dictó un curso de especialización: periodismo, comunicación y sociedad, que apuntaba a cumplir parcialmente algunos de los objetivos que se propone este magíster. Cabe señalar que egresados de dicho curso se encuentran trabajando en temas de apropiación del conocimiento.

3.- Grado que otorga

La Facultad de Ciencias Sociales y el Departamento de Comunicación Social, atendiendo al imperativo de cooperar en la apropiación del conocimiento en las áreas de ciencias, cultura y sociedad ha desarrollado un programa especializado en el desarrollo de habilidades profesionales requeridas para estos fines, a través de la realización del programa que conduce al Grado de Magíster en Gestión de la Comunicación con menciones en: Proyectos de ciencia, cultura, o sociedad.

4.- Requisitos de Admisión

El Programa se guiará por los requisitos estipulados en Reglamento de los Programas de Doctorado y Magíster (Decretos U. de C. N° 92-180, N° 95-122, N° 99-166, N° 2001-186 y N° 2003- 030).

Art. 1.- Para ingresar al programa de Magíster en Gestión de la Comunicación con menciones en: Proyectos de ciencia, cultura, o sociedad de la Universidad de Concepción, los postulantes deben estar en posesión de un grado de licenciado o título profesional en las áreas de Periodismo, Ciencias, Humanidades, Ciencias Sociales o Educación.

Dentro de los plazos establecidos en las convocatorias, los postulantes deben presentar una solicitud de ingreso en los formularios oficiales de la Dirección de Postgrado, adjuntando los documentos requeridos para ese efecto.



Art. 2.- Los postulantes deben acompañar su solicitud con las siguientes informaciones:

- a) Petición fundamentada de su ingreso al programa.
- b) Antecedentes académicos.
- c) Los informes académicos que proporcionarán dos personas indicadas por el propio postulante, de las cuales una, por lo menos, deberá ser académico de la universidad donde se tituló o graduó.
- d) Indicación del origen de los recursos financieros de que dispondrá durante el período de estudios.
- e) Certificado de salud compatible con las exigencias del programa al que postula.
- f) Patrocinio o autorización de la institución a la cual pertenece, cuando corresponda.
- g) Certificado del Fondo Solidario de Crédito Universitario (postulantes chilenos).
- h) Certificado de nacimiento

Art. 3.- El comité de graduados del programa constatará el cumplimiento de los requisitos mínimos y calificará los antecedentes. Se exigirá una entrevista del postulante con el Comité del Magíster.

Art. 4.- La Dirección de Postgrado, previo informe del programa, determinará el número máximo de alumnos que ingresarán anualmente.

Art. 5.- Una vez realizada esta selección de postulantes, el Director de Programa remitirá a la Dirección de Postgrado los antecedentes correspondientes para su ratificación. Terminado este proceso, los antecedentes quedan archivados en la Dirección de Postgrado.

Art. 6.- Al término del proceso de selección, el Director de Programa informará sobre éste al decanato de su facultad y enviará a los estudiantes seleccionados y ratificados por la Dirección de Postgrado, una carta de aceptación y el reglamento correspondiente para la obtención del grado.

5.- Requisitos de graduación

El candidato debe aprobar el plan de asignaturas (34 créditos) con nota igual o superior a 68 puntos. Elaborar y defender oral y públicamente un trabajo final a través de un examen de grado.

Para obtener el grado la nota final se obtendrá de la siguiente manera:

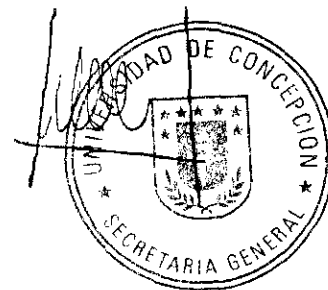
- A. Promedio de asignaturas del programa: 50%
- B. Examen de cualificación: 50%.

El examen de cualificación se desglosará de la siguiente manera:

B.1 Trabajo escrito (según reglamento en Anexo1): 60%

B2. Defensa oral: 40%

Nota final: (A+B)=100%



III. DESCRIPCIÓN Y OBJETIVOS DEL PROGRAMA

1.- Propósito

El Magíster es un programa de posgrado profesionalizante que busca formar especialistas en gestión de proyectos de comunicación en las áreas de ciencia, cultura, o sociedad.

Este programa se ofrece con una clara orientación profesional y está dirigido a resolver fundamentalmente problemas de apropiación haciendo uso de las Tics. Se cursa de manera presencial a tiempo parcial constituyéndose en un mecanismo de desarrollo profesional y personal para los licenciados que estén ejerciendo labores en estas áreas y aquellos que tengan interés en adquirir esta especialización.

El graduado de este programa deberá trabajar en equipos multidisciplinarios dependiendo del área de especialización por la que opte. Será un gestor que aporte a la solución de problemas comunicacionales en estas áreas, por lo que deberá trabajar estrechamente vinculado con los especialistas respectivos.

2.- Objetivos

1.- Formar especialistas altamente competentes en gestión de proyectos de comunicación que contribuyan a la apropiación social del conocimiento en las áreas de ciencia, cultura, o sociedad.

2.- Formar graduados con competencias éticas que puedan acceder, interpretar y usar críticamente la información disponible y las Tics. Además deberán ser capaces de analizar y comprender de la realidad actual.

Los egresados se especializarán en la búsqueda, análisis, creación, y elaboración de contenidos que agreguen valor informativo a proyectos de ciencia, tecnología e innovación, como también a aquellos culturales y sociales, así como el uso de nuevos métodos de producción, gestión y acceso al conocimiento.

Por lo tanto recibirán una formación crítica, con fuerte énfasis en los aspectos éticos y valóricos, práctica, multifuncional y adecuada a los nuevos retos y evoluciones del sector profesional.

3.- Competencias

El egresado al completar su formación, estará preparado para formular proyectos de Comunicación; analizar productos y prácticas comunicacionales; generar y gestionar proyectos en el campo de la divulgación de las ciencias, cultura, tecnología; así como ser un

experto mediador entre científicos, gestores, innovadores, empresarios y la sociedad en su conjunto, resguardando en todo momento los valores éticos.



1. Capacidad para generar y gestionar proyectos en el campo de la apropiación de la Ciencia, Tecnología, Cultura, o Desarrollo Social.
2. Capacidad para analizar productos y prácticas comunicacionales.
3. Capacidad para mediar entre científicos, gestores, innovadores, empresarios y la sociedad en su conjunto.
4. Capacidad para aplicar las Tics y la convergencia mediática a los proyectos de Apropiación en Ciencia, Cultura y Sociedad.
5. Capacidad para gestionar éticamente los proyectos de apropiación y sus aplicaciones.
6. Capacidad para gestionar piezas comunicacionales destinadas a la Apropiación en Ciencia, Cultura y Sociedad.
7. Capacidad para trabajar en equipo.
8. Capacidad para realizar trabajo autónomo.
9. Capacidad para generar y gestionar proyectos en el campo de la apropiación de la innovación.

4.- Perfil del graduado

El egresado al completar su formación estará preparado para generar y gestionar proyectos en el campo de la apropiación en una de las siguientes áreas: Ciencia, Cultura, o Sociedad; analizar y generar productos y prácticas comunicacionales utilizando las Tics; así como ser un experto mediador entre científicos, gestores, innovadores, empresarios y la sociedad en su conjunto, resguardando en todo momento los valores éticos.

En la práctica, el egresado podrá realizar acciones comunicacionales tales como: producción de piezas comunicacionales en diversos soportes para la difusión del conocimiento; organización de eventos para el acercamiento entre gestores culturales y ciudadanos; diseño y construcción de soportes tecnológicos multimediales; utilización y configuración de redes sociales; asesorías en la relación con medios de comunicación para la divulgación de resultados de investigación, entre otras.

5.- Líneas de Especialización

El Magíster está diseñado para que el egresado se pueda desarrollar en las líneas de especialización de Gestión de Proyectos de Comunicación en una de las tres áreas: Ciencia, Cultura, o Sociedad.

6.- Campo ocupacional.

El graduado quedará habilitado para desenvolverse eficientemente en las áreas de formulación de proyectos comunicacionales, apropiación de las ciencias, cultura y desarrollo

social en empresas, universidades, centros de investigación, medios de comunicación generalistas y especializados y organismos públicos. El egresado también podrá autogestionar proyectos de comunicación en estas áreas.



7.- Vinculación con el medio

El programa contará con la participación de destacados profesores visitantes, especialistas en sus respectivas disciplinas y reconocidos por sus pares. Entre ellos se encuentran los doctores Ramón Salaverría, Javier Nó, Luisa Massarani, Irene Trelles; el especialista Vladimir de Semir, y las magíster Claudia Reyes y María Elena Hermosilla.

Además se está formalizando un convenio con el Observatorio de la Comunicación Científica de la Universidad Pompeu Fabra que permitirá, entre otras cosas, realizar pasantías a los alumnos del Magíster.

También se han establecido contactos con otros programas de magíster de la universidad de Concepción para que los estudiantes puedan cursar algunas de sus asignaturas. En la actualidad están ratificados los siguientes Programas:

Magíster en Gestión Integrada: Medio Ambiente, Riesgos Laborales y Responsabilidad Social de la Empresa.

Magíster en Drogodependencias.

Magíster en Política y Gobierno.

Magíster en Literaturas Hispánicas.

El trabajo final se realizará en un organismo relacionado con las áreas del magíster, para lo cual se formalizarán los vínculos ya existentes entre el Departamento de Comunicación Social y estas entidades.

Sin perjuicio de lo anterior se buscará establecer convenios con organismos gremiales de la profesión como el colegio de periodistas, organizaciones culturales y científicas.

IV. PLAN DE ESTUDIOS

El programa tendrá una duración de 4 semestres académicos. En el primer semestre se considera el desarrollo de 3 asignaturas básicas (9 créditos). En el segundo semestre el alumno deberá cursar 8 créditos distribuidos en 2 asignaturas básicas (6 créditos) y una especialización que puede ser ofrecida por el programa o ser parte de otro magíster de la UdeC. En el tercer semestre el alumno cursará 8 créditos distribuidos en 2 asignaturas básicas (6 créditos) y una de especialización a con las mismas características de las anteriores. En el cuarto semestre el alumno realizará un taller y un proyecto final correspondiente a 9 créditos.

El magíster funcionará semestralmente con una estructura horaria los días viernes (18.00 a 21.40 horas) y sábado (08.30 a 13.00 hrs.)



El periodo lectivo será de 2 años dividido en 4 semestres de 16 semanas cada uno.

Las estrategias didácticas incluyen clases presenciales, trabajos individuales de investigación, discusión de casos, talleres, lecturas, redacción de papers y exposiciones orales.

El programa se estructura en base asignaturas básicas obligatorias y de especialización.

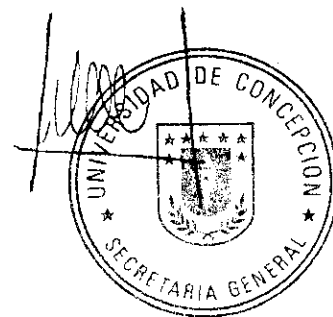
Asignaturas Básicas Obligatorias	Tipo de Asignatura	Créd
Gestión de la Comunicación en la Sociedad del Conocimiento	Básica	3
Apropiación ciudadana de las Ciencias y la Tecnología	Básica	3
Sociedad del Conocimiento y Democracia Participativa	Básica	3
Investigación y análisis de consumo mediático	Básica	3
Creatividad e Innovación	Básica	3
Convergencia multimedia y lenguaje periodístico en internet	Básica	3
Transferencia del conocimiento científico y tecnológico en la cultura global	Básica	3
Taller de Producción	Obligatoria	4
Trabajo final	Obligatoria	5
TOTAL CREDITOS		30

Asignaturas De Especialización	Tipo de Asignatura	Créd
Metodología de la Investigación	Complementario	2
Actualización en Tics	Complementario	2
Estructuras Narrativas y Periodismo	Complementario	3

Los estudiantes podrán cursar hasta 2 asignaturas de especialización de otros programas de magíster de la Universidad de Concepción, tales como:

- Magíster en Gestión Integrada: Medio Ambiente, Riesgos Laborales y Responsabilidad Social de la Empresa.

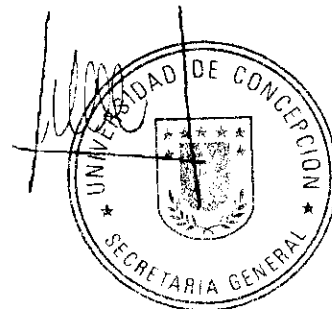
- Magíster en Drogodependencias
- Magíster en Política y Gobierno
- Magíster en Literaturas Hispánicas
- Magíster en Investigación Social y Desarrollo
- Magíster en Trabajo Social y Políticas Sociales



Asignaturas De Especialización	Tipo de Asignatura	Créd
Desarrollo Sustentable y Responsabilidad Social de la Empresa.	Especialización	2
Actividad Humana: Impactos Ambientales, Sociales y Laborales.	Especialización	3
Criterios para Evaluar Impactos sobre Grupos Humanos.	Especialización	2
Análisis Sociocultural y Legislativo de las Drogodependencias.	Especialización	3
Educación y Prevención de Drogas	Especialización	3
Familia e Intervención de Drogodependencias	Especialización	3
Promoción de la Salud en la Prevención del Consumo de Drogas	Especialización	2
Modernización del Estado	Especialización	3
Políticas Públicas	Especialización	3
Sistema Político	Especialización	2
Participación Ciudadana: Teoría y Práctica	Especialización	2
Políticas y Programas Públicos en Contextos de Pobreza	Especialización	2
Narrativa actual de fronteras	Especialización	3
Testimonio y Poesía Mapuche, Memoria, Historia e Imaginarios Sociales	Especialización	3
Una cultura y dos lenguas: Gabriela Mistral y Cecilia Meireles.	Especialización	3
Problemas del Desarrollo Regional y Local	Especialización	3
Ciudades Pequeñas e Intermedias	Especialización	3
Elementos Culturales en el Desarrollo	Especialización	3



Asignaturas De Especialización	Tipología de Asignatura	Créd
Modelos de Desarrollo y Teorías de Pobreza	Especialización	3
Políticas Sociales en el Desarrollo Local	Especialización	3
Teorías del Desarrollo y Políticas Sociales	Especialización	3
Evaluación Socio-Económica de Proyectos	Especialización	3
Gestión de Políticas Sociales	Especialización	2
TOTAL CREDITOS		4



V. DESCRIPCION DE ASIGNATURAS MODULARIZADAS

IDENTIFICACIÓN

Nombre Asignatura	:	Gestión de la Comunicación en la Sociedad del Conocimiento
Tipo De Asignatura	:	Básica
Duración	:	1 semestre
Créditos	:	3 créditos
Nº Horas Teóricas	:	48
Nº Horas Prácticas	:	

DESCRIPCIÓN

El objetivo de esta asignatura es interiorizar al alumno de las principales características que presenta la sociedad del conocimiento y cómo se insertan en ellas las nuevas formas de gestionar la comunicación. Se realizará un análisis detallado de los diversos instrumentos que se usan para producir conocimiento evaluándolos desde el punto de vista técnico y teniendo presente los valores.

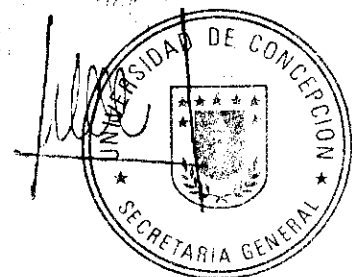
OBJETIVOS GENERALES

Al finalizar el curso el alumno deberá ser capaz de:

1. Describir las principales características de la sociedad del conocimiento.
- 2.- Relacionar la sociedad del conocimiento con la cultura, la educación, la innovación.
3. Caracterizar el papel que juegan los medios de comunicación las TICS y otros instrumentos en la Sociedad del Conocimiento.
4. Analizar el papel que juega la gestión del conocimiento en las organizaciones.
5. Evaluar los desafíos éticos que se presentan en este escenario cambiante

CONTENIDOS

- 1.-Sociedad de la Información y Globalización Cosmopolita.
- 2.-Telépolis: Redes de la Nueva Ciudad y Tecnologías para el Bienestar Social.



- 3.-Cibernética y Cibercultura.
- 4.-Sociedad del Conocimiento y Cultura Hipermoderna.
- 5.-Gestión del Conocimiento e Innovación.
- 6.- Tics, Software Libre y Conocimiento Libre
- 7.- Ética y Sociedad del Conocimiento. En los Límites de la Argumentación Racional.
- 8.- La Comunicación en la sociedad de la información.
 - 8.1.-Los nuevos retos, nuevas medicaciones, nuevas competencias y nuevas perspectivas.
 - 8.2.-La educación en comunicación.
 - 8.3.-Medios de comunicación en la sociedad del ocio.
 - 8.4.-La Globalización e internacionalización de la información.
- 9.-Las Tics en las organizaciones.
 - 9.1.-Las Tecnologías de la Información y la Comunicación y su contribución para el desarrollo de la Sociedad del Conocimiento.
 - 9.2.-Las empresas del conocimiento: Google, Amazon, Dell, eBay.
 - 9.3.-La evolución de la Internet hacia web 2.0 y el nuevo consumidor-productor de información ("prosumer"). Ejemplos como: *Second Life, Youtube, Facebook, Flickr, tywitter*).
 - 9.4.-Aplicación de la web 2.0 en las organizaciones (los blogs y las wikis).
 - 9.5.-La gestión del conocimiento, la innovación y la creación de capital intelectual.
 - 9.6.- La gestión humana en la organización y la integración de recursos tecnológicos en la web, la intranet y el e-learning.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA

Tendrá modalidad de seminario en el cual cada uno de los integrantes del curso expondrá uno de los tópicos y se hará una discusión orientada a la resolución de los problemas de gestión de proyectos de ciencia, cultura y sociedad en el marco de la sociedad de conocimiento.

EVALUACIÓN

Exposición de cada alumno (40%)

Discusión y participación en clases (30%)

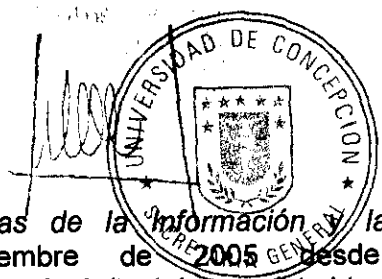
Control de lecturas (2) 15% cada uno.

BIBLIOGRAFÍA

Álvarez A. (2005) *Platón, la esclavitud e Internet*. Revisado el 20 de septiembre de 2005 desde: <http://choyonca.tripod.cl/hojassueltas/>

Au A.& Enderwick, P. (2000), *A cognitive model on attitude towards technology adoption*, Journal of Managerial Psychology, v.15(4), 266-282.

Benghozi P. (2001) *Technologies de l'information et organisation : de la tentation de la flexibilité à la centralisation*. Artículo publicado en la revista «Gestión 2000». Desde: <http://crg.polytechnique.fr/fichiers/crg/publications/pdf/2004-07-13-409.pdf>



Canella R. *Hacia una epistemología de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's)*, Revisado el 20 de septiembre de 2005 desde: <http://www.areacomunicacion.redcom.org/investigacion/epistemologia/textobaseepiste.htm>

Carli, S. (2005) (Dirección-Compilación). *Estudios sobre comunicación, educación y cultura. Una mirada a las transformaciones recientes de la Argentina*. Ediciones La Crujía: Buenos Aires.

Castells, M. (1999). *La era de la Información: economía, sociedad y cultura. La Sociedad Red*. Vol 1. Madrid: Siglo XXI

Castells, M. (2000) *The rise of the network society* (second edition). Malden, Blackwell Publishers

Child, J (1984) *New technology and developments in management organization*. Omega 12:211-223.

Cisneros, I. García, C. y Lozano, I. (2004, Agosto 23) *¿Sociedad de la Información – Sociedad del Conocimiento?, la educación como mediadora. Sociedad de la Información y del Conocimiento*. Revisado el 29 de agosto de 2005, desde: <http://www.gobernabilidad.cl/modules.php?name=News&file=article&sid=607>

Cultura digital.

Portal Iberoamericano de Gestión Cultural *Cultura digital*. Boletín Gestión Cultural N° 10, diciembre 2004. ISSN: 1697-073X.
<http://www.gestioncultural.org/gc/boletin/2004/boletinCulturadigital.htm>

Delhaye, C., Dieu, A., Zune, M. (1999), *L'implication des utilisateurs dans les innovations technologiques: un dernier avatar de l'idéologie communicationnelle?* -194. *Communication et Organisation*, v. 15, 173

Goodman, S. (2003). *Seguridad de las redes: Proteger nuestras infraestructuras esenciales. International Telecommunication Union*. [en línea]: <http://www.itu.int/osg/spu/visions/networksecurity/paper3.html>

Grupo de estudios prospectivos sociedad economía y ambiente [GepSea] (2005). *Sociedad del Conocimiento, Gestión del Conocimiento*. Revisado el 28 de agosto 2005 desde: <http://personales.com/venezuela/merida/gepsea/>

Alfabetización digital Algo más que ratones y teclas.

Gutiérrez Marín, Milagros. *Alfabetización digital Algo más que ratones y teclas*. Gedisa, Barcelona, 2003. 256 pág. ISBN: 84-7432-877-2.

Harasim, L. (2000). *Naturaleza y Características de las Comunidades Virtuales de Aprendizaje (CVA) y de los grupos en Red (GR)* Revisado el 29 de septiembre desde: <http://redescolar.ilce.edu.mx/redescolar/biblioteca/articulos/pdf/naturaleza.pdf>

Harasim, L.; Hiltz, S.R.; Turoff, M. y Teles, L. (2000). *Redes de aprendizaje. Guía para la enseñanza y el aprendizaje en red*. Revisado el 29 de septiembre desde: <http://www.cica.es/aliens/revfuentes/num3/RECENSIONES/www%20Recensi%F3n%20Ha>

[rasim.htm](#)



Joyanes, L. (noviembre, 1999). *Cambios tecnológicos y la nueva sociedad de la información (cibersociedad)*, Revista Vivat, N° 10, año II. Revisado el 12 de septiembre 2005 desde:

<http://www2.uah.es/vivatacademia/anteriores/diez/cibermaneras.htm#NOTA%202>

Kalakota, R. *La revolución de la tecnología en la información*. Revisado en 2006, desde: <http://www.centrodeconocimiento.com/escritos/revotics.htm>

Magallon Rosa, R. (2008) *La Historia Multimedia, La Transformación de la memoria evenemencial*. HAOL, Núm. 17 (Otoño, 2008), 169-174

Mari Sáez, V. (2005) *Globalización, nuevas tecnologías y comunicación*. Revisado el martes 13 de septiembre de 2005 desde:

<http://www.cnice.mecd.es/tvmav/n/eduymedios/documentos/14Globalizaci%F3n%20NNTT%20Victor.rtf>

Marín, A. Trelles, I. Zamarrón, G. (2005) *Mass Media y Universidad el reto de la comunicación en las universidades*. Universidad de Granada:

Marty, R. (2004) *Flows of Signs on a Network*, Razón y Palabra, abril- mayo 2004. Revisado el 27 de enero desde:

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n38/rmarty.html>

Negroponte, N. (1995). *El mundo digital*, España. Ediciones B, S.A., 2000.

***Pérez Tornero, J.** (2000). *Comunicación y educación en la Sociedad de la Información*. Barcelona: Ed. Paidós PC.

La alquimia de las multitudes. Cómo la web está cambiando el mundo.

Pisani, Francis. Pietet, Dominique. *La alquimia de las multitudes: Cómo la web está cambiando el mundo*. Barcelona, Paidós Comunicación, 2009. 300 pág. ISBN: 978-84-493-2196-2.

***Piscitelli, A.** (2002). *Ciberculturas 2.0*. Barcelona: Paidós

Piscitelli, A. (2005) *Internet: la Imprenta del Siglo XXI*, Gedisa, Barcelona.

Ramonet, I. (2000). *La golosina visual*. Madrid: Editorial Debate.

Ranft, A. & Lord, M. (2002), *Acquiring new technologies and capabilities : a grounded model of acquisition implementation*, Organisation Science, v.13(4), 420-441.

Silva, E. (1996). *Ética Postmodernidad y Globalización*. Revisado el 20 de septiembre de 2005 desde: <http://www.cess.org.ar/macro/43-jul99/0799doc3.htm>

Trejo, R. (2001). *Vivir en la Sociedad de la Información: Orden global y dimensiones locales en el universo digital*. Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación N° 1. Revisado el 21 de septiembre de 2005 desde: <http://www.campus-oei.org/revistactsi/numero1/trejo.htm>

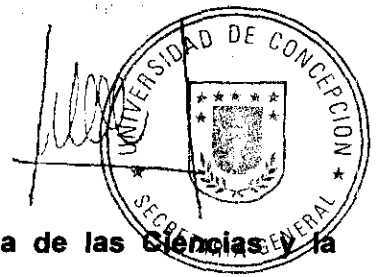


Urribarri R, (2003) *Las TIC's en América Latina y el Caribe en el contexto de la globalización. Revisado desde*
<http://funredes.org/mistica/comunidad/contenido/docupart/doc14.html>

Wolton, D. (2004). *Modernidad*, Revisado el 21 de Septiembre de 2005 desde
http://www.wolton.cnrs.fr/glossaire/esp_modernidad.htm

Wolton D, (2008) *Las falsas promesas de la sociedad de internet*
<http://www.scribd.com/doc/6893725/Wolton-Dominique-Las-falsas-promesas-de-la-Sociedad-Internet>
Wolton .D (2000)

Zilli Manica, J. (2005) *Lyotard y la modernidad*. Revisado el 20 de Septiembre 2005 desde: <http://www.geocities.com/fdomauricio/lyotardylapostmodernidad>



IDENTIFICACIÓN

Nombre Asignatura	:	Apropiación ciudadana de las Ciencias y la Tecnología
Tipo De Asignatura	:	Básica
Duración	:	Semestral
Créditos	:	3
Nº Horas Teóricas	:	48
Nº Horas Prácticas	:	

DESCRIPCIÓN

Esta asignatura analiza los principales modelos y estrategias de comunicación vigentes que se usan para lograr la apropiación del conocimiento y participación ciudadana en proyectos culturales y sociales.

OBJETIVOS GENERALES

Los alumnos deberán ser capaces de reconocer la estrategia más adecuada para estimular la participación ciudadana en iniciativas científicas, tecnológicas, culturales y sociales.

Los alumnos deberán ser capaces de diseñar una estrategia de apropiación ciudadana para un proyecto específico.

CONTENIDOS

1. Construcción y gestión de espacios interaccionales.
 - 1.1. Uso y ocupación del espacio público para la apropiación del conocimiento.
 - 1.2. Diseño de campañas de valoración Pública de la Ciencia, Tecnología y Cultura.
2. Diseño de redes sociales.
 - 2.1. Gestión de redes territoriales, institucionales y multidisciplinarias.
 - 2.2. Gestión de programas e iniciativas para el encuentro del mundo científico con la ciudadanía.
 - 2.3. Administración y uso de las Tics para conceder poder a la ciudadanía para la apropiación de los proyectos científicos, culturales y sociales.

3. Producción y gestión de eventos para la apropiación de la C&T y proyectos sociales
- 4.- Diseño y producción de Publicaciones para la apropiación de la C&T y proyectos sociales.



ESTRATEGIA DIDÁCTICA

Clases expositivas

Análisis de casos

Solución de problemas

Exposiciones grupales

Reuniones con expertos

EVALUACIÓN

Certamen (10%)

Proyectos Grupales (30%)

Diseño de estrategia para un caso (40%)

Organización de un evento (20%)

BIBLIOGRAFÍA

López, José et al. (2009) *Apropiación Social de las Ciencias*. Madrid: Biblioteca Nueva.

Lozano, Mónica (2005) *Programas y experiencias en popularización de las ciencias y la tecnología*. Bogota: Convenio Andrés Bello.

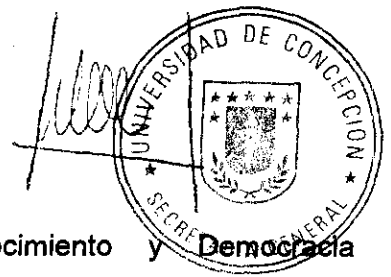
Massarani, Luisa (2005) *O pequeno cientista amador*. Rió de Janeiro: Terra Incognita.

Public Understanding of Science. Editorial Sage Open. Bimensual.

www.uk.sagepub.com/sageopen.sp

Reygados, Luis (2006) *La apropiación. Destejiendo las redes de la desigualdad*, Madrid: Anthropos.

Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad. Organización de Estados Iberoamericanos. On line, www.revistacts.net



IDENTIFICACIÓN

Nombre Asignatura	:	Sociedad del Conocimiento y Participativa.
Tipo De Asignatura	:	Básico
Duración	:	1 semestre
Créditos	:	3
Nº Horas Teóricas	:	48
Nº Horas Prácticas	:	

DESCRIPCIÓN

En el contexto de la globalización y de la transnacionalización de la economía, y la sociedad del conocimiento, se analizan los procesos sociales que están conformando la sociedad actual y los factores que dificultan y facilitan la construcción de una sociedad más democrática.

La construcción democrática del espacio público implica revisar también la cultura como experiencia subjetiva donde la participación y la ciudadanía buscan articular una nueva relación entre la sociedad civil y el Estado.

OBJETIVOS GENERALES

1. El estudiante será capaz de conocer y analizar los nuevos procesos sociales que están conformando el espacio de los públicos en la sociedad.
2. El estudiante desarrollará estrategias para analizar los procesos que están conformando la cultura y la ciencia en la sociedad de hoy.
3. El estudiante comprenderá cuales son los temas emergentes que están conformando las nuevas subjetividades de los movimientos sociales.

CONTENIDOS

1. la Globalización en la Sociedad actual
 - 1.1. Cultura Ciencia y democracia.
 - 1.2. Los nuevos actores emergentes
 - 1.3. La construcción de Redes y capital social
2. Sociedad Civil y democracia
 - 2.1. Las nuevas teoriza democráticas



2.2 Crisis de representación y participación ciudadana.

2.3 La emergencia de los nuevos derechos y de los nuevos movimientos sociales.

3. La Ciencia y la Cultura:

3.1. Las nuevas condiciones para la producción cultural

3.2 La Democratización de la Ciencia.

3.3 la gestión de lo público desde la sociedad civil.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA

El trabajo se desarrollará a través de clases expositivas del profesor, presentación de trabajos por parte de los alumnos tipo Seminario. Trabajos individuales y en equipos, estudio de casos y trabajos en terreno.

EVALUACIÓN

Trabajo práctico: 30%

Ensayo: 30%

Trabajo monográfico final: 40%

BIBLIOGRAFÍA

Arendt Hannah (2006) *Tiempos Presentes*. Editorial Gedisa. Barcelona España.

Bilbeny, Norbert (1997) *La Revolución En La Ética. Hábitos Y Creencias En La Sociedad Digital*. Premio Anagrama De Ensayo. 201 P.

Calame, Pierre (2009). "Hacia Una Revolución De La Gobernanza". *Reinventar La Democracia*". Ediciones Lom, Santiago de Chile.

Canclini G, Nestor (1995). *Consumidores Y Ciudadanos. Conflictos Multiculturales de la Globalización*. Ed. Grijablo, S.A. México.

Castells, Manuel (1999): *La Era De La Información.*, Vol. I.: *La Sociedad Red*. Vol. II: *El Poder De La Identidad*. Ed. Siglo XXI, México.

Castro, Bernardo (1992) *"El Desarrollo Regional Desde El Mundo Social"*. Ed. Aníbal Pinto Y Centro Itata, Concepción Chile.

Chonchol, Jacques (1999) *"¿Hacia Donde Nos Lleva La Globalización?. Reflexiones Para Chile"*. Ed. U. Arcis – Lom, Santiago De Chile.

Dierckxses, Win. (1997) *Los Límites de Un Capitalismo Sin Ciudadanía*. Editorial Universidad De Costa Rica. Departamento Ecuménico de Investigaciones (Dei), San José de Costa Rica, 99 P.

Drake Paul, Jaksic Ivan (Compiladores) (1999). *El Modelo Chileno, Democracia Y Desarrollo*

En Los 90. Ediciones Lom. Santiago de Chile.



Giddens, Anthony (2000): El Mundo Desbocado, Los Efectos de La Globalización en Nuestras Vidas. Ed. Taurus S.A., Buenos Aires, Argentina.

Gobierno Regional Del Bío Bío (2009). Estrategia Regional De Desarrollo. Región Del Biobío 2008-2015. Concepción Chile.

Klinsberg, Bernardo. Tomassini, Luciano (Compiladores) (2000) "Capital Social Y Cultura: Claves Estratégicas Para El Desarrollo". Ed. Banco Interamericano De Desarrollo Y Fce.

Mattelart, Armand (2002). Geopolítica De La Cultura. Ed. Lom, Trilce, Santiago De Chile.

Perez Tornero, J.M.(2000) "Comunicación Y Educación En La Sociedad De La Información. Nuevos Lenguajes Y Conciencia Crítica". Ed. Paidós, Barcelona, España.

Pnud (1998) Desarrollo Humano En Chile 1998. "Las Paradojas De La Modernización". Programa De Las Naciones Unidas Para El Desarrollo (Pnud), Santiago-Chile, 254 P.

Pnud (2000). Desarrollo Humano En Chile 2000. "Más Sociedad Para Gobernar El Futuro". Pnud, Santiago-Chile.

Pnud 2002. Informe De Desarrollo Humano En Chile. Nosotros Los Chilenos, Un Desafío Cultural. Editorial Pnud, Onu, Santiago De Chile.

Pnud (2009). Desarrollo Humano En Chile: La Manera De Hacer Las Cosas. Ediciones Programa De Naciones Unidas Para El Desarrollo. Santiago De Chile.

Preston W. Peter (1999): Una Introducción A La Teoría Del Desarrollo. Ed. Siglo Xxi, México.

Oecd (2009),Oecd Territorial Reviews Chile. Edic. Oecd, Paris Francia.

Oecd (2008) Gender And Sustainable Development, Maximising The Economic, Social And Environmental Role Of Women. Edic. Oecd, Paris, Francia.

Oecd (2009) Contribution Of The Higher Education Institutions (Hei) To The Development Of The Bio Bio Region. Self-Evaluation Report For The Bio Bio Region. Concepcion, Chile.

Sen, Amartya (1998) Bienestar, Justicia Y Mercado. Edic. Paidós. Barcelona-España.

Unesco (1995) Dimensión Cultural Del Desarrollo. Hacia Un Enfoque Práctico. Ediciones Unesco, 233 P.

Unesco (1996) Esa Esquiva Modernidad. Desarrollo, Ciudadanía Y Cultura En América Latina. Organización De Las Naciones Unidas Para La Educación, La Ciencia Y La Cultura-Unesco, Editorial Nueva Sociedad, Caracas-Venezuela, 14 P.

Unesco (1996) La Educación Encierra Un Tesoro. Informe De La Comisión Internacional Sobre Educación Para El Siglo Xxi. Ed. Santillana, Unesco, Madrid, España.

Unesco (1997) Nuestra Diversidad Creativa. Informe De La Comisión Mundial De Cultura Y Desarrollo. Ediciones Unesco, 211 P.

Unesco (1998) Declaración Mundial Sobre La Educación Superior En El Siglo Xxi: Visión, Acción Y Marco De Acción Prioritaria Para El Cambio Y El Desarrollo De La Educación Superior. Ed. Unesco Paris, Francia.

Unesco-Onu (1999) La Ciencia Para El Siglo Xxi; Una Nueva Visión Y Un Marco De Acción. Santo Domingo-Budapest. 1999. Unesco-Uruguay.

Varios Autores (2005) Industrias Culturales: Un Aporte Al Desarrollo. Ed. Lom, Santiago De Chile.

Soros, George (1999): La Crisis Del Capitalismo Global, La Sociedad Abierta En Peligro. Ed. Sudamericana, Buenos Aires (3° Edición).

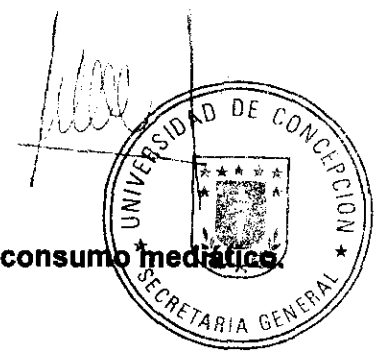
Stiglitz, Joseph (2002). El Malestar De La Globalización. Ed. Taurus, Buenos Aires, Argentina.

Valenzuela, Felicitas (2008). Hannah Arendt: Amor Mundi. Narrar, Comprender, Juzgar. Ediciones Escaparate, Concepción Chile.

Villasante, Tomas; Análisis Cualitativo De Las Redes Sociales. Universidad Complutense De Madrid.

Varas Augusto, Abregu Martin Y Otros (2006): La Propuesta Ciudadana Una Nueva Relación Sociedad Civil- Estado.





IDENTIFICACIÓN

Nombre Asignatura : **Investigación y análisis de consumo mediático.**

Tipo De Asignatura : **Básica**

Duración : **48**

Créditos : **3**

Nº Horas Teóricas : **2**

Nº Horas Prácticas :

DESCRIPCIÓN

El propósito de esta asignatura es determinar el perfil de los distintos segmentos de consumidores, analizar las perspectivas de futuro de estas nuevas tendencias en la compra y consumo de medios, y debatir el interés que pueden suponer para el desarrollo de los mercados locales, tradicionalmente más desfavorecidas en el consumo mediático.

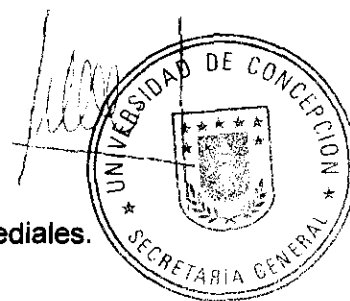
OBJETIVOS GENERALES

El estudiante será capaz de:

1. Describir las características socioeconómicas, los estilos de vida y las actitudes de compra de los segmentos de consumidores que han adoptado las nuevas tendencias de consumo.
2. Caracterizar las motivaciones de consumo y de no consumo de los segmentos de población que han adoptado las nuevas tendencias.
3. Cuantificar los segmentos de consumidores actuales y los potenciales para las actuales tendencias de consumo.
4. Analizar la influencia de las nuevas tendencias de consumo para el desarrollo local y regional.
5. Relacionar los hábitos de consumo con las principales variables sociodemográficas: género, clase social, edad, nuevas tecnologías.
6. Revisar las principales manifestaciones contemporáneas del fenómeno del consumo. Estudio de los nuevos medios de consumo.
7. Revisar los principales métodos y prácticas de investigación en sociología del consumo: prácticas cualitativas y técnicas cuantitativas.

CONTENIDOS

- 1.- Modelos teóricos de la sociedad de consumo
- 2.- Conocimiento de las técnicas y los modelos de programación mediales.
- 3.- Investigaciones sobre hábitos de consumo mediático.
- 4.- Estudios de Consumo cultural y recepción mediática en América Latina.
- 5.- Mediaciones y uso social de los medios.
- 6.- Modos de leer los mensajes mediáticos.
- 7.- Crítica a la autonomía del prosumidor.



ESTRATEGIA DIDÁCTICA

- Estudio de caso sobre los hábitos de consumo.
- Exposición de grupo de discusión sobre nuevas tendencias sobre consumo.
- Exposición de trabajos grupales sobre estudios de hábitos de consumo en Chile.

A lo largo del curso se revisarán y discutirán los artículos seleccionados, con miras a reflexionar sobre los ejes de investigación definidos para el trabajo final. En virtud de ello es indispensable la lectura de los textos y la participación en los debates en el aula. Adicionalmente, se realizarán comprobaciones de lectura con periodicidad y exposiciones orientadas a motivar la discusión.

En esta asignatura se espera que los estudiantes, por un lado, participen en el diseño y realización de una investigación conjunta en torno al consumo mediático cultural en Chile (específicamente de sectores populares). Y por otro, delineen sus propias líneas de investigación para abordar de manera cualitativa los procesos de recepción, lectura e interpretación de mensajes mediáticos por parte de sectores previamente seleccionados.

EVALUACIÓN

Sistema de Evaluación

En la evaluación del estudiante se tomará en cuenta la participación en clases, las comprobaciones de lectura, las exposiciones y el proyecto final de investigación en equipos.

De acuerdo con la distribución de las unidades de trabajo, los alumnos deben aprobar un examen teórico sobre el contenido de la asignatura, y presentar dos trabajos prácticos sobre análisis y estudios de programación y audiencias que se elaborarán durante el curso. La nota final de la asignatura se obtendrá de la media (al 50%) de:

- Prueba escrita final sobre los contenidos teóricos. 50%
- Dos trabajos equivalente al 50%.

Para aprobar la asignatura es necesario rendir satisfactoriamente las dos partes -teoría y

práctica- de la materia.

- Tiempo de estudio y trabajo personal

Los estudiantes deben realizar trabajos de análisis sobre modelos de programación y medición de audiencias, junto con la asistencia a las clases y de la lectura de la bibliografía complementaria necesaria para elaborar los trabajos prácticos.



Recomendaciones para el estudio de la asignatura.

Para optimizar el rendimiento de los estudiantes en la aprobación de esta asignatura se recomienda, además de la asistencia a las clases teóricas y prácticas, la consulta de la bibliografía recomendada por los docentes en cada caso, quien también facilitará a los alumnos textos y materiales complementarios de ayuda sobre los aspectos que así lo requieran, tanto de la parte teórica como de la aplicación práctica de los contenidos (especial importancia tendrá la consulta sistemática de algunas webs indicadas por el docente).

BIBLIOGRAFÍA

Aldridge, A. (2003): Consumption, Cambridge, Polity Press.

AGUIRRE, M.S., Aldamiz-Echevarría, C., Charterina, J., Vicente, A., (2003) El consumidor ecológico. Un modelo de comportamiento a partir de la recopilación y análisis de la evidencia empírica. *Distribución y Consumo*, 67, 41-54.

* CURREN, J: Curran, James. (1998) "El Nuevo Revisionismo en la Investigación de la Comunicación de Masas: Una nueva valoración" En: Curran J, Morley D. y Walkerdine (comp) *Estudios culturales y comunicación*. Paidós. Barcelona

GARCÍA CANCLINI, N. (1995) Consumidores y ciudadanos. Grijalbo. México.

* GARCÍA CANCLINI, Néstor (1999) "El consumo cultural: una propuesta teórica". En: Sunkel, G. (coord.) *El consumo cultural en América Latina*. Convenio Andrés Bello. Bogotá.

* HALL, STUART. Codificar y decodificar. Disponible en: <http://www.nombrefalso.com.ar/materias/apuntes/pdf/hall3.pdf>

MARTÍN BARBERO, J. (1995) *De los medios a las mediaciones*. Gustavo Gili. México D.F.

MARTÍN BARBERO, J. (1992) *Televisión y melodrama*. Tercer Mundo. Bogotá.

* MARTÍN BARBERO, Jesús. "Recepción de medios y consumo cultural. Travesías". En: Sunkel G. *El consumo cultural en América Latina*. Convenio Andrés Bello. Bogotá

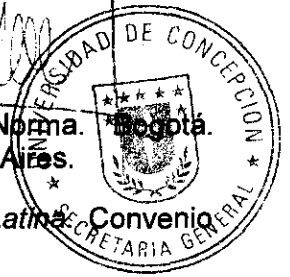
* MATA, MARIA CRISTINA. "Interrogantes sobre el consumo mediático" En: *Nueva sociedad*. N° 140. Nov-dic 1995. pp. 91-101.

MATA, MARIA CRISTINA (1999). "Radio: memorias de recepción. Aproximaciones a la identidad de los sectores populares" En: Sunkel G. *El consumo cultural en América Latina*. Convenio Andrés Bello. Bogotá

MATTELART, ARMAND (1998). "Lo que está en juego en la globalización de las redes". En: Ramonet, I. (ed.) *Internet el mundo que llega*. Alianza. Madrid. pp. 19- 31.

OROZCO, GUILLERMO (1997) "Medios, audiencias y mediaciones". *Comunicar*. N° 8.

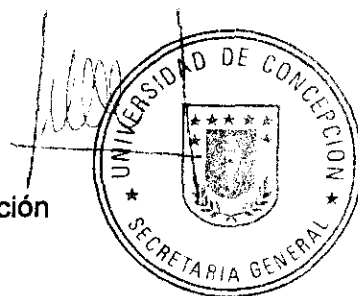
OROZCO, GUILLERMO (2001) *Televisión, audiencias y educación*; Norma. Bogotá.
* OROZCO, GUILLERMO (2002) *Recepción y mediaciones*. Norma. Buenos Aires.
SUNKEL, GUILLERMO (1999) (coord.) *El consumo cultural en América Latina*; Convenio Andrés Bello. Bogotá.



*SUNKEL, GUILLERMO (2001) "El estado del arte en los estudios de consumo cultural". En: Mejía Arango. *Economía y cultura*. Convenio Andrés Bello. Bogotá.
*SUNKEL, GUILLERMO (2001) "Modos de leer en sectores populares. Un caso de recepción". *Nueva Sociedad*. Núm. 175, sep-oct. Caracas. pp. 143-175.

IDENTIFICACIÓN:

Nombre de Asignatura	:	Creatividad e Innovación
Tipo de Asignatura	:	Básica
Duración	:	48 horas.
Créditos	:	3
Nº Horas Teóricas	:	2
Nº Horas Prácticas	:	



DESCRIPCIÓN:

Este curso busca explorar y profundizar el tema de la creatividad aplicada y su relación con la innovación, como factores claves del desarrollo profesional y personal en un mundo cambiante. Incorpora distintas herramientas para fomentar el trabajo creativo e incentivar la innovación en el quehacer profesional de la gestión comunicativa.

OBJETIVOS:

General:

1. Comprender y valorizar el aporte de la creatividad y la innovación en la gestión comunicativa.

Específicos:

1. Identificar enfoques y teorías explicativas del fenómeno de la Creatividad.
2. Reconocer aspectos componentes de la creatividad: el sujeto, el proceso y el producto creativo.
3. Identificar tipologías de la innovación, según su aplicación y su grado de originalidad.
4. Identificar técnicas para la eficacia creativa y el desarrollo de la innovación.
5. Aplicar el enfoque creativo en distintos ámbitos de la gestión de la comunicación.

CONTENIDOS:



1. Fundamentos de la creatividad y la innovación en la Sociedad del Conocimiento.
 - 1.1 La creatividad y la innovación como factor de éxito personal y profesional.
2. La Creatividad
 - 2.1 Componentes de la Creatividad: El sujeto, el proceso y el producto creativo.
 - 2.2 El entorno: Bloqueos de la creatividad y generación de ambientes que estimulan el desarrollo del pensamiento creador.
 - 2.3 Técnicas para la eficacia creativa en distintos ámbitos de la gestión de la comunicación.
3. La innovación
 - 3.1 El concepto
 - 3.2 Innovación y desarrollo personal.
3. Tipologías de la innovación, según su aplicación y grado de originalidad: innovación de producto, innovación de proceso, innovación radical, innovación incremental.
4. Técnicas para el fomento de la innovación.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA:

Para el desarrollo de habilidades creativas se requiere ser participante activo y un sujeto reflexivo de su proceso de formación intelectual. En este contexto, la organización didáctica del curso comprende el empleo de distintas modalidades pedagógicas que potencian el trabajo individual y el trabajo colaborativo. Al mismo tiempo, se promueve la sistematización y construcción de conceptos, la producción de nuevas lecturas acerca de los temas abordados y el posicionamiento personal en torno a las materias revisadas.

En lo que concierne a las estrategias formativas, se favorece una estrategia de enseñanza que permite:

- Incentivar la reflexión desde la experiencia, las vivencias y los aprendizajes previos, para articularlos con la nueva información presentada en el curso.

- Emplear una variedad de recursos: bibliografía específica, portales (web, material periodístico, humorístico, literario, etc. que permita caracterizar su comprensión y posterior divulgación de las temáticas en estudio.

- Promover el uso de un modo de expresión oral y escrito, propio del lenguaje académico.
- Analizar casos ilustrativos de la temática en estudio. Realizar aportes críticos.
- Elaborar informes, análisis y estudios críticos de documentos presentados en el curso.

EVALUACION:

- Revisiones bibliográficas: 30%.
- Elaboraciones conceptuales: 30%
- Informe monográfico final y exposición: 40%.

Nota: La asistencia y participación en las sesiones de trabajo es un requisito fundamental de aprobación, debido a la naturaleza del curso. .

BIBLIOGRAFIA BASICA:

Betancourt L (2007): Condiciones para propiciar atmósferas creativas.

* Csikszentmihalyi, M. (1998): *Cratividad: El flujo de la psicología, del descubrimiento y la invención*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Drucker, P. F. (2002): *The Discipline of Innovation*. Harvard Business School Publishing.

* Gardner, H. (1995) *Mentes creativas. Una anatomía de la creatividad vista a través de las vidas de Sigmund Freud, Albert Einstein, Pablo Picasso, Igor Stravisnky, T.S.Elliot, Martha Graham, Mahatma Gandhi*. Barcelona: Paidós Ibérica, S.A.

Goleman, D.; Kaufman, P. y Ray, M. (2000): *El espíritu creativo*. Buenos Aires: Ediciones B.

Monreal, C. A. (2000): *Qué es la creatividad*. Ediciones Biblioteca Nueva, S.L. Madrid.

* Sternberg, R; Lubart, T. (1997) *La creatividad en una cultura conformista: un desafío de masas*". Paidós Ibérica.

Hacia una estrategia nacional de Innovación para la competitividad. (2007): Libro Blanco de la Innovación en Chile, Vol I. Consejo Nacional de Innovación para la competitividad. Santiago de Chile.



Hacia una estrategia nacional de Innovación para la competitividad. (2008): Libro Blanco de la Innovación en Chile, y Vol. II Consejo Nacional de Innovación para la competitividad. Santiago de Chile

Rodríguez P., J. (2004) "*Sobre creatividad e innovación*". Revista Madrid. Revista de Investigación en gestión de innovación y tecnológica. Nº23. mayo-junio. Universidad Autónoma de Madrid, España.



IDENTIFICACIÓN

Nombre Asignatura	:	Convergencia multimedia y lenguaje periodístico en internet
Tipo De Asignatura	:	Básica
Duración	:	48 Horas
Créditos	:	3
Nº Horas Teóricas	:	2 horas
Nº Horas Prácticas	:	

DESCRIPCIÓN

- Esta asignatura explica los fundamentos teóricos y modalidades prácticas de los procesos de convergencia e integración de redacciones en las empresas periodísticas. A partir de esos principios, ofrece orientaciones prácticas para el desempeño editorial en medios digitales, haciendo especial hincapié en el aprendizaje de nuevos lenguajes multimedia y en la redacción periodística para internet.

OBJETIVOS GENERALES

- De conocimientos:
 - 1) Conocer los fundamentos teóricos y las modalidades prácticas de los procesos de convergencia en las empresas periodísticas.
 - 2) Conocer los principios comunicativos de los mensajes periodísticos en internet.
 - 3) Familiarizarse con los formatos periodísticos multimedia de última generación.
- De habilidades:
 - 1) Desarrollar un sentido crítico para proyectar, analizar y mejorar productos periodísticos en internet.
 - 2) Incrementar la creatividad en la planificación de contenidos para plataformas digitales.
 - 3) Desarrollar aptitudes redaccionales y oratorias, para una defensa efectiva de proyectos profesionales.

CONTENIDOS

1. Presentación del curso: temas, objetivos, trabajos y materiales
2. Convergencia periodística e integración de redacciones
 - 2.1. Concepto y tendencias
 - 2.2. Casos internacionales
3. Lenguaje periodístico en internet
 - 3.1. Fundamentos: hipertextualidad, interactividad, multimedialidad
 - 3.2. Técnicas: estructura y estilo de la información ciberperiodística
4. Géneros periodísticos multimedia
5. Análisis editorial de publicaciones periodísticas en internet

ESTRATEGIA DIDÁCTICA

Clases teóricas presenciales:

1. Explicaciones teóricas, apoyadas en presentaciones
2. Análisis de casos
3. Coloquio entre el profesor y los alumnos

Clases prácticas presenciales:

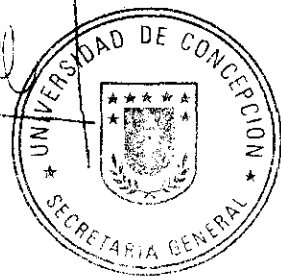
1. Navegación orientada por sitios web
2. Análisis de publicaciones periodísticas en internet

Trabajo final individual, con presentación oral

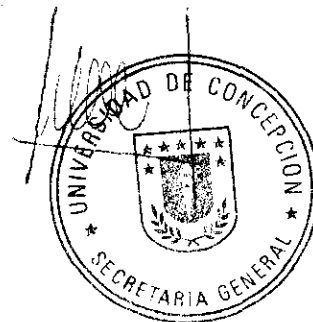
1. Elaboración individual, tutelada por el profesor, de un análisis de una publicación digital, con base en los criterios propuestos por el profesor. Este análisis, basado en un modelo DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades), deberá concentrarse en proponer ideas para la mejora editorial de la publicación. Cada alumno deberá presentar su trabajo oralmente ante el profesor y el resto de los alumnos.

EVALUACIÓN

1. Participación activa en clase (20%)
2. Trabajo final individual y defensa oral (80%)



BIBLIOGRAFÍA



OBLIGATORIA

Salaverría, R. y Negrodo, S. (2008). Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones. Barcelona: Sol 90 Media.

Salaverría, R. (2005). Redacción periodística en internet. Pamplona: EUNSA.

RECOMENDADA

Díaz Noci, J. y Salaverría, R. (coords.) (2003). Manual de Redacción Ciberperiodística. Barcelona: Ariel.

Jenkins, H. (2006) Convergence Culture. Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press.

Kawamoto, K. (2003) Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers.

Kolodzy, J. (2006) Convergence Journalism. Writing and Reporting across the News Media. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.

Quinn, S. (2005) Convergent Journalism: The Fundamentals of Multimedia Reporting. New York: Peter Lang.

Sabadin, V. (2007) El último ejemplar del New York Times. El futuro de los periódicos en papel. Barcelona: Editorial Sol90.

Salaverría, R. (coord.) (2005). Cibermedios. El impacto de internet en los medios de comunicación en España. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.



IDENTIFICACIÓN

Nombre Asignatura	:	Transferencia del conocimiento científico y tecnológico en la cultura global.
Tipo De Asignatura	:	Básica
Duración	:	48
Créditos	:	3
Nº Horas Teóricas	:	
Nº Horas Prácticas	:	

DESCRIPCIÓN

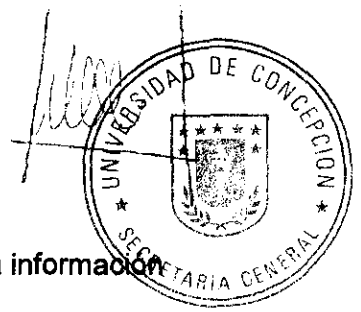
- Modelos de transferencia para proyectos I+D; transferencia tecnológica y proyectos de divulgación de C&T, culturales y sociales. Construcción de redes, Comunidades en red, trabajo cooperativo, team building.
- El curso busca proveer a los alumnos de una visión comprensiva y holística del fenómeno de la innovación.

OBJETIVOS GENERALES

1. Conocer los pilares fundamentales de la gestión del conocimiento
2. Aplicar los modelos de transferencia a la tecnología y la ciencia.
3. Aprovechar las fortalezas de la web en la distribución de la información y divulgación del saber científico y tecnológico.
4. Ser capaz de construir y gestionar comunidades en red.
5. Evaluar éticamente el uso de la web en la Gestión del Conocimiento.

CONTENIDOS

1. Gestión y transferencia del conocimiento
 - 1.1. Comunicación, conocimiento y tecnología digital
 - 1.2. La transmisión de la información y el crecimiento del conocimiento



- 1.3. Modelos clásicos de transferencia
2. Modelos de transferencia para proyectos I+D
 - 2.1. Transferencia de resultados de la investigación en la sociedad de la información
 - 2.2 La comunicación científica y tecnológica
 - 2.3 Observatorios virtuales de transferencia tecnológica
 - 2.4 La divulgación de la cultura en la web 2.0
 - 2.5 Aspectos éticos en la Transferencia.
3. Transferencia del conocimiento y redes sociales
 - 3.1. Compartir conocimiento bajo un nuevo paradigma
 - 3.2. Construcción de comunidades en red
 - 3.3. La web como soporte comunitario y de conocimiento
 - 3.4. Aspectos éticos de las Redes Sociales
4. La “nueva” ciencia de las redes
 - 4.1. Redes y relaciones
 - 4.2. Desarrollo histórico
 - 4.3. Modelos de redes sociales
 - 4.4. Análisis de redes en entornos organizacionales

ESTRATEGIA DIDÁCTICA

- Clases expositivas
- Análisis de casos
- Trabajos prácticos

EVALUACIÓN

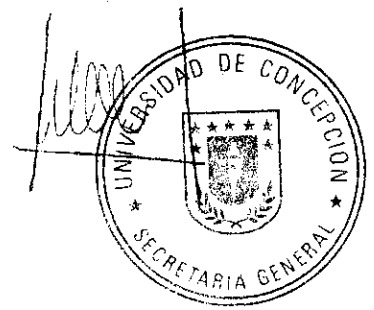
Trabajo práctico al finalizar el curso.

BIBLIOGRAFÍA

- Carrascosa, J.L. (2003) De la Sociedad de la Información a la Sociedad del Conocimiento/Comunicación. Madrid: Arcadia.
- Casado, J.M. (Coord.) (2004) Desaprendizaje organizativo. Barcelona: Ariel.
- Chapnick, S. Meloy, J. (2007) Renaissance eLearning. Creating dramatic and



- unconventional learning experiences. San Francisco: Pfeiffer.
- Cobo, C. y Pardo, H. (2008) Planeta web 2.0. Inteligencia colectiva o medios Fast Food. Mexico: Flasco.
- Collison, Ch. y Parcell, G. (2003) La gestión del conocimiento. Lecciones prácticas de una empresa líder. Barcelona: Paidós.
- Harasim, L. et. Al. (2000) Redes de aprendizaje. Barcelona: Gedisa.
- Harris, J. (2001) The learning paradox. Gaining Success & security in a world of change. Oxford: Capstone.
- Lévy, Pierre. 2004. Inteligencia Colectiva por una antropología del ciberespacio. Organización Panamericana de la Salud (Unidad de Promoción y Desarrollo de la Investigación y el Centro Latinoamericano y del Caribe de Información en Ciencias de la Salud. Washington
 - Piscitelli, A. (2009) Nativos Digitales. Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación. Madrid: Santillana.
 - Rheingold, Howard. 2002. Smart Mobs: The Next Social Revolution. Perseus Books Group, Cambridge.
 - Surowieck, J. 2004. Cien mejor que uno, la sabiduría de la multitud o por qué la mayoría siempre es más inteligente que la minoría. Urano: Tendencias. Barcelona.
 - Obeso, C. (2003) Capital Intelectual. Barcelona: Gestión 2000.
 - Wenger, E. (2002) Cultivating Communities of practice. A guide to Managing knowledge. Boston: Harvard Business School Press.
 - Fagerberg, J., Mowery, D. y Nelson, R. "The Oxford Handbook of Innovation". 2006. Editorial Oxford University Press.
 - Cross, R y Parker, A. "The Hidden Power of Social Networks: Understanding How Work Really Gets Done in Organizations". 2004. Editorial Harvard Business Press.
 - Barabasi, A. "Linked: How Everything Is Connected to Everything Else and What It Means" 2003. Editorial Plume.
 - Mann, L. "Leadership, Management, and Innovation in R&D Project Teams". 2005. Editorial Praeger Publishers.



IDENTIFICACIÓN

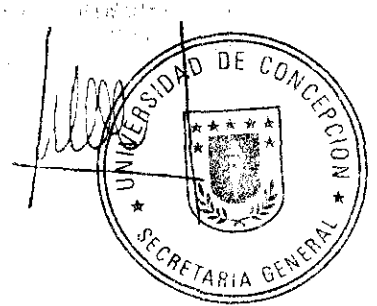
Nombre Asignatura	:	Taller de producción
Tipo De Asignatura	:	Obligatoria
Prerrequisitos	:	Gestión de la Comunicación en la Sociedad del Conocimiento. Apropiación de Ciencia y Tecnología Sociedad del Conocimiento y Democracia Participativa Investigación y análisis de consumo mediático Creatividad e Innovación Convergencia multimedia y lenguaje periodístico en internet Transferencia del conocimiento científico y tecnológico en la cultura global 2 Electivos
Duración	:	64 horas
Créditos	:	4 créditos
Nº Horas Teóricas	:	0 horas
Nº Horas Prácticas	:	4 horas

DESCRIPCIÓN

Esta asignatura está dirigida a apoyar la asignatura Proyecto Final del magíster, entregando las herramientas tecnológicas necesarias para desarrollar un producto comunicacional destinado a la apropiación de la ciencia, cultura, tecnología o desarrollo social.

OBJETIVOS GENERALES

5. Desarrollar un producto comunicacional destinado a la apropiación de la ciencia, cultura, tecnología o desarrollo social.
6. Aplicar formatos multimedia a la generación de contenidos en plataformas digitales.
7. Aplicar herramientas de creatividad en la producción de contenidos para plataformas digitales.
8. Demostrar un compromiso ético en la utilización de las Tic's.



CONTENIDOS

1. Diseño de la información para un producto comunicacional en plataformas digitales.
2. Diseño de la interacción para un producto comunicacional en plataformas digitales.
3. Diseño de la presentación para un producto comunicacional en plataformas digitales.
4. Elaboración de un producto comunicacional en plataformas digitales.
5. Validación técnica del producto.
6. Publicación del producto.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA

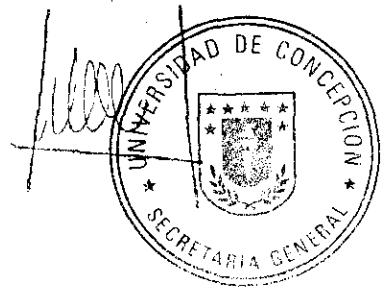
El producto se desarrollará en un taller personalizado, siguiendo los lineamientos propios de cada proyecto.

EVALUACIÓN

3. Participación en talleres (20%).
4. Producto final (aspecto técnico) (80%).

BIBLIOGRAFÍA

- Briggs, Mark (2007). *Periodismo 2.0: Una guía de alfabetización digital*. Texas, EEUU: Knight Foundation.
- Díaz Noci, J. y Salaverría, R. (coords.) (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- Franco, Guillermo (2008). *Cómo escribir para la web*. Texas, EEUU: Knight Foundation.
- Kristof, Ray y Satran, Amy (1998). *Diseño interactivo*. Madrid: Anaya.
- Tutoriales específicos (no se detallan, pues variarán según el software se actualice).



IDENTIFICACIÓN

Nombre Asignatura	:	Trabajo Final
Tipo De Asignatura	:	Obligatoria
Prerrequisitos	:	Gestión de la Comunicación en la Sociedad del Conocimiento. Apropiación de Ciencia y Tecnología Sociedad del Conocimiento y Democracia Participativa Investigación y análisis de consumo mediático Creatividad e Innovación Convergencia multimedia y lenguaje periodístico en internet Transferencia del conocimiento científico y tecnológico en la cultura global. 2 Electivos
Duración	:	80
Créditos	:	5
Nº Horas Teóricas	:	
Nº Horas Prácticas	:	

DESCRIPCIÓN

La asignatura **Trabajo Final** del Magister, consiste en el desarrollo de un proyecto individual orientado a resolver un problema real en la apropiación de la Ciencia, Cultura o Desarrollo Social. Su realización contempla la aplicación de conocimientos adquiridos durante las sesiones teóricas, y la integración de las prácticas realizadas durante el proceso formativo del estudiante.

Para aprobar, el alumno debe analizar y aplicar productos y prácticas comunicacionales en un trabajo multidisciplinario, para demostrar dominio en la resolución de problemas propios del ejercicio profesional de la especialidad con rigurosidad ética, científica y pautas de trabajo guiado. El curso contempla el uso de Tic's y convergencia mediática en un proyecto de resolución de un problema real para la apropiación del conocimiento.

Tiene la duración de un semestre de trabajo con un grupo de investigación, laboratorio,

organización cultural o social. Se realiza en el segundo año del programa de Magister, culmina con la presentación escrita y oral del producto final ante una comisión integrada por académicos del programa.



OBJETIVOS GENERALES

A nivel Instrumental: Generar la capacidad efectiva para resolver problemas prácticos del ámbito de la apropiación de la Ciencia, Cultura o Sociedad, con razonamiento conceptual y pensamiento analítico.

A nivel personal: El estudiante deberá aplicar conocimientos y juicio crítico a contextos con liderazgo, perseverancia y responsabilidad.

A nivel sistémico: Gestionar con creatividad, innovación y calidad la sistematización de conocimientos que vinculen la actividad formativa con el entorno, aplicando estrategias y experiencia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

A nivel académico: Conocer los fundamentos y referentes de la Comunicación Social que permitan desarrollar un análisis crítico. Aplicar métodos de investigación y búsqueda de información para dar respuestas formales a problemáticas del ámbito de estudio.

A nivel actitudinal: Tomar decisiones en equipo de forma creativa, responsable y fundamentada frente a problemas comunicacionales del ámbito de la divulgación científica, cultural o social. Integrar conocimientos transversales asumiendo el impacto y resultados de sus propuestas. Valorar los conocimientos y práctica adquirida como herramienta útil para el desarrollo socio-cultural logrando autonomía en el ejercicio de la disciplina.

A nivel procedimental: Proyectar y resolver un encargo de alta complejidad del ámbito de las comunicaciones. Visualizar sistemas organizacionales y comunicacionales para contextualizar conocimientos. Analizar y construir propuestas de gestión y divulgación del ámbito estudiado dando respuestas divergentes a problemas determinados. Identificar y discriminar elementos del entorno.

CONTENIDOS

Se incluye: Guía de presentación de Proyectos Finales del Magister.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA

El proyecto de grado de magister implica proponer una solución concreta a problemas de gestión comunicacional relacionados con la apropiación en un tema de ciencia, cultura o sociedad y que tienen lugar en un laboratorio, grupo de investigación, organización cultural o social. El estudiante será guiado por un profesor del magister quien se coordinará con el grupo de investigación. El graduando deberá con un grado adecuado de maestría o dominio,

reconocible como tal por pares del ámbito profesional o académico de nivel equivalente o superior.

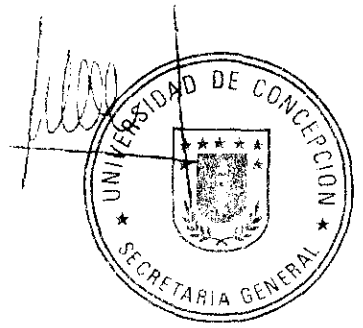


EVALUACIÓN

El trabajo escrito se evaluará con un sistema de entrega de informes de avances.

BIBLIOGRAFÍA

Adecuada al tipo de proyecto que se ejecute.
Comisión de las Comunidades Europeas (1993) "Manual Gestión del Ciclo de un proyecto. Enfoque Integrado y Marco Lógico", Bruselas.



IDENTIFICACIÓN

Nombre Asignatura	:	Actualización en TICS
Tipo De Asignatura	:	Especialización
Duración	:	32 horas
Créditos	:	2 créditos
Nº Horas Teóricas	:	
Nº Horas Prácticas	:	

DESCRIPCIÓN

Esta asignatura, de carácter práctico, está dirigida a entregar las competencias necesarias para utilizar las principales tecnologías de la información en la elaboración de productos comunicacionales destinados a la apropiación de la ciencia, cultura, tecnologías desarrollo social.

OBJETIVOS GENERALES

- 1.- Utilizar herramientas tecnológicas actuales para el acceso y difusión de información.
- 2.- Reconocer distintos formatos digitales y sus posibilidades de aplicación.
- 3.- Producir contenidos utilizando TICs.
- 4.- Demostrar un compromiso ético en la utilización de las Tics.

CONTENIDOS

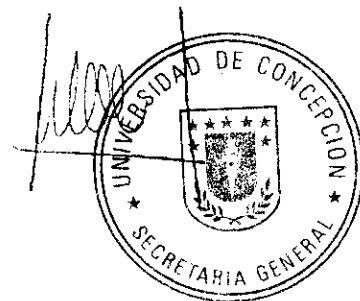
- 1.- Herramientas tecnológicas de búsqueda de información.
- 2.- Herramientas de diseño gráfico digital.
- 3.- Herramientas de publicación de contenidos en la web.
- 4.- Herramientas de diseño multimedia.
- 5.- Herramientas de edición de audio y vídeo digital.

ESTRATEGIA DIDÁCTICA

- Clases prácticas.
- Lecturas guiadas.
- Taller.

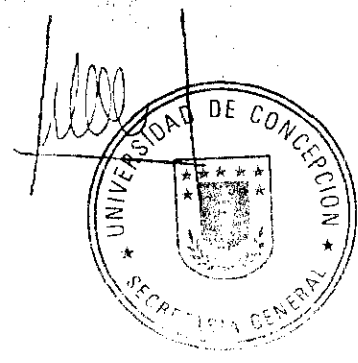
EVALUACIÓN

- Trabajos prácticos 100%



BIBLIOGRAFÍA

- Briggs, Mark (2007). *Periodismo 2.0: Una guía de alfabetización digital*. Texas, EEUU: Knight Foundation.
- Díaz Noci, J. y Salaverría, R. (coords.) (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- Franco, Guillermo (2008). *Cómo escribir para la web*. Texas, EEUU: Knight Foundation.
- Kristof, Ray y Satran, Amy (1998). *Diseño interactivo*. Madrid: Anaya.
- Tutoriales específicos (no se detallan, pues variarán según el software se actualice).



IDENTIFICACIÓN

Nombre Asignatura	:	Metodología de la Investigación
Tipo De Asignatura	:	Complementario
Duración	:	32
Créditos	:	2
Nº Horas Teóricas	:	
Nº Horas Prácticas	:	

DESCRIPCIÓN

La asignatura, de carácter teórico – práctico, entrena al alumno del Magister en Gestión de la Comunicación con menciones en: Proyectos de ciencia, cultura, sociedad, en el área de la investigación científica dentro del periodismo y la comunicación, capacitándolo para diseñar metodológicamente un estudio, aplicar diferentes técnicas de recolección de datos, analizarlos, obtener hallazgos y presentarlos a la comunidad científica.

OBJETIVOS GENERALES

1. Identificar las diferentes áreas y niveles de investigación existentes en el campo del periodismo y la comunicación
2. Identificar la estructura de una investigación científica y sus componentes. Diferencias y relaciones entre ciencias básicas, ciencias aplicadas y ciencias sociales.
3. Reconocer el diseño metodológico formal de una investigación.
4. Conocer diferentes técnicas metodológicas ante problemas de investigación del periodismo y la comunicación.
5. Analizar cuantitativa y/o cualitativamente los resultados de una investigación en periodismo y comunicación.
- 6.- Reconocer los aspectos éticos que sostienen la investigación científica.
- 7.- Reportar formalmente resultados de investigación.

CONTENIDOS

1. Áreas de investigación en periodismo y comunicación



2. El método científico y estructura de la investigación científica.

2.1 Diferencias y relaciones en la investigación entre ciencias básicas, ciencias aplicadas y ciencias sociales.

3.- Problemas, objetivos y marco conceptual

3.1. El problema de investigación

3.2. Objetivos de investigación

3.3. Marco de referencia

3.4. Conceptos, constructos y variables

3.5. Preguntas y/o hipótesis de investigación

4. Diseño de la investigación

4.1. Estudios exploratorios/descriptivos/explicativos

4.2. Estudios experimentales/no experimentales

4.3. Estudios seccionales/longitudinales

4.4. Estudios primarios/estudios secundarios

5. Métodos y técnicas cuantitativas

5.1. Métodos cuantitativos

- La encuesta
- Uso de fuentes documentales y estadísticas
- Experimento

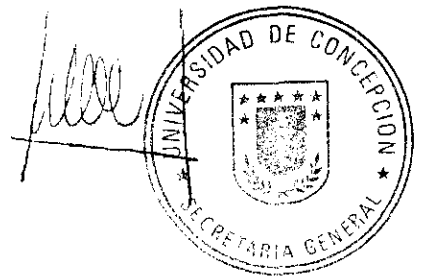
5.2. Técnicas cuantitativas

- Cuestionario
- Entrevista
- Observación (documental o directa)

6. Métodos y técnicas cualitativas

6.1. Métodos cualitativos

- Estudio de caso
- Método biográfico
- Método etnográfico
- Focus Group



6.2. Técnicas cualitativas

- Entrevista
- Observación

7. Triangulación metodológica

8. Análisis de datos cuantitativos

- 8.1. Estadística univariable
- 8.2 Estadística bivariante
- 8.3. Estadística multivariable

9. Análisis cualitativo

- 9.1. Análisis de discurso
- 9.2. Método comparativo constante

10. Deontología de la investigación científica

11. Reporte de una investigación científica

ESTRATEGIA DIDÁCTICA

El trabajo se desarrollará a través de:

- Clases expositivas
- Presentaciones
- Estudios de caso
- Trabajo en terreno
- Pasantía en laboratorio o grupo de investigación en la Universidad de Concepción.
- Trabajo individual
- Trabajo en equipo

EVALUACIÓN

- Trabajos prácticos 50 %
- Certamen 15 %
- Reporte de investigación (artículo científico) 35 %

BIBLIOGRAFÍA

Cea, M^a Ángeles (2001). Metodología cuantitativa. Estrategias y técnicas de investigación



social. Madrid: Síntesis

Cea, M^a Ángeles (2004). Métodos de encuesta. Teoría y práctica, errores y mejora. Madrid: Síntesis.

Creswell, John W (2009). Research Design. Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. CA: Sage *

Hayes, Andrew (2005). Statistical Methods for Communication Science. Mahwah, NJ: LawrenceErlbaum.

Loffelholz, Martin, y Weaver, David (2008). Global journalism research. Theories, methods, Findings, Future. MA: Blackwell. *

Salinas, Paulina y Cárdenas, Manuel (2008). Métodos de investigación social. Una aproximación desde las estrategias cuantitativas y cualitativas. Antofagasta: Universidad Católica del Norte. *

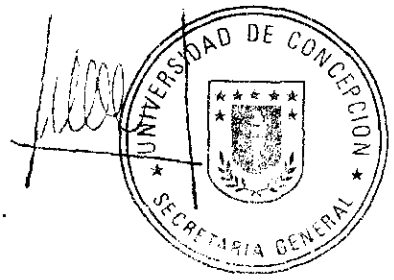
Stempel, Guido; Weaver, David, y Wilhoit, Cleveland (2003). Mass Communication Research and Theory. Boston: Pearson. *

Vieytes, Ruth (2004) Metodología de la Investigación en Organizaciones, Mercado y Sociedad. Epistemología y técnicas. Buenos Aires: Editorial de las Ciencias. *

Wimmer, Roger & Dominick, Joseph (1996). La investigación científica de los medios de comunicación social. Una introducción a sus métodos. Barcelona. Bosch. (Existe edición más actualizada en inglés) *

Manual SPSS (cualquiera de ellos)

- Literatura básica o clásica con (*) asterisco



IDENTIFICACIÓN

Nombre Asignatura	:	Estructuras Narrativas y Periodismo.
Tipo De Asignatura	:	Especialización
Duración	:	48 Horas
Créditos	:	3
Nº Horas Teóricas	:	2
Nº Horas Prácticas	:	0

DESCRIPCIÓN

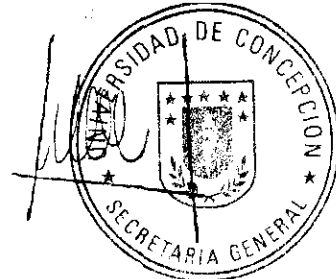
- Asignatura de carácter teórico en la que se estudia la evolución de la estructura narrativa de las obras literarias y el modo en que reemplaza o reflejan el periodismo en su momento.

OBJETIVOS GENERALES

1. El alumno será capaz de entender y analizar un conjunto de obras escogidas de la literatura, a fin de conocer la estructura narrativa y el modo en que cambian con el paso del tiempo.
2. El alumno será capaz de comprender que el periodismo surge como un género literario, y que cada uno ejerce como afluente del otro.
3. El alumno conocerá obras modernas del periodismo y su estrecha relación con la literatura.

CONTENIDOS

- "La divina comedia", el primer despacho desde el infierno.
- "Rojo y negro", "Madame Bovary", el periodismo se ha extraviado.
- "Recuerdos del pasado", de Vicente Pérez Rosales: el primer gran reportaje chileno.
- "Fiesta", de Hemingway, el periodismo de comidillo y farándula.
- "María Domecq", de Juan Forn, el periodista es el centro del relato.
- Esos gringos viejos del nuevo periodismo: Truman Capote, Tom Wolfe y Norman Mailer.
- "Prat", de Patricio Jara, cuando el periodista mete las manos en la historia.
- García Márquez ineludible: algo hay de literatura en su periodismo.
- "El cantor de tangos", de Tomás Eloy Martínez, el regreso del periodismo literario.
- "Viajar es muy difícil", de Nuria Amat: hay ciudades más periodísticas que otras.
- "Las sagrada familia", de Hernán Millas: el periodismo como un arma de batalla.
- Qué es el periodismo de la modernidad. Una respuesta a través de la literatura.
- Tono, fábula, y estilo en el texto periodístico.



ESTRATEGIA DIDÁCTICA

- Lectura guiada de libros, discusión de los temas y alcances de la narrativa y su relación con el periodismo.

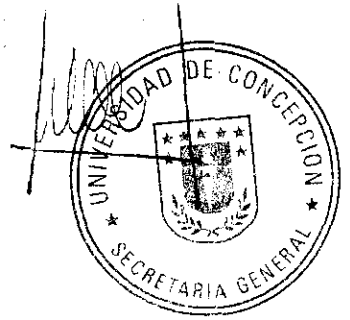
EVALUACIÓN

- Nota por participación en clases.
- Evaluación final consistente en una monografía sobre alguno de los temas abordados.

BIBLIOGRAFÍA

- Wolfe, T. (1998). / El nuevo periodismo /. Barcelona: Anagrama.
- Boynton, B. (2009). / El nuevo nuevo periodismo /. Santiago: El Mercurio-Aguilar.
- Sebrelli, JJ. (2008). / Comediantes y mártires. Ensayo contra los mitos /. Buenos Aires: Debate.
- Eco, U. (1999). / Apocalípticos e integrados /. Barcelona: Nuevas Ediciones de Bolsillo.
- Martínez, T. E. (2003). /Réquiem por un país perdido/. Buenos Aires: Aguilar.
- Gómez, A. (2005). / El club de la pelea. los premios nacionales de literatura/. Santiago: Aguilar.
- Gomes, M. (2002)/. Horas de crítica/. Lima: Amaro.
- Martínez, T. E. (2000). / Ficciones verdaderas /. Buenos Aires: Planeta.
- EL PERIODISTA EN SU SOLEDAD. Antonio López-Hidalgo.
- Millán, J.M. (2005)/. Perdón imposible/. Barcelona: Océano.
- García Huidobro, M.C. (2005). / Joaquín Edwards Bello, un transatlántico varado en el Mapocho/. Santiago: El Mercurio Aguilar.
- Bloom, H. (2000)/ Cómo y por qué leer/. Ciudad de México: Norma.
- Báez, F. (2005)/ Historia universal de la destrucción de los libros/. Buenos Aires: Sudamericana.

VI. REGLAMENTO INTERNO



DISPOSICIONES GENERALES

El Programa de **Magíster en Gestión de la Comunicación con menciones en: Proyectos de ciencia, cultura, o sociedad**, se rige por el Reglamento General de Programas de Magíster y Doctorado de la Universidad de Concepción (Decretos U. de C. N° 92-180, N° 95-122, N° 99-166, N° 2001-186 y N° 2003- 030).

TITULO I

DEL INGRESO A LOS PROGRAMAS DE GRADUADOS

Art. 1.- Para ingresar al programa de Magíster en Gestión de la Comunicación con menciones en: Proyectos de ciencia, cultura, o sociedad de la Universidad de Concepción, los postulantes deben tener el grado de licenciado o título profesional cuyo nivel y contenido de estudios sean equivalentes a los necesarios para obtener el grado de licenciado en las áreas de Periodismo, Ciencias, Humanidades, Ciencias Sociales o Educación.

Dentro de los plazos establecidos en las convocatorias, los postulantes deben presentar una solicitud de ingreso en los formularios oficiales de la Dirección de Postgrado, adjuntando los documentos requeridos para ese efecto.

Art. 2.- Los postulantes deben acompañar su solicitud con las siguientes informaciones:

- a.- Petición fundamentada de su ingreso al programa.
- b.- Antecedentes académicos.
- c.- Los informes académicos que proporcionarán dos personas indicadas por el propio postulante, de las cuales una, por lo menos, deberá ser académico de la universidad donde se tituló o graduó.
- d.- Indicación del origen de los recursos financieros de que dispondrá durante el período de estudios.
- e.- Certificado de salud compatible con las exigencias del programa al que postula.
- f.- Patrocinio o autorización de la institución a la cual pertenece, cuando corresponda. Certificado del Fondo Solidario de Crédito Universitario (postulantes chilenos).
- g.- Certificado de nacimiento.

Art. 3.- Los postulantes serán entrevistados por el Comité de Magíster.

Art. 4.- Una vez realizada la selección de postulantes, el Director de Programa remitirá a la Dirección de Postgrado los antecedentes correspondientes para su ratificación. Terminado este proceso, los antecedentes quedan archivados en la Dirección de Postgrado.

Art. 5.- Al término del proceso de selección, el Director de Programa informará sobre éste al decanato de su facultad y enviará a los estudiantes seleccionados y ratificados por la Dirección de Postgrado una carta de aceptación y el reglamento correspondiente para la obtención del grado.



TITULO III

DE LOS PROGRAMAS DE GRADUADOS

Art. 8.- Para optar al grado académico de **Magíster en Gestión de la Comunicación con menciones en: Proyectos de ciencia, cultura, o sociedad** el postulante deberá aprobar 21 créditos correspondiente a las asignaturas básicas, 09 créditos correspondientes a asignaturas obligatorias y 04 créditos correspondientes a asignaturas de especialización obteniendo un total de 34 créditos.

El programa tendrá una duración de 4 semestres académicos. En el primer semestre se considera el desarrollo de 3 asignaturas básicas (9 créditos). En el segundo semestre el alumno deberá cursar 8 créditos distribuidos en 2 asignaturas básicas (6 créditos) y una de especialización que puede ser ofrecida por el programa o ser parte de otro magíster de la UdeC. En el tercer semestre el alumno cursará 8 créditos distribuidos en 2 asignaturas básicas (6 créditos) y una de especialización con las mismas características de las anteriores. En el cuarto semestre el alumno realizará un taller y un trabajo final correspondiente a 9 créditos.

Art. 9.- El período mínimo para este magíster es de 4 semestres académicos.

TITULO VIII

DEL EXAMEN FINAL DE CUALIFICACION

El programa de magíster considera la realización de un examen final de cualificación como requisito de graduación.

Art. 29.- El examen final tiene por objetivo comprobar que los graduandos poseen conocimientos avanzados en un campo del saber profesional y que tienen la capacidad para realizar innovación y gestión. Este examen deberá constar de:

a) La presentación oral y entrega del proyecto final evaluado en la asignatura Trabajo Final, junto con la presentación del producto multimedial u otro realizado y evaluado en el taller de trabajo final. (Según anexo 1 Guía de presentación de proyectos)



Art. 30.- Para estos efectos, la comisión del examen de cualificación deberá estar constituida por académicos de la Universidad de Concepción, y uno de otras universidades, que posean al menos el grado académico de Magíster y será presidida por el Director de Programa quien no tendrá derecho a voto en los procedimientos de evaluación.

Dado el caso que el Director de Programa deba integrar la comisión en calidad de evaluador, el comité de graduados designará a un académico para que presida la comisión.

Art. 31.- La comisión otorgará una calificación global considerando ambas partes del examen, de acuerdo con la siguiente pauta:

Concepto	Puntaje de Referencia
Sobresaliente	90 - 100 puntos
Aprobado con Distinción	76 - 89 puntos
Aprobado	68 - 75 puntos
Reprobado	menos de 68 puntos

El Director de Programa deberá enviar a la Dirección de Postgrado un acta de examen de cualificación al día siguiente hábil de dicho examen.

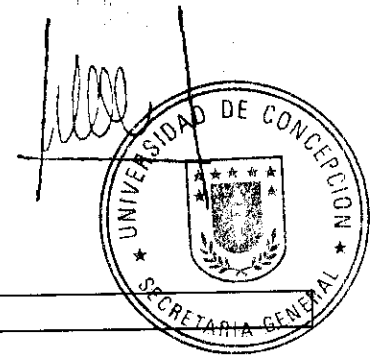
Art. 32.- Si el candidato es reprobado, el Director del Programa y el afectado, fijarán una segunda y última fecha de examen, dentro de un período no superior a (3) tres meses.

VII. CUERPO ACADEMICO



Docente	Grado	Vínculo		
		Facultad	Permanente	Visitante
Carmen Gloria Donoso	Dra. en Ciencias de la Comunicación	Ciencias Sociales	X	
Carlos Oliva	Magíster en Trabajo Social y Prácticas Sociales	Ciencias Sociales	X	
Luisa Massarani	Doctorado en Gestión de la Educación y difusión en Biociencias			X
José Santiago Arellano	Diplomado en Comunicaciones			X
Bernardo Castro	Doctor en Ciencias de la Comunicación	Ciencias Sociales	X	
Gilberto Morales	Magíster en Comunicación mención Dirección y Edición Periodística	Ciencias Sociales	X	
María Elena Hermosilla	Magíster en Comunicación Social			X
Elizabeth Parra	Dra. en Comunicación	Ciencias Sociales	X	
Yenia Melo	Dra. en Educación	Educación	X	
Claudia Mellado	Doctora en Comunicación	Ciencias Sociales	X	
Claudio Jofré	Máster en Periodismo Digital	Ciencias Sociales	X	
Sergio Hernández	Máster en Periodismo Digital	Ciencias Sociales	X	
Ramon Salaverria	Doctor en Periodismo			X
Tito Matamala	Magíster en Literatura Hispánica	Ciencias Sociales	X	
Javier No	Doctor en Tecnología Educativa y Master en Informática			X
Claudia Reyes	Máster en administración de negocios y en Recursos Humanos			X

FICHA DOCENTES - CREACIÓN PROGRAMAS (10/08)



Nombre Completo

CARMEN GLORIA DONOSO DÍAZ

1. Carácter del vínculo

Permanente

Visitante

2. Grado máximo:

Doctora en Ciencias de la Comunicación

3. Institución y país que otorgó el Grado:

Universidad Pontificia de Salamanca

4. Año de graduación:

2006

5. Área principal de investigación:

TICS, intranet, difusión del conocimiento

6. Número de tesis:

Magíster:

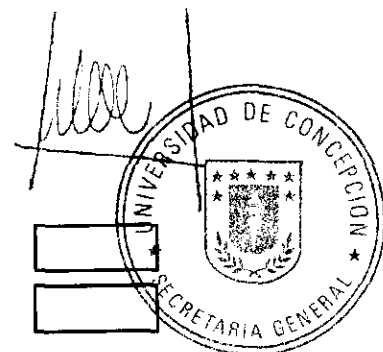
Dirigidas:

En desarrollo:

Doctorado:

Dirigidas:

En desarrollo:



7.- Lista de publicaciones indexadas (ISI o SCIELO) en los últimos 10 años. Separar por ítems. No incluir presentaciones a congresos.

2004 M Roeckel^{*1}, E Parra², O. Mora², X.García¹ C. DONOSO² Developing Communicational Abilities in Engineering Students (1)Department of Chemical Engineering, (2) Department of Social Sciences . Universidad de Concepción.Chemicay Engineering Education. Nº 4,Vol.38

8.- Proyectos de investigación últimos 10 años y condición de la participación (investigador principal, co-investigador, etc.).

IV CONCURSO DE EVENTOS DE DIFUSIÓN SOBRE TÓPICOS DE POLÍTICA Y GESTIÓN DE LA CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN - 2007- EPG43

COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN DE LA CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

Programa: Programa de Investigación Asociativa / PBCT / Fomento de la Vinculación Ciencia-Empresa

Institución responsable: Universidad de Concepción



II CONCURSO PARA EVENTOS DE DIFUSIÓN EN TÓPICOS DE POLÍTICA Y GESTIÓN EN CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN - 2006 - DPG60

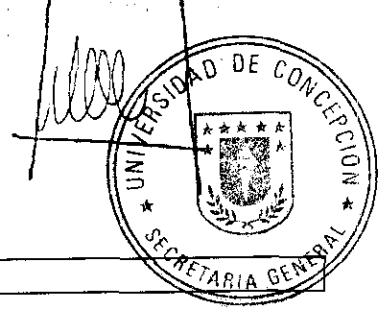
JORNADA INTERNACIONAL COMUNICACIÓN, UNIVERSIDAD Y SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO: GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN SOBRE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

Programa: Programa de Investigación Asociativa / PBCT / Mejoramiento del Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación de Chile
Institución responsable: Universidad de Concepción

9.- Otros antecedentes relevantes.

Jefa de la Unidad de Comunicaciones y Relaciones Públicas, Universidad de Concepción.
Directora de la Revista Panorama UdeC.
Directora de la Revista I+D UdeC.
Fue socia de la Agencia Clips Comunicaciones, especializada en Comunicación Estratégica.
Miembro del Comité Científico del III Encuentro Iberoamericano de Divulgación de la Ciencia y Comunicación Universitaria, Granada-España 2006.
Miembro del Directorio del Observatorio Latinoamericano de Comunicación de la Ciencia, México 2004 a la fecha.

FICHA DOCENTES - CREACIÓN PROGRAMAS (10/08)



Nombre completo
CARLOS OLIVA QUEZADA

1. **Carácter del vínculo**

Permanente Visitante

2. **Grado máximo:**

Periodista y Magister en Trabajo Social y Prácticas Sociales

3. **Institución y país que otorgó el Grado:**

Universidad de Concepción

4. **Año de graduación:**

2007

5. **Área principal de investigación:**

Medios de Comunicación, cultura y pobreza.

6. **Número de tesis:**

Magister: Dirigidas: En desarrollo: 1

Doctorado: Dirigidas: En desarrollo:

7.- **Lista de publicaciones indexadas (ISI o SCIELO) en los últimos 10 años. Separar por ítems. No incluir presentaciones a congresos.**

8.- **Proyectos de investigación últimos 10 años y condición de la participación (investigador principal, co-investigador, etc.).**

Participación como coinvestigador del equipo de la Facultad de Ciencias Sociales (DIUC 2005-2007) en Tema: La realidad laboral, asociatividad profesional de los Periodistas de la octava región.



9.- Otros antecedentes relevantes.

Publicación sobre la "Comunicación Efectiva en la prevención de accidentes.

Ex Director Diario Crónica de Concepción.

Ex Presidente del Consejo Regional del Colegio de Periodistas.

Ha obtenido los siguientes premios:

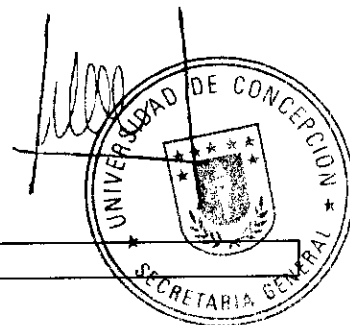
"Mejor Reportero Deportivo", elegido por los clubes de fútbol de la zona en 1985.

* "Aportes a la Prevención de Accidentes", otorgado por Carabineros de Chile en 1987.

* "Almirante Arturo Fernández Vial", otorgado al mejor periodista por este club, año 1996.

* "Periodista destacado de la Región del Biobío", otorgado por el Colegio de Periodistas y el mall Plaza del Trébol, año 2000.

FICHA DOCENTES - CREACIÓN PROGRAMAS (10/08)



Nombre completo

YENIA MARCELA MELO HERMOSILLA

1. Carácter del vínculo

Permanente Visitante

2. Grado máximo:

DOCTORA EN EDUCACIÓN

3. Institución y país que otorgó el Grado:

UNIVERSIDAD DE CONCEPCIÓN. CHILE.

4. Año de graduación:

2008

5. Área principal de investigación:

PROCESOS DE APRENDIZAJE. PEDAGOGÍA UNIVERSITARIA

6. Número de tesis:

Magíster:	Dirigidas:	<input type="text"/>	En desarrollo:	<input type="text"/>
Doctorado:	Dirigidas:	<input type="text"/>	En desarrollo:	<input type="text"/>

7. Lista de publicaciones indexadas (ISI o SCIELO) en los últimos 10 años. Separar por ítems. No incluir presentaciones a congresos.

- Villalobos Claveria, Alejandro y Melo Hermosilla, Yenia (2009). "El Espacio Abierto: una técnica didáctica facilitadora del desarrollo competencias generales en la formación profesional superior". Revista da AVALIAÇÃO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR.(en prensa).

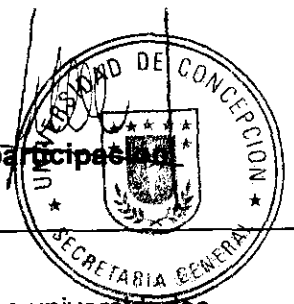
- Villalobos Claveria, Alejandro y Melo Hermosilla, Yenia (2008): La formación del profesor universitario: aportes para su discusión. Artículo para la revista UNIVERSIDADES (Unión de universidades de América Latina). México. Vol 39 (2), págs 3 - 20.-

Melo Hermosilla, Yenia y Villalobos Claveria, Alejandro (2007): "La historia de vida de un investigador existoso. Aspectos humanos y académicos" Artículo para la revista VISIONES de la Educación (Facultad de Educación, Universidad de Concepción), v 11, p 65 – 78.

- Melo Hermosilla, Yenia y Villalobos Claveria, Alejandro (2006): "El Proceso de Formación de un Investigador: Vivencias y Reflexiones". Artículo para la revista INVESTIGACION Y POST GRADO (Universidad Pedagógica Experimental Libertador, Caracas) vol. 21, nº 2, 69 - 102.

- Melo Hermosilla, Yenia y Castro Hidalgo, Abelardo (2002) . "Redes de contacto sociales. ¿Factor clave para la labor de investigación universitaria? . Revista Centro de Estudos Educação e Sociedade (CEDES), Sao Paulo, Brasil.Nº81, pp. 191-213.

- Melo Hermosilla, Yenia y Castro Hidalgo, Abelardo (2001) "Redes de contacto social de investigadores: ¿Factores claves para la generación y difusión del conocimiento?. Revista Universidades. Ediciones Unión de Universidades de América Latina, México. Nº22 págs. 3-15.



8.- Proyectos de investigación últimos 10 años y condición de la participación (investigador principal, co-investigador, etc.).

- Proyecto FONDECYT "La construcción del sujeto docente universitario en universidades regionales. Factores claves en su desempeño académico y profesional" (2007- 2010). Co-investigadora.
- Proyecto DIUC "Perfil de ingreso de estudiantes del área de la salud de la Universidad de Concepción cohortes 2006 al 2008. Determinación y análisis de variables predictivas del rendimiento académico en asignaturas de Ciencias Básicas" (2009-2010). Co-investigadora.

9.- Otros antecedentes relevantes.

Asesoría Pedagógica:

Asesoría Pedagógica en Dirección de Docencia. Docente de Talleres de Pedagogía Universitaria en Dirección de Docencia de la Universidad de Concepción, (año 2000 hasta la fecha).

Algunos temas:

"Programación didáctica". "Metodologías innovadoras y nuevas concepciones curriculares en docencia universitaria".

"El portafolio como una herramienta para mejorar la calidad de la docencia universitaria".

"Formas didácticas para un curriculum en base a competencias".

"Herramientas de apoyo a la construcción del Portafolio docente universitario".

- Presentaciones en Congresos nacionales e internacionales.

2009:

-Ponencia: "El Espacio Abierto como metodología para la construcción del sujeto docente. Una mirada en dos universidades regionales de Chile". En II Congreso Internacional de Docencia Universitaria (CIDU): Innovación en la Educación Superior y Aseguramiento de su calidad: Nuevas experiencias. Universidad de Concepción. 19 al 22 de enero de 2009. Co-autora con Dr. Alejandro Villalobos C.

2006:

-Ponencia: "El investigador que trabaja en redes. Una propuesta para conocer cómo aprende, cómo interactúa y cómo produce el conocimiento científico". Congreso Internacional de Innovación Universitaria, organizado por la Pontificia Universidad Católica de Quito, Ecuador. (24 y 25 de octubre)

-Ponencia: "Proceso de formación de un investigador: Vivencias y reflexiones para la

configuración del estilo personal de aprender". Co-autora con Dr. Alejandro Villalobos C. II Congreso de Estilos de Aprendizaje. Universidad de Concepción. (4, 5 y 6 de enero).

2005:

- Ponencia: "El proceso de aprender a trabajar en red. Vivencias del investigador universitario sobre sus beneficios en la labor científico- investigativa". Congreso para estudiantes de Postgrado en Ciencias de la Educación. "Investigaciones en Educación una Mirada Actual". Universidad Católica de la Santísima Concepción. (2 de Diciembre).

- Ponencia: "Proyecto Portafolio. La experiencia de Chile". Congreso "Excelencia Educativa, Mejoramiento de la Calidad institucional, Responsabilidad Civil y preparación para la acreditación" 26, 27 y 28 de Septiembre. Quito, Ecuador. Co-autora con Benvenuto, Angelo, Chiang María Teresa y Cid Patricia.

- Extensión:

- Videoconferencia "Las redes y su contribución a la generación del conocimiento", en 2º Seminario de Administración del Conocimiento y la Información. Instituto Politécnico Nacional de México. Ciudad de México. 6 de diciembre. Lugar: CFRD (Expositora invitada).

- Miembro de Comités, Grupos de Estudio y grupos de Investigación:

- Miembro de Comité organizador y el Comité científico del 1º Congreso Internacional de Docencia universitaria: "Docencia universitaria. El desafío de la calidad en la era de la supercomplejidad". Universidad de Concepción, Chile. (17 al 19 de enero de 2007)

- Miembro de Comité organizador y el Comité científico del 2º Congreso Internacional de Docencia universitaria: "Innovación en la educación Superior y aseguramiento de su calidad: Nuevas experiencias". Universidad de Concepción, Chile (19 al 22 de enero de 2009)

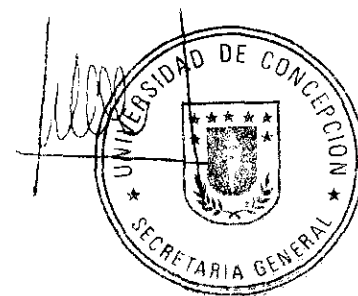
- Miembro de Grupo de Estudio de Facultad de Cs. Biológicas. Depto. de Fisiopatología, coordinado por Dra. M. Teresa Chiang. S. (a partir del año 2008).

- Miembro de Grupo de investigación "Educación, Sociedad y Cultura: construcción del sujeto aprendiz para el siglo XXI en contextos diversos". Universidad de Concepción. Coordinado por Dr. Alejandro Villalobos C. (a partir del año 2005).

- Miembro de Comité Asesor del Programa de Magíster en Educación. Facultad de Educación. Universidad de Concepción. (2004-2005)

- Secretaria Ejecutiva de Revista Paideia y Miembro del Comité Editorial. Facultad de Educación. (2004 - 2005)

FICHA DOCENTE - CREACIÓN PROGRAMAS (10/08)



Nombre completo

JOSÉ SANTIAGO ARELLANO MARIN

1. **Carácter del vínculo**

Permanente Visitante

2. **Grado máximo:**

Diplomado en Comunicaciones

3. **Institución y país que otorgó el Grado:**

Universidad de Navarra, España

4. **Año de graduación:**

2003

5. **Área principal de investigación:**

Divulgación de la Ciencia

6. **Número de tesis:**

Magíster:

Dirigidas:

En desarrollo:

Doctorado:

Dirigidas:

En desarrollo:

7.- **Lista de publicaciones indexadas (ISI o SCIELO) en los últimos 10 años. Separar por ítems. No incluir presentaciones a congresos.**

- 8.- **Proyectos de investigación últimos 10 años y condición de la participación (investigador principal, co-investigador, etc.).**

[Empty rectangular box for response]



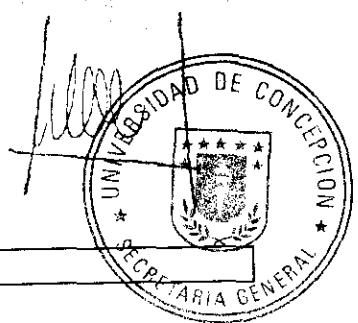
- 9.- **Otros antecedentes relevantes.**

2008 a la fecha Director Nacional de Proyecto EXPLORA Conicyt

2005 a 2008 Agregado Científico, Cultural y de Prensa de la Embajada de Chile en Canadá

También fue director general de Extensión de la Pontificia Universidad Católica de Chile, en el período 2000-2005. Además, Arellano trabajó en Codelco Chile, como director de Comunicaciones y Asuntos Públicos de las divisiones de Chuquicamata y Radomiro Tomic y, en la Compañía Minera Doña Inés de Collahuasi, como gerente de Comunicaciones y Asuntos Públicos.

FICHA DOCENTES - CREACIÓN PROGRAMAS (10/08)



Nombre completo

CLAUDIA REYES BETANZO

1. **Carácter del vínculo**

Permanente Visitante

2. **Grado máximo:**

Master of Business Administration, MBA; Master of Labor Relations and Human Resources, MLRHR.

3. **Institución y país que otorgó el Grado:**

Cleveland State University, USA

4. **Año de graduación:**

2004; 2005

5. **Área principal de investigación:**

Emprendimiento

6. **Número de tesis:**

Magister:	Dirigidas:	<input type="text"/>	En desarrollo:	<input type="text"/>
Doctorado:	Dirigidas:	<input type="text"/>	En desarrollo:	<input type="text"/>

7.- **Lista de publicaciones indexadas (ISI o SCIELO) en los últimos 10 años. Separar por ítems. No incluir presentaciones a congresos.**

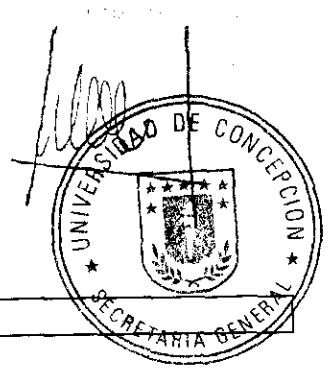
- Salinas, P & Reyes C. (2008) "Mercado Laboral en la Región de Antofagasta: Tensiones y Resistencias de Género" Revista Tercer Milenio, Escuela de Periodismo UCN.
- Romaní, G., Salinas, P., Reyes, C., Ziede, M y Veneros, D "GEM Mujeres y Actividad Emprendedora. Informe de la Región Antofagasta 2007- 2008". Publicado Diciembre 2008.

8.- **Proyectos de investigación últimos 10 años y condición de la participación**
(investigador principal, co-investigador, etc.).



- Co-investigadora proyecto: Formación de líderes sindicales, patrocinado por la Fundación Raúl Silva Henríquez. 2009
- Investigadora responsable proyecto Brechas de Género en el Mercado Laboral de la Región de Antofagasta. Proyecto Financiado por DGIP, UCN 2009.
- Co-investigadora proyecto: GEM Mujeres y Actividad Emprendedora. Informe de la Región Antofagasta 2007- 2008. Proyecto Financiado por DGIP, UCN. 2007
- Co- investigadora proyecto: Diagnostico de Oportunidades laborales de las mujeres en la región. Proyecto financiado por FNDR, 2007.

FICHA DOCENTES - CREACIÓN PROGRAMAS (10/08)



Nombre completo

RAMÓN SALAVERRÍA ALIAGSA

1. **Carácter del vínculo**

Permanente

Visitante X

2. **Grado máximo:**

Doctor en Periodismo

3. **Institución y país que otorgó el Grado:**

Universidad de Navarra, España

4. **Año de graduación:**

Grado en Periodismo: 1993; Doctorado en Periodismo: 1998

5. **Área principal de investigación:**

Ciberperiodismo

6. **Número de tesis:**

Magister:

Dirigidas: 4

En desarrollo:

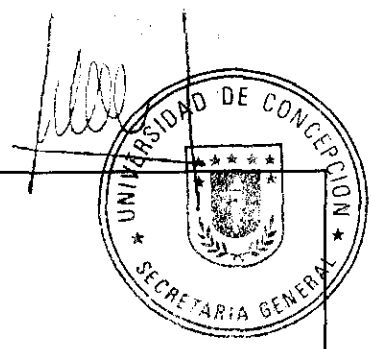
Doctorado:

Dirigidas: 1

En desarrollo: 4

7. **Lista de publicaciones indexadas (ISI o SCIELO) en los últimos 10 años.**

Autor de (véase: http://www.unav.es/fcom/profesores/salaverria_publicaciones.htm):



- 6 libros
- 32 capítulos en libros
- 20 artículos en publicaciones académicas
- 17 ponencias y comunicaciones publicadas

De las publicaciones reseñadas, están indexadas las siguientes:

- Fortunati, L.; Sarrica, M.; O'Sullivan, J.; Roussou, N.; Balcytiene, A.; Harro-Loit, H.; MacGregor, P.; Salaverría, R.; de Luca, F. (2009) "The influence of Internet on European Journalism", *Journal of Computer-Mediated Communication*, 4(14): 928-963.
- Van der Wurff, R.; Lauf, E.; Balcytiene, A.; Fortunati, L.; Holmberg, S.; Paulussen; Salaverría, R. (2008) "Online Newspapers in Europe in 2003. Evolving towards complementarity", *Communications. The European Journal of Communication Research*, 33(4), December: 403-430.
- Salaverría, R.; García Avilés, J.A. (2008) "La convergencia tecnológica en los medios de comunicación: retos para el periodismo", *Trípodos*, nº 23, 2008: 31-47.
- Salaverría, R. (2007) "Construyendo un nuevo periodismo. Diez años de logros y retos en la prensa digital", *Comunicação e Sociedade* (revista de la Universidade do Minho, Braga, Portugal), monográfico "Jornalismo e Internet", nº 9-10.
- Salaverría, R. (2005) "An Immature Medium: Strengths and Weaknesses of Online Newspapers on September 11", *Gazette: The International Journal for Communication Studies*, vol. 67, issue 1, February: 69-86.
- Salaverría, R. ; Cores, R.; Diaz Noci, J.; Meso, K.; Larrondo, A. (2004) "Evaluación de los ciberdiarios en las comunidades vasca y navarra", *Comunicación y Sociedad*, vol. XVII, nº 1, pp. 161-189.
- Salaverría, R. (2001) "Aproximación al concepto de multimedia desde los planos comunicativo e instrumental". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº 7, Universidad Complutense, Madrid, 2001: 383-395.

Salaverría, R. (2000) "Claves del éxito de los diarios económicos españoles en Internet", *El Profesional de la Información*, vol. 9, núm. 1-2, enero-febrero, Swets & Zeitlinger Ibérica S. L.: 26-30.

8.- **Proyectos de investigación últimos 10 años y condición de la participación (investigador principal, co-investigador, etc.).**



Título del proyecto: Convergencia digital en los medios de comunicación (Ref. SEJ2006-14828-C06)

Entidad financiadora: Ministerio de Educación y Ciencia de España (Convocatoria de Proyectos de I+D)

Entidades participantes: 12 universidades españolas

Duración, desde: 10/2006 hasta: 12/2009

Investigador responsable: Salaverría Aliaga, Ramón

Número de investigadores participantes: 26

Título del proyecto: Periodismo en internet: estudio comparativo de cibermedios España-Brasil (Ref.: PHB2006-0004)

Entidad financiadora: Ministerio de Ciencia e Innovación de España (Convocatoria de ayudas para la cooperación interuniversitaria con Brasil)

Entidades participantes:

Duración, desde: 01/2007 hasta: 01/2009

Investigador responsable: Díaz Noci, Javier

Número de investigadores participantes: 10

Título del proyecto: Presencia y uso de Internet en las redacciones vascas y navarra

Entidad financiadora: Sociedad de Estudios Vascos

Entidades participantes: Universidad del País Vasco, Universidad de Navarra

Duración, desde: 11/2004 hasta: 06/2005

Investigador responsable: Meso Ayerdi, Koldobika

Número de investigadores participantes: 4


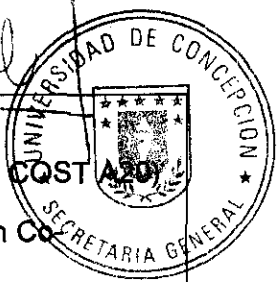
Título del proyecto: El impacto de Internet en los medios de comunicación en España - medios impresos (Ref.: BSO2002-042006-C04-01)

Entidad financiadora: Ministerio de Educación y Ciencia de España (Convocatoria de Proyectos de I+D)

Entidades participantes: Universidad de Navarra

Duración, desde: 10/2002 hasta: 10/2005

Investigador responsable: Salaverría Aliaga, Ramón

Número de investigadores participantes: 3

Título del proyecto: The impact of the Internet on the mass media in Europe (Ref: COST A20)

Entidad financiadora: European Science Foundation (ESF), European Commission
Operation in the field of Scientific and Technical Research (COST)

Entidades participantes:

Duración, desde: 14/05/2001 **hasta:** 13/05/2006

Investigador responsable: Sparks, Colin (University of Westminster, UK)

Número de investigadores participantes: más de 40 investigadores de 23 países

Título del proyecto: Acción Especial "COST A20 International Conference - 'Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences'" (Ref: TIC2002-10897-E)

Entidad financiadora: : Ministerio de Ciencia y Tecnología de España
(Convocatoria de Acciones especiales)

Entidades participantes:

Duración, desde: 06/2003 **hasta:** 06/2003

Investigador responsable: Salaverría Aliaga, Ramón

9.- Otros antecedentes relevantes.

ACREDITACIÓN ACADÉMICA

Habilitado como Profesor Titular de Periodismo. Código de Habilitación: 2/675/2005. Resolución publicada en el Boletín Oficial del Estado (BOE, de España, 235 de 1/10/2007).

Acreditado por la Agencia Nacional de la Evaluación la Calidad y Acreditación (ANECA), de España, como Profesor Contratado Doctor (PCD) (Número PCD: 2005-6085). 03/2006.

Acreditado por la Agencia Nacional de la Evaluación la Calidad y Acreditación (ANECA), de España, como Profesor de Universidad Privada (PUP) (Número PCD: 2005-6086). 03/2006.

CARGOS ACADÉMICOS ACTUALES

Director del Departamento de Proyectos Periodísticos, Universidad de Navarra (desde 2008).

Director del Laboratorio de Comunicación Multimedia (MMLab), Universidad de

Navarra (desde 1998).

Vice-chair de la Journalism Studies Section, dentro de la European Communication Research and Education Association (ECREA) (desde 2005).



OTRAS ACTIVIDADES DE INTERÉS CIENTÍFICO, TÉCNICO O ACÁDEMICO

Miembro de la Comisión de Selección de Proyectos de I+D del Ministerio de Educación y Ciencia de España en la convocatoria - Área de Ciencias Sociales (Sociología, Gª Humana, Ciencia Política). 2006

Miembro del Grupo de Trabajo sobre Tecnologías de la Información y de la Comunicación, dependiente del Servicio Europa I+D de la Conferencia de Rectores de las Universidades Españolas (CRUE). 2006

Referee o miembro del comité editorial de las siguientes revistas y journals académicos:

Anàlisi (España)

Brazilian Journalism Research (Brasil)

Comunicación y Sociedad (España)

Enl@ce. Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento (Venezuela)

Estudos em Comunicação (Portugal)

Journal of Computer-Mediated Communication (EEUU)

New Media & Society (EEUU)

OBS - Observatório (Portugal)

The Open Communication Journal (EEUU)

Revista Alicantina de Estudios Ingleses (España)

Zer. Revista de estudios de comunicación (España)

PREMIOS Y DISTINCIONES

Premio Extraordinario de Doctorado, Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra. 1998

Incluido en el ranking "Los 500 españoles más influyentes del año" del diario El Mundo, en la categoría de Internet. Distinción concedida en tres años consecutivos: 2007, 2008 y 2009.

MÁS REFERENCIAS

http://www.unav.es/fcom/profesores/salaverria_completo.htm

FICHA DOCENTES - CREACIÓN PROGRAMAS (10/08)



Nombre completo

CLAUDIO JOFRÉ LARENAS

1. **Carácter del vínculo**

Permanente

Visitante

2. **Grado máximo:**

Máster en Periodismo Digital

3. **Institución y país que otorgó el Grado:**

Universidad Autonoma de Barcelona y Carlos III de Madrid, España

4. **Año de graduación:**

2006

5. **Área principal de investigación:**

Periodismo y nuevas tecnologías.

6. **Número de tesis:**

Magister:

Dirigidas:

En desarrollo:

Doctorado:

Dirigidas:

En desarrollo:

7.- **Lista de publicaciones indexadas (ISI o SCIELO) en los últimos 10 años. Separar por ítems. No incluir presentaciones a congresos.**

Mellado, C.; Parra, E. (2008) Medicadores de identidad y perfil del periodista en Chile
Revista Opción. Enero – Abril N°55 Publicados.



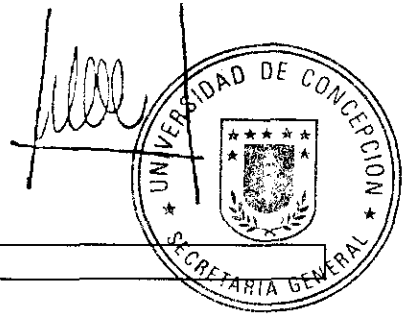
8.- Proyectos de investigación últimos 10 años y condición de la participación (investigador principal, co-investigador, etc.).

[Empty rectangular box for response]

9.- Otros antecedentes relevantes.

Jefe de Carrera Periodismo Universidad de Concepción, desde 2008 a la fecha.

FICHA DOCENTES - CREACIÓN PROGRAMAS (10/08)



Nombre completo

ELIZABETH PARRA ORTIZ

1. **Carácter del vínculo**

Permanente X

Visitante

2. **Grado máximo:**

Doctora

3. **Institución y país que otorgó el Grado:**

Universidad Pontificia de Salamanca (España);

4. **Año de graduación:**

2005

5. **Área principal de investigación:**

Comunicación y educación / Análisis de discurso y medios de comunicación, comunicación, desarrollo regional e innovación.

6. **Número de tesis:**

Magister:

Dirigidas:

En desarrollo: 1

Doctorado:

Dirigidas:

En desarrollo:

7.- **Lista de publicaciones indexadas (ISI o SCIELO) en los últimos 10 años. Separar por ítems. No incluir presentaciones a congresos.**

Mellado, C.; Parra, E. (2008) Medicadores de identidad y perfil del periodista en Chile. Revista Opción. Enero – Abril N°55 Publicados.

8.- **Proyectos de investigación últimos 10 años y condición de la participación (investigador principal, co-investigador, etc.).**

DIUC (2009). Comparación de las Representaciones Sociales y Practicas Culturales

sobre Desarrollo sostenible en estudiantes del área Científico, biológico, matemático y social de la Universidad de Concepción. Investigador principal.

Fondecyt 1080066. Estudio Comparativo de la realidad de los profesionales de la comunicación en las regiones II, VIII, IX y Metropolitana de Chile. Personal Técnico.

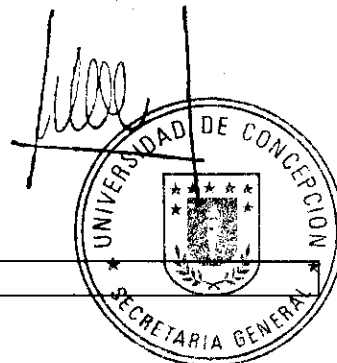


9.- Otros antecedentes relevantes.

Directora Ejecutiva del VI Congreso Internacional de Semiotica realizado en la Universidad de Concepción.

Coordinadora del Programa Sinergia Regional. Región del Biobío.

FICHA DOCENTES - CREACIÓN PROGRAMAS (10/08)



Nombre completo

GILBERTO MORALES COLIPE

1. Carácter del vínculo

Permanente Visitante

2. Grado máximo:

Magíster en Comunicación Mención Dirección y Edición Periodística

3. Institución y país que otorgó el Grado:

Pontificia Universidad Católica de Chile

4. Año de graduación:

2007

5. Área principal de investigación:

Medios de Comunicación, cultura y pobreza.

6. Número de tesis:

Magister: Dirigidas: En desarrollo:

Doctorado: Dirigidas: En desarrollo:

7.- Lista de publicaciones indexadas (ISI o SCIELO) en los últimos 10 años. Separar por ítems. No incluir presentaciones a congresos.

[Redacted area]



8.- Proyectos de investigación últimos 10 años y condición de la participación (investigador principal, co-investigador, etc.).

[Redacted area]

9.- Otros antecedentes relevantes.

Fue Asesor de Comunicaciones de la Superintendencia de Servicios Sanitarios (1999-2008).
Coordinador del Proyecto FOSIS "Aquí yo Hablo", desarrollado con niños en situación de Pobreza de las provincias de Arauco y Biobío en la VIII Región.
Se ha desempeñado como Director Subrogante de Radio Universidad de Concepción.

FICHA DOCENTES - CREACIÓN PROGRAMAS (10/08)



Nombre completo

JAVIER NO SÁNCHEZ

1. **Carácter del vínculo**

Permanente Visitante X

2. **Grado máximo:**

Doctor

3. **Institución y país que otorgó el Grado:**

Pontificia Universidad de Salamanca (España);

4. **Año de graduación:**

1991

5. **Área principal de investigación:**

Comunicación y educación / Análisis de discurso y medios de comunicación, desarrollo regional e innovación.

6. **Número de tesis:**

Magister:

Dirigidas:

En desarrollo: 1

Doctorado:

Dirigidas:

11

En desarrollo:

7.- **Lista de publicaciones indexadas (ISI o SCIELO) en los últimos 10 años. Separar por ítems. No incluir presentaciones a congresos.**

Autores (p.o. de firma): No, J. , Galindo, F.



Título: Scaffolding en microformación a través de audiovisual personalizado para dispositivos móviles.
Ref. revista : IIS
Clave: A Fecha: 2009
Lugar de publicación: Orlando

Autores (p.o. de firma): **No, J.**
Título: Comunicación y construcción del conocimiento en el nuevo entorno tecnológico.
Ref. revista : Libro Editorial (si libro): EDICE
Clave: L Fecha: 2009
Lugar de publicación: Madrid

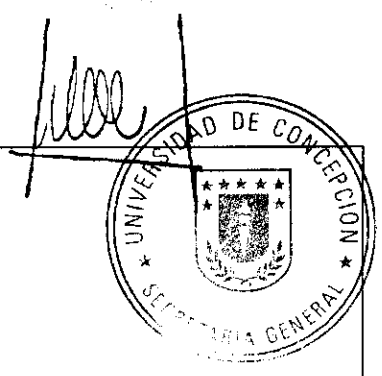
Autores (p.o. de firma): **Galindo, F., No, J., Ortega S. et. Al.**
Título: Customized Advertising to Mobile Devices.En: Proyectos de innovación en Tecnología Móvil y Chip.
Ref. revista : Libro
Clave: CL Fecha: 2009
Lugar de publicación: Salamanca

Autores (p.o. de firma): **No, J. (Coord.) Monográfico**
Título: Comunicación y construcción del conocimiento en el nuevo entorno tecnológico.
Ref. revista : Revista Universidad Y Sociedad del Conocimiento
Clave: A Fecha: 2008
Lugar de publicación: Barcelona

Autores (p.o. de firma): **No, J., Ortega, S., Galindo, F, Gacitúa, J.C.**
Título: Nuevas competencias para nuevas profesiones: la comunicación digital interactiva.
Ref. revista : Libro
Clave: CL Volumen: nº Páginas, inicial: 111 final: 127 Fecha: 2007
Editorial (si libro): AECI
Lugar de publicación: Madrid

Autores (p.o. de firma): **Martín, J.R., No, J.**
Título: El significado connotativo del signo plástico
Ref. revista : Comunicación y Pluralismo Libro
Clave: A Volumen: 2, nº 1 Páginas, inicial: 71 final: 99 Fecha: 2006
Editorial (si libro):
Lugar de publicación: Barcelona

Autores (p.o. de firma): **No, J.**
Título: Planificación para la enseñanza semipresencial. Una experiencia de postgrado
Ref. revista : Universidad y Sociedad del Conocimiento Libro
Clave: A Volumen: 2, nº 1 Páginas, inicial: 44 final: 54 Fecha: 2005



Editorial (si libro):

Lugar de publicación: Barcelona

Autores (p.o. de firma): **Nó, J. en Juan Carlos Gacitúa (Dir.)**

Título: Historia de Una novedad. En Gacitúa, J.C. (Dir.) Sobreviviendo a la educación On Line

Ref. revista: Libro

Clave: CL Volumen: 19 Páginas, inicial: 19 final: 29 Fecha: 2005

Editorial (si libro): Demiurgo

Lugar de publicación: Salamanca

Autores (p.o. de firma): **Nó, J.**

Título: De la enseñanza programada a los espacios de interacción: modelo de construcción del conocimiento en entornos tecnológicos

Ref. revista: Sociedad y Utopía. Revista de Ciencias Sociales Libro

Clave: A Volumen: 24 Páginas, inicial: 195 final: 207 Fecha: 2004

Editorial (si libro):

Lugar de publicación: Madrid

Autores (p.o. de firma): **Mellado Ruiz, C. & Nó Sánchez, J.**

Título: Organizational Reality Of The Small Industrial Enterprise: A Methodological Proposal For Climate And Leadership Measuring. En: Key Contexts for Education and Democracy in Globalising Societes.

Ref. revista : Libro

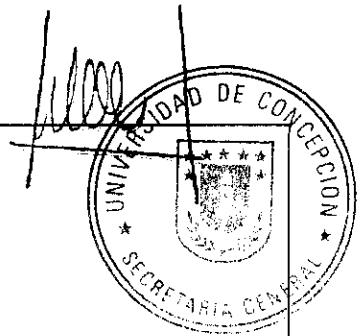
Clave: CL Volumen: Páginas, inicial: 43 final: 51 Fecha: 2004

Editorial (si libro): Richard Růzicka, Jeanne H. Ballantine y José A. Ruiz San Román (Eds.)

Lugar de publicación: Praga

Autores (p.o. de firma): **Nó, J.**

Título: ¿Por qué no llega el futuro? Promesas cumplidas e incumplidas de las Nuevas Tecnologías.



Ref. revista: Libro

Clave: CL Volumen: Páginas, inicial:217 final:224 Fecha: 2003

Editorial (si libro): Ediciones de la Universidad Pontificia de Salamanca

Lugar de publicación: Salamanca

Autores (p.o. de firma): **Nó, J. y Ortega, S.**

Título: Metodología para el desarrollo de contenidos en hipermedia

Ref. revista : Libro

Clave: CL Volumen: Páginas, inicial: 17 final: 25 Fecha: 2001

Editorial (si libro): Escola Superior de Educação. Instituto Superior Politécnico de Viseu

Lugar de publicación: Viseu (Portugal)

Autores (p.o. de firma): **Nó, J.**

Título: Imagen impuesta, imagen negociada

Ref. revista : Trípodos Libro

Clave: A Volumen: 2 Páginas, inicial: 413 final: 422 Fecha: 2000

Editorial (si libro):

Lugar de publicación:

Autores (p.o. de firma): **Nó, J.**

Título: Sentimientos de inseguridad y desconfianza ante las Nuevas Tecnologías. Un estudio cuantitativo.

Ref. revista: Libro

Clave: CL Volumen: Páginas, inicial: final: Fecha: 2001

Editorial (si libro): Fundación General de la Universidad Complutense

Lugar de publicación: Madrid

Autores (p.o. de firma): **Nó, J.**

Título: *Metodología para la construcción de Hipermedia*

Ref. revista: Padres y Maestros Libro

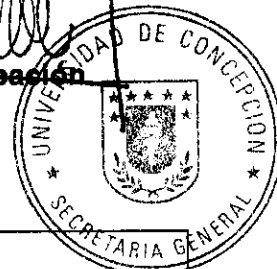
Clave: A Volumen: 258 Páginas, inicial: 30 final: 35 Fecha: 2001

Editorial (si libro):

Lugar de publicación:



8.- **Proyectos de investigación últimos 10 años y condición de la participación**



Título del contrato/proyecto: **Definición del perfil profesional y académico de la comunicación digital interactiva.**

Administración financiadora: Junta de Castilla y León UP05/07

Entidades participantes: UPSA

Duración, desde: 2007 hasta: 2008 Cuantía de la Subvención: 4.798,50 €

Investigador responsables: Javier Nó Sánchez

Número de investigadores participantes: 4

Título del proyecto: **E-Learning in Internacional Cooperation**

Entidad financiadora: Turingia Regional Department

Entidades participantes: Fachoschule Jena, Facultad de Comunicación UPSA

Duración, desde: 2006 hasta: 2007 Cuantía de la subvención: 30.000€

Investigadores responsables: Gunter Buerke, Javier Nó

Número de investigadores participantes: 5

Título del proyecto: **cad2mobile2008**

Entidad financiadora: Fundación Caja Duero

Entidades participantes, Facultad de Comunicación UPSA, Facultad de Informática UPSA

Duración, desde: 2007 hasta: 2008 Cuantía de la subvención: 50.000€

Investigador responsable: Fernando Galindo Rubio

Número de investigadores participantes: 4

Título del proyecto: **cad2mobile**

Entidad financiadora: Fundación Caja Duero

Entidades participantes, Facultad de Comunicación UPSA, Facultad de Informática UPSA

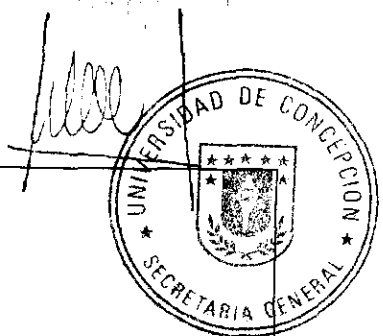
Duración, desde: 2006 hasta: 2007 Cuantía de la subvención: 50.000€

Investigador responsable: Fernando Galindo Rubio

Número de investigadores participantes: 5

Título del proyecto: **La comunicación multimedia en el diseño del diario on-line español**

Entidad financiadora: UPSA



Duración, desde: 2006 hasta: 2007 Cuantía de la subvención: 3.370 €

Investigador responsable: Sergio Ortega

Número de investigadores participantes: 6

Título del proyecto: **RENEUUS – Regional Educational Network between the European Union and the United States**

Entidad financiadora: European commission No 2002-1347/001-001 CPT-CPTUSA

Entidades participantes: **U. de Umea (Suecia) U de Jena (Alemania), UPSA, WSU (EEUU), Memphis U. (EEUU), BSU (EEUU)**

Duración, desde: 2002 hasta: 2005 Cuantía de la subvención: 131615 €

Investigador responsable en España: Javier Nó. Investigadores principales: Douglas Nord, Kjell Lundmark.

Número de investigadores participantes: 12

Título del proyecto: **Educación Interactiva: un modelo de gestión e innovación**

Entidad financiadora: FONDEF (D099 I 1074)

Entidades participantes: U. Concepción, Wright State University, UPSA

Duración, desde: 1999 hasta: 2002 Cuantía de la subvención:

Investigador responsable en España: Javier Nó Investigador principal: Anita Valdés

Número de investigadores participantes: 13

Título del proyecto: **Sistemas interactivos para radiodifusión en redes abiertas...**

Entidad financiadora: Junta de Castilla y León

Duración, desde: 2001 hasta: 2003 Cuantía de la subvención: 1.000.000 pts

Investigador responsable: Arturo Merayo Pérez

Número de investigadores participantes: 4

Título del proyecto: **Comparación de redes neuronales frente a técnicas clásicas de trabajo...**

Entidad financiadora: Junta de Castilla y León

Duración, desde: 2001 hasta: 2002 Cuantía de la subvención: 950.000 pts



Investigador responsable: Javier Nó Sánchez

Número de investigadores participantes: 3

Título del proyecto: **Investigación de técnicas estadísticas avanzadas para ayudar en la búsqueda de información...**

Entidad financiadora: Caja Duero

Entidades participantes: UPSA / Caja Duero

Duración, desde: 2001 hasta: 2001 Cuantía de la subvención: 650.000 pts.

Investigador responsable: Javier Nó Sánchez

Número de investigadores participantes: 3

Título del contrato/proyecto: **Aplicación interactiva de radio especializada**

Empresa/Administración financiadora: Caja Duero

Entidades participantes: UPSA / Caja Duero

Duración, desde: 1999 hasta: 2000

Investigador responsable: Javier Nó Sánchez

Número de investigadores participantes: 5

Cuantía de la subvención: 700.000

Título del proyecto: **La multimedia en el desarrollo de pequeñas y medianas empresas en Portugal y las antiguas colonias**

Entidad financiadora: Unión Europea (proyecto ADAPT)

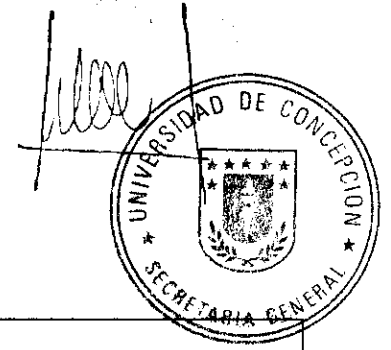
Entidades participantes: ISCIA (Aveiro) UPSA

Duración, desde: 1998 hasta: 1999

Investigador responsable: Armando Teixeira

Número de investigadores participantes: 5

FICHA DOCENTES - CREACIÓN PROGRAMAS (10/08)



Nombre completo

SERGIO ANDRÉS HERNÁNDEZ OSUNA

1. Carácter del vínculo

Permanente X

Visitante

2. Grado máximo:

Máster en Periodismo Digital

3. Institución y país que otorgó el Grado:

Universidad Autónoma de Madrid (España);

4. Año de graduación:

2005

5. Área principal de investigación:

Ciberperiodismo y redacción ciberperiodística.

6. Número de tesis:

Magíster:

Dirigidas:

En desarrollo:

Doctorado:

Dirigidas:

En desarrollo:

7. Lista de publicaciones indexadas (ISI o SCIELO) en los últimos 10 años.
Separar por ítems. No incluir presentaciones a congresos.



[Empty rectangular box]

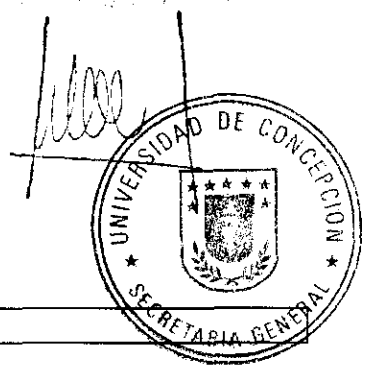
8.- Proyectos de investigación últimos 10 años y condición de la participación (investigador principal, co-investigador, etc.).

[Empty rectangular box]

9.- Otros antecedentes relevantes.

Magíster © en Lingüística, Universidad de Concepción.

FICHA DOCENTES - CREACIÓN PROGRAMAS (10/08)



Nombre completo

LUISA MADEIROS MASSARANI

1. Carácter del vínculo

Permanente Visitante

2. Grado máximo:

Doctorado en Gestión de la Educación y difusión en Biociencias

3. Institución y país que otorgó el Grado:

Universidad Federal de Río de Janeiro

4. Año de graduación:

2001

5. Área principal de investigación:

Divulgación Científica

6. Número de tesis:

Magíster:

Dirigidas:

En desarrollo:

Doctorado:

Dirigidas:

En desarrollo:

7.- Lista de publicaciones indexadas (ISI o SCIELO) en los últimos 10 años.
Separar por ítems. No incluir presentaciones a congresos.

--



8.- Proyectos de investigación últimos 10 años y condición de la participación (investigador principal, co-investigador, etc.).

Investigación en aspectos históricos y contemporáneos de la ciencia y los medios; divulgación científica en diversos medios; ciencia, sociedad y arte.

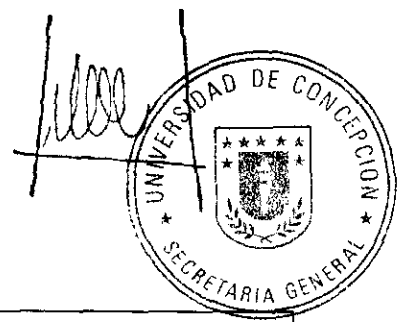
9.- Otros antecedentes relevantes.

Directora del Museu Da Vida y Casa de la Ciencia de la Fundación Fio Cruz, Río de Janeiro, Brasil.

Coordinadora para América Latina y el Caribe de SciDev.Net

Docente del Instituto de Bioquímica Médica de la Universidad Federal de Río de Janeiro

Consultora de la Organización Panamericana de Salud en asunto de divulgación de salud



FICHA DOCENTES - CREACIÓN PROGRAMAS (10/08)

Nombre completo

CLAUDIA MELLADO RUIZ

1. Carácter del vínculo

Permanente

Visitante

2. Grado máximo:

Doctorado/Postdoctorado

3. Institución y país que otorgó el Grado:

Universidad de Salamanca (España); Indiana University (Estados Unidos)

4. Año de graduación:

2004/2008

5. Área principal de investigación:

Estudios sobre la profesión periodística

6. Número de tesis:

Magíster:

Dirigidas: 1

En desarrollo: 1

Doctorado:

Dirigidas:

En desarrollo:

7.- Lista de publicaciones indexadas (ISI o SCIELO) en los últimos 10 años. Separar por ítems. No incluir presentaciones a congresos.

Mellado Ruiz, C y Parra, Elizabeth (2008). Indicadores de identidad y perfil del periodista regional en Chile, *Revista Opción*, 24 (55): 145 – 167. **REVISTA SCIELO**

Mellado Ruiz, Claudia y Del Valle, Carlos (2008). Diagnóstico y perspectivas del periodismo como profesión: Reflexiones en torno a la formación de los profesionales de la comunicación en Chile, *Revista Universum*, 23 (2) 136-151. **REVISTA SCIELO**

Mellado Ruiz, Claudia (2009). Elementos compartidos por el periodismo en Latinoamérica: Revisión de cinco décadas y propuesta de un modelo de análisis. *Revista Comunicar*, 33 (2) (ACEPTADA) **REVISTA ISI**

Mellado Ruiz, Claudia (2009). Orígenes, problemas y desencuentros en la investigación sobre el periodista latinoamericano, *Revista Innovar*, 19 (33): 7 – 17. **REVISTA ISI**

Mellado Ruiz, Claudia (2009). Evolución del campo ocupacional y académico del periodista latinoamericano: lógicas de mercado y esquemas de formación. *Revista Opción*, 25 (58) (en prensa) **REVISTA SCIELO**

Mellado Ruiz, Claudia (2009). Responsabilidad social empresarial. Los nuevos retos para las PYMES, *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 15 (1): 24-33. **REVISTA ISI**

Mellado Ruiz, Claudia (2010). Reflexiones sobre la oferta académica, la situación laboral y la formación del periodista en Latinoamérica, *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 16 (1) (ACEPTADA) **REVISTA ISI**

Mellado Ruiz, Claudia; Salinas, Paulina, y Barría, Sergio (2010). Estructura del empleo periodístico y validación profesional de sus prácticas en el mercado laboral chileno, *Revista Innovar* (ACEPTADA) **REVISTA ISI**

8.- **Proyectos de investigación últimos 10 años y condición de la participación**

2002-2005	Ministerio de Ciencia y Tecnología, Secretaría de Estado de Política Científica y Tecnológica, Plan Nacional de I+D+I, y Programa Nacional de Promoción General de Conocimiento (PGC). COD: BS02001-1236 , <i>Análisis de los encuadres noticiosos de la información sobre inmigración en la prensa española</i> , Universidad de Salamanca (USAL). CO- Investigadora.
2004-2005	Conselleria de Cultura, Educació i Esports, Generalitat Valenciana Código: GV – 04B – 142 . <i>Investigación y práctica en Resolución de Conflictos desde epistemologías emergentes: Creación de un modelo dinámico para la resolución de conflictos en el ámbito social</i> . Investigadora Asistente.
2003-2005	Iniciativa Comunitaria EQUAL (proyecto Equality 2002-2004) Iniciativa Comunitaria EQUAL (proyecto Equality 2002-2004): Unión Europea

(Fondo Social Europeo y Junta de Castilla y León. *La incorporación de la mujer al trabajo: perfil psicológico de la mujer trabajadora.* Ayudante de investigación.



2006-2009 DFG, Alemania. *Worlds of journalism Project.* Co- Investigador.

2008-2010 International Women's Media Foundation (IWMF). *Global Report on the Status of Women in the News Media.* Co- Investigador.

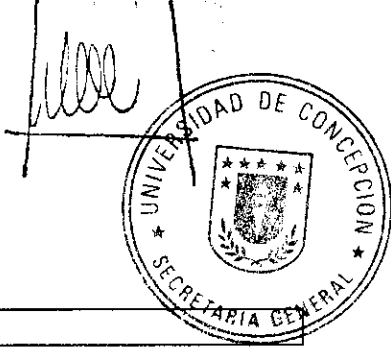
2006-2008 FONDECYT COD. 1061011. *Development of Model explaining the relationships between identity, well-bng, external forces and internal dynamics in indigenous communities of the 8th Region, Chile.* Co- investigador.

2008-2011 FONDECYT COD. 1080066. *Estudio Comparativo de la Realidad de los Profesionales de la Comunicación en las Regiones II, VIII, IX y Metropolitana de Chile: Ordenamiento Geopolítico, Lógicas Productivas y Mediación Social.* Investigador Responsable.

Proyectos patrocinados por la Universidad de Concepción

2005-2007 Dirección de Investigación, Universidad de Concepción. COD. 205.174.002-1.0. *Realidad Laboral, asociativa y profesional de los periodistas de la VIII Región.* Responsable.

FICHA DOCENTES - CREACIÓN PROGRAMAS (10/08)



Nombre completo

TITO MATAMALA ABURTO

1. Carácter del vínculo

Permanente X

Visitante

2. Grado máximo:

Magíster

3. Institución y país que otorgó el Grado:

Universidad de Concepción

4. Año de graduación:

Magíster: 2005

5. Área principal de investigación:

Periodismo y literatura

6. Número de tesis:

Magíster:

Dirigidas:

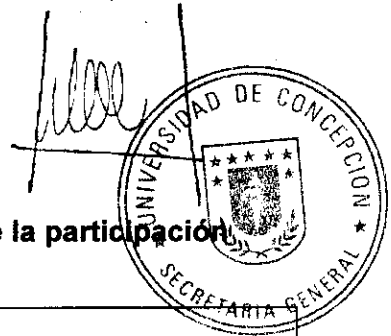
En desarrollo:

Doctorado:

Dirigidas:

En desarrollo:

7.- Lista de publicaciones indexadas (ISI o SCIELO) en los últimos 10 años. Separar por ítems. No incluir presentaciones a congresos.



8.- Proyectos de investigación últimos 10 años y condición de la participación

9.- Otros antecedentes relevantes.

Editor literario y columnista del diario El Sur de Concepción. Se desempeñó en el canal de televisión de la Universidad de Concepción (TVU), y como profesor de Redacción Creativa y Grandes Obras de la Literatura en la Universidad del Desarrollo.

Antologías de cuentos en las que ha participado:

- Relatos y resacas. Antología de narradores chilenos. Planeta, 1997
- Honrarás a tu padre. Antología de narradores chilenos. Planeta, 1998
- Desafueros. Ocho cuentos para desnudar a los políticos. Antología de autores chilenos. Editorial Planeta, 1999.
- Chile. A Traveler's Literary Companion. Antología de autores chilenos traducidos y publicados en EEUU. Whereabouts Press 2003
- Con pocas palabras. Muestra de microcuentos de autores chilenos. 2005

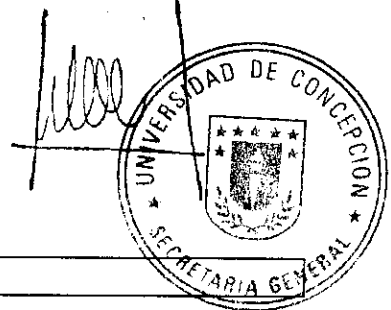
Publicaciones propias:

- Hoy recuerdo la tarde en que vendí mi alma al diablo (era miércoles y llovía elefantes). Novela. Mondadori, 1995.

(Premio Novela de la "Revista de Libros" del diario El Mercurio)

- De cómo llegué a trabajar para Carlos Cardoen. Novela. Mondadori, 1996
- Manual del buen bebedor. Planeta, 1999
- Historias del bar La Trivia. Cuento. Dolmen 2002
- Nuevo manual del buen bebedor. Dolmen 2002
- Dos novelas breves. Cuarto propio, 2003
- Calumnias y otras infamias. Ensayo.
- Diccionario del buen bebedor. Planeta, 2005
- Pubis y otras Obsesiones. Catalonia, 2006
- Jugador de Trivia, 2009

FICHA DOCENTES - CREACIÓN PROGRAMAS (10/08)



Nombre completo

BERNARDO CASTRO RAMÍREZ

1. **Carácter del vínculo**

Permanente

Visitante

2. **Grado máximo:**

Doctor en Ciencias de la Información

3. **Institución y país que otorgó el Grado:**

Universidad Pontifica de Salamanca, España.

4. **Año de graduación:**

2007

5. **Área principal de investigación:**

Desarrollo local y Regional, Sociología de la Educación, Comunicación Social.

6. **Número de tesis:**

Magister:

Dirigidas:

3

En desarrollo:

2

Doctorado:

Dirigidas:

En desarrollo:

7.- **Lista de publicaciones indexadas (ISI o SCIELO) en los últimos 10 años. Separar por ítems. No incluir presentaciones a congresos.**



Desarrollo Regional y Local Endógeno, Desde la Participación Ciudadana. Ediciones Universidad de Concepción. Concepción Chile. Libro. Nº Pags. 310.

Desarrollo Social y Planificación Comunal desde la participación ciudadana. Revista Sociedad Hoy. Departamento de Sociología y Antropología de la Universidad de Concepción. Nº 6-7. 2002-2003.-Artículo Revista.

Los derechos humanos en Chile, 30 años después. "Victimes du present, victimes du passe", vers la sociologie des victimes. Compilador Ewa Bogalska-Martin. Editorial L'Harmattan, París, Francia. 2004. Artículo de Libro.

Educación: Potencialidades y Dificultades en el Desarrollo Local y Regional. Revista Sociedad Hoy. Departamento de Sociología y Antropología, Universidad de Concepción. Nº 10, 2006. Artículo Revista

Estudio sobre el fenómeno de la Deserción en Localidades de alto riesgo. Revista Sociedad Hoy. Departamento de Sociología y Antropología. Universidad de Concepción. Nº 11, Docencia Universitaria. 2006. Artículo Revista

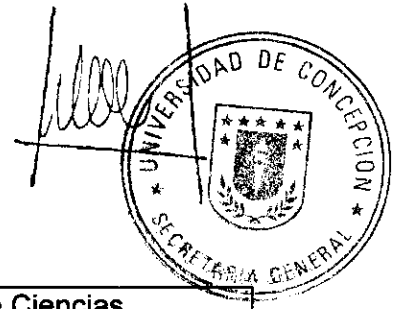
Temas Emergentes y Desafíos de la Comunicación, en la sociedad de la información Revista Estudios de Periodismo. Año 7. Nº 7. 2002. Artículo Revista

8.- Proyectos de investigación últimos 10 años y condición de la participación (investigador principal, co-investigador, etc.).

Código	Título	Tipo	Rol	Año Inicio	Año término
	Indicadores Humanos de Desarrollo. Investigación que forma parte de « Rapport Mondial Sur le Developpment (200/1) Banque Mondiale Reduire la Pauvreté. »	Centro L-J. Lebrat, UNESCO, Universidad de Notre Dame, Indiana USA.	Investigador Principal	1997	1999

D99/I 1040	Proyecto Fondef D99/I1074 Educación Interactiva: Un Modelo de Gestión e Innovación.	CONICYT Fondef	Director Alterno Investigador	2000	2002
2003.172.0 07-1.0	Caracterización de la gestión en establecimientos educacionales de la Provincia de Concepción.	DIUC – Ordinario	Co- Investigador	2003	2005
2003.173.0 27-1.0	Transformaciones regionales en el marco de la globalización y la perspectiva del Bicentenario 2010. Los problema y potencialidades del desarrollo sustentable de la Región del Bío-Bío.	DIUC – Ordinario	Co- Investigador	2003	2005
20029249- 001.0	Ofertas de Formación y calificación de la Universidad de Concepción y su relación con áreas de la administración pública.	GTZ Gobierno Regional	Investigador Principal	2003	2004
CO1H01	Las respuestas institucionales y sociales al impacto de la globalización: un estudio comparado de los procesos en curso en las regiones de Bío-Bío (Chile) y Rhone Alpes (Francia).	ECOS – CONICYT Francia Chile	Co- Investigador	2002	2003
1020266	Identidad e Identidades: La construcción de la Diversidad en Chile. (proyecto terminado)	FONDECYT	Co- Investigador	2002	2004
Convenio	Convenio Universidad de Concepción, JUNAEB, Ministerio de Educación. Investigación: "Estudio sobre el fenómeno de la deserción y retención escolar en localidades de alto riesgo"	JUNAEB Ministerio de Educación	Investigador Principal	2003	2004
MEC HUM 2007 63387	España y Chile: Similitudes y Diferencias en la Transición a la Democracia. Análisis Comparado en las Ciudades de Murcia y Concepción.	Ministerio de Educación y Ciencias de España	Investigador	2007	2010
Convenio OCDE- Gobierno Regional	Contribuciones de la Educación Superior al Desarrollo de la Región del Bío-Bío.	OCDE- INNOVA BIO- BIO	Investigador Principal	2008	2009



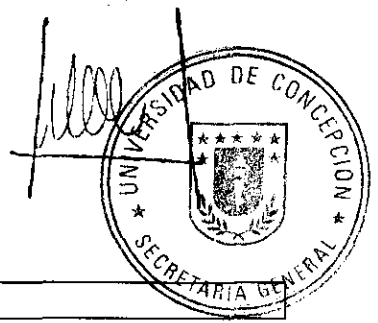


9.- Otros antecedentes relevantes.

Académico del Magíster en Investigación Social y Desarrollo. Facultad de Ciencias Sociales.

Evaluador CONICYT.

FICHA DOCENTES - CREACIÓN PROGRAMAS (10/08)



Nombre completo

MARÍA ELENA HERMOSILLA

1. **Carácter del vínculo**

Permanente

Visitante

X

2. **Grado máximo:**

Magíster (mestre) en Comunicación Social

3. **Institución y país que otorgó el Grado:**

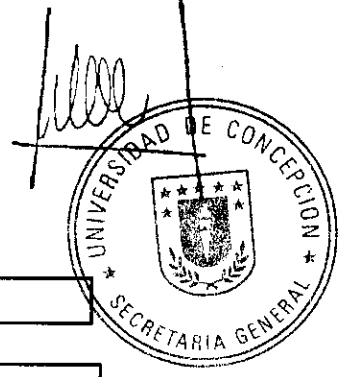
Universidad Federal de Río de Janeiro

4. **Año de graduación:**

1977

5. **Área principal de investigación:**

Análisis de Consumo Mediatico



6. **Número de tesis:**

Magister:	Dirigidas: 3	En desarrollo:	<input type="text"/>
Doctorado:	Dirigidas: <input type="text"/>	En desarrollo:	<input type="text"/>

7.- **Lista de publicaciones indexadas (ISI o SCIELO) en los últimos 10 años.**

- **“Os Debates dos Jornalistas Brasileños”**. Libro publicado por la FENAJ, Brasil. Editado por el Ministerio del Trabajo, Brasilia.
- **“Prensa, Radio y TV en la Región del Bío-Bío”**, en colaboración con Arturo Navarro y otros. CENECA 1986, Santiago.
- **“Mujer TV”**, Material educativo para trabajar en Recepción Activa con mujeres adultas de sectores populares. En colaboración con P. Edwards y S. Cortés. CENECA 1987 (dos ediciones).
- **“Explorando la Recepción Televisiva”**. Técnicas cualitativas para investigar el consumo de TV en distintos sectores socio-culturales. CENECA/CENCOSEP, 1987.
- **“La Demanda de Actores Sociales a la TV Chilena”**. Documento de trabajo en colaboración con Valerio Fuenzalida. CENECA 1987.
- **“La Educación para los Medios en la Formación del Consumidor Social”**. Libro en colaboraciones con el profesor Uruguayo Mario Kaplún. Universidad de la República del Uruguay, con patrocinio de la UNESCO. Montevideo 1987.
- **“Visiones y Ambiciones del Televidente”**. Libro en la colaboración con Valerio Fuenzalida. Contiene estudios de recepción de TV en diferentes segmentos de la sociedad Chilena. CENECA con auspicio de UNESCO, 1989.
- **“Evaluación de la Experiencia de CENECA en Recepción Activa de TV”**. Documento de trabajo en colaboración con Valerio Fuenzalida. CENECA con auspicio de la OREALC/UNESCO, 1989.
- **“El Televidente Creativo”**. Manual para sectores campesinos, en colaboración con Valerio Fuenzalida. CENECA/CENCOSEP, Instituto de Educación Rural, con auspicio de la OREALC/UNESCO, 1989.
- **“El Televidente Activo”**. Libro que contiene una sistematización total de la experiencia de CENECA en Recepción Activa de TV. En colaboración con Valerio Fuenzalida. CPU, 1992.
- **“Mujer y Radio Popular”**. En colaboración con María Cristina Mata (Argentina), Rosa María Alfaro (Perú), Fresia Camacho (Costa Rica). Editado por ALER en Quito, 1995.

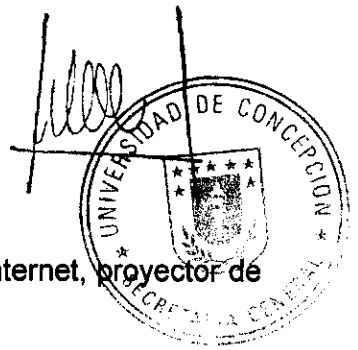
8.- **Proyectos de investigación últimos 10 años y condición de la participación.**

[Empty box for response to question 8]



9.- **Otros antecedentes relevantes.**

1994- Es designada miembro del Consejo Nacional de TV a propuesta del Presidente de la República y ratificada por el Senado.
2007....Nuevamente es propuesta por la Presidenta Bachelet como miembro del Consejo Nacional de TV y ratificada por el Senado.



VIII. INFRAESTRUCTURA Y EQUIPAMIENTO

Sala de Multimedia, Centro de Convergencia, 48 equipos, conexión a Internet, proyector de multimedia, amplificación, aire acondicionado.

1.- Laboratorio de Radio

Locutorio, micrófonos. Sala de Control y Edición, PC, softwares de edición de audio, reproductores de CDs y amplificadores, mobiliario, internet inalámbrico, aire acondicionado.

2.- Laboratorio de Televisión.

Estudio HA Ready Sony, compuesto por tres cámaras de estudio Sony DXC55, CCU (Unidad de Control de Cámaras) y dolly; 2 Cámaras de Estudio JVC KY-19 y dolly; 11 cámaras de terreno (3 Sony TRV; 4 GL2 Canon; 4 HDV A1 Sony); mesa de dirección Suite Digital AV MIXER, Panasonic WJ-MX50A; mesa de audio 6 canales Soundcraft RW5158; 10 micrófonos; 3 Islas de Edición (computadores MacIntosh G5 estacionarios); equipo de amplificación 5.1; parrilla de iluminación (19 focos de luz fría, 12 Fresnel 650 watts, 15 Fresnel 1000 watts, 4 focos Ciclograma); mesa de iluminación FC Express de 96 canales; set programa de conversación; set programa de noticias; intercomunicadores inalámbricos y conexión a Internet e Internet inalámbrico.

3.- Salas de clases.

La facultad de Ciencias Sociales cuenta con 8 salas de clases equipadas con proyector multimedia y conexión a internet con capacidad hasta para 70 personas.

ANEXO 1



Guía de presentación de Proyectos Finales del Magíster en Gestión de la comunicación con menciones: en proyectos de ciencia, cultura, o sociedad.

1. **Objetivo del proyecto.** El objetivo del proyecto final es aplicar los conocimientos adquiridos durante las sesiones teóricas y las prácticas realizadas en el periodo de formación del estudiante del programa. De allí que, para ser aprobado, el proyecto deba tener relación directa con las orientaciones curriculares, los contenidos y las competencias impartidas en el magíster cursado por el alumno.
2. **Sobre el alcance del proyecto final.** El proyecto de grado de magíster implica proponer una solución concreta a problemas de gestión de la comunicación en proyectos de Ciencia, Cultura o Desarrollo Social, con un grado adecuado de maestría o dominio, reconocible como tal por pares del ámbito profesional o académico de nivel equivalente o superior.
Como norma general, deberá ejecutarse dentro del plazo de un semestre y deberá someterse a las exigencias que se indican a continuación.

- 3 **Proyectos.** Demuestran la capacidad de diseñar, liderar y/o llevar a la práctica proyectos comunicacionales aplicados a la gestión de proyectos en Ciencia, Cultura o Desarrollo Social y podrán ser de dos tipos:

Diseño de productos comunicacionales y/o mediales, tales como series de programas, campañas, suplementos.

El tope para esta modalidad de proyecto será de tres mil palabras, más una justificación que se detalla más abajo.

Ejecución de productos específicos, tales como videos, multimedia, productos multiplataforma y otros según establezca el programa de estudios específico bajo el cual se ofrezca esta alternativa. El tope para esta modalidad de proyecto será de tres mil palabras, más una justificación que se detalla más abajo.

En ambos casos se exigirá adicionalmente una justificación de dos mil palabras en los términos que se detallan en el punto 4 de este documento. De esa forma, los proyectos profesionalizantes en cualquiera de sus modalidades tendrán una extensión máxima total de cinco mil palabras.

4 **Sobre los componentes del Trabajo Final.** Cualquiera sea la modalidad del proyecto de grado detallada en el punto anterior, el trabajo deberá incluir al menos los siguientes aspectos:



Título

Definición del problema para la justificación del proyecto. En general, un proyecto bien justificado demuestra que es la mejor solución disponible a un problema comunicacional relevante y vigente de la especialidad respectiva, dentro de los alcances de un trabajo de esta naturaleza y en concordancia con los contenidos cursados. El problema a resolver debe estar bien delineado, definido e identificado, así como sus principales causas.

Objetivos del proyecto. Los objetivos corresponden a la solución del problema y sus causas, delineados en el punto anterior.

Concordancia de la solución propuesta con el problema planteado integrando los contenidos aprendidos en el magíster.

Identificación de todas las fuentes documentales y personales consultadas. Incluye a expertos, textos especializados, artículos periodísticos, estadísticas y similares, tanto impresos, online o como sea más adecuado para el caso. Las fuentes utilizadas deben dar cuenta de la mejor manera posible del fenómeno o problema a tratar. También deben ser actuales, relevantes y de autoridad reconocida.

Prototipo, piloto o producto, según corresponda. Según los requisitos que establezca el módulo Taller de Producción.

5 **Sobre los estándares exigibles al Trabajo Final.**

Como principio general, el proyecto debe insertarse en alguna de las tres líneas del magíster.

El proyecto debe demostrar un adecuado nivel de dominio **en el desarrollo de los contenidos**, lo cual implica al menos lo siguiente:

Que su calidad profesional sea reconocible como tal por pares de nivel equivalente o superior; que tenga algún aspecto innovador que implique algún avance reconocible en el conocimiento y/o las prácticas pertinentes, dentro de los alcances de un proyecto de magíster; que, cuando corresponda, contenga elementos que permitan la replicabilidad de la experiencia y/o del conocimiento en otras situaciones y escenarios; que esté basado en una revisión acuciosa y actualizada de los principales antecedentes, bibliografía y demás evidencia relativos al problema o fenómeno que se busca abordar; que, cuando corresponda, proponga la mejor solución posible al problema que se desea solucionar, dentro de las limitantes del caso; que incorpore adecuadamente los contenidos, metodologías y demás aspectos relevantes del plan de estudios que se haya cursado.

El proyecto además debe demostrar la máxima calidad posible en **términos formales**, al menos en los siguientes aspectos:

Los componentes señalados en el punto 4 de este documento, expuestos de manera coherente y comprensible;

Un abstract/resumen bilingüe de 200 palabras;
Una tabla de contenidos consistente con la estructura lógica del texto;
Usar lenguaje claro y conciso, comprensible para un lector no especialista;
Correcta ortografía y redacción;
Un listado exhaustivo de las fuentes utilizadas, adecuadamente citadas de acuerdo a las normas APA.



6 **Ejecución y entrega del proyecto.** El proyecto final será realizado a lo largo de un semestre durante el curso de Trabajo Final, al cabo del cual debe quedar terminado y listo para ser defendido en el Examen de Grado ante la Comisión especial integrada por dos profesores del Magíster y un profesor de la especialidad que no pertenezca al programa. El no cumplimiento de este requisito implicará reprobar el curso.

El proyecto deberá escribirse en hojas tamaño carta usando letra Times New Roman tipo 12, con espacio 1,5 interlíneas. Los archivos de audio, imágenes y/o video, deberán adjuntarse cuatro copias de este material en soportes adecuados, según los requerimientos específicos del proyecto.

Las copias del proyecto deberán ser entregadas a los integrantes de la Comisión evaluadora al menos quince días antes de la fecha de la defensa, quienes podrán formularle las observaciones que estimen pertinentes.

La defensa del proyecto de grado es un acto público, en el cual el alumno expone su trabajo frente a los miembros de la Comisión respectiva.

El alumno que apruebe la defensa de su proyecto de grado entregará una copia con los cambios sugeridos por la Comisión para enviar a la biblioteca de la universidad.