



Universidad Nacional de Salta

FACULTAD DE HUMANIDADES

Av. Bolivia 5150 - 4400 Salta
REPÚBLICA ARGENTINA
Tel. FAX (54) (387) 4255458

SALTA, 24 NOV 2021

RES. H. N°

1382/21

Expte. N° 4534/21

VISTO:

La nota presentada por Daniela Nava Le Favi, María Natalia Saavedra, Leonardo Sosa, Silvia Castillo y María Rosa Chachagua, mediante la cual elevan la propuesta de creación del OBSERVATORIO DE TESIS COMUNICACIONALES (OTC); y

CONSIDERANDO:

QUE el observatorio tiene por misión acompañar a estudiantes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación en el proceso de elaboración de sus planes de trabajo y en el desarrollo de sus tesis;

QUE el mismo busca promover la participación de docentes investigadores y graduadxs en las diferentes áreas de producción de conocimiento de la carrera, para brindar una mayor contención a lxs estudiantes; acompañar la tarea de las cátedras y directorxs de tesis en el fomento de la producción de conocimiento local y la tasa de graduación;

QUE sus objetivos son: a) Promover y realizar acciones que colaboren con la comunidad estudiantil en la definición y desarrollo de sus temas de tesis; b) contribuir a incrementar el índice de egreso en la carrera Licenciatura en Ciencias de la Comunicación;

QUE la Comisión Directiva de la Escuela de Ciencias de la Comunicación avaló la propuesta presentada;

QUE la Comisión de Docencia, Investigación y Disciplina, en su despacho No.337/21, aconseja crear el Observatorio de Tesis Comunicacionales y aprobar su reglamento de funcionamiento;

POR ELLO, y en uso de las atribuciones que le son propias;

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES
(En su Sesión Ordinaria del día 16/11/2021)

RESUELVE:

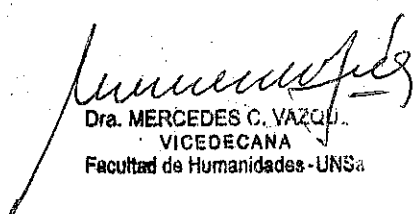
ARTICULO 1°.- CREAR el OBSERVATORIO DE TESIS COMUNICACIONALES (OTC), cuya misión es acompañar a lxs estudiantes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación en el proceso de elaboración de sus planes de trabajo y en el desarrollo de sus tesis de licenciatura.

ARTÍCULO 2°.- APROBAR el marco reglamentario que regirá el funcionamiento del OBSERVATORIO DE TESIS COMUNICACIONALES (OTC), según el detalle consignado en el Anexo I de la presente.

ARTICULO 3°.- COMUNÍQUESE a los/as docentes que elevaron el proyecto, Escuela de Ciencias de la Comunicación, CUEH, y publíquese en el boletín oficial.


Dra. JULIANA BIZONZO
SECRETARÍA ACADÉMICA
Facultad de Humanidades - UNSa




Dra. MERCEDES C. YAZU
VICEDECANA
Facultad de Humanidades - UNSa

OBSERVATORIO DE TESIS COMUNICACIONALES (OTC)

1. MISIÓN/VISIÓN

1.1. MISIÓN

El Observatorio de Tesis en Comunicación (OTC) tiene por misión acompañar a los estudiantes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación en el proceso de elaboración de sus planes de trabajo y en el desarrollo de sus tesis. El OTC busca promover la participación de docentes investigadores y graduados en las diferentes áreas de producción de conocimiento de la carrera, para brindar una mayor contención a los estudiantes; acompañar la tarea de las cátedras y directorxs de tesis en el fomento de la producción de conocimiento local y la tasa de graduación.

1.2. VISIÓN

La visión del OTC retoma los fundamentos del Plan de Estudio de la carrera (RES. H. N° 362/06) donde se propone promover la toma de decisión social y política de intervenir en los procesos comunicativos desde una perspectiva que, responda a las necesidades de la sociedad, ofreciendo nuevas formas de comunicación que optimicen las redes comunitarias a la vez que forme profesionalxs críticxs y comprometidxs con la realidad social, que se desempeñen de manera adecuada en los distintos ámbitos comunicacionales existentes, generando nuevos espacios alternativos y democráticos. Es decir, que desde el momento fundacional la carrera se asumió la construcción de una visión sobre la comunicación y su rol social fuertemente sustentados en claras posturas teóricas y metodológicas que permitan la elaboración de una mirada críticamente situada y el desarrollo de políticas que colaboran en la búsqueda de posibilidades para construir mejores condiciones socio-económicas para los diversos grupos sociales que habitan este territorio. Desde este posicionamiento que el OBSERVATORIO DE TESIS COMUNICACIONALES pretende colaborar con la comunidad estudiantil en el proceso crucial de formación de temas de tesis y su desarrollo en articulación con las tareas que realizan las cátedras, institutos de investigación, laboratorios, entre otros. Para ello, contempla las grandes áreas de la carrera en tanto éstas se estructuraron pensando en la particularidad de la Comunicación como una ciencia que incorpora multiplicidad de objetos, de temáticas y que, además, establece vinculaciones con otras ciencias y disciplinas.

2. OBJETIVOS/ALCANCES

2.1. Generales:

2.1.1. Promover y realizar acciones que colaboren con la comunidad estudiantil en la definición y desarrollo de sus temas de tesis.

2.1.2. Contribuir a incrementar el índice de egreso en la carrera Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

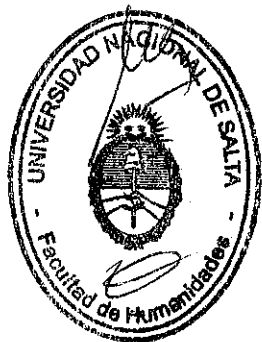
2.2. Específicos:

2.2.1 Promover la producción y visibilización de las tesis comunicacionales.

2.2.2 Colaborar con la Escuela de Ciencias de la Comunicación - cuando ésta lo requiera- en relación a los proyectos/trabajos de tesis finales.

2.2.3 Establecer articulaciones con áreas o instituciones con perspectiva comunicacional para la producción, sistematización de información referida al proceso de egreso de los estudiantes.

2.2.4 Fortalecer la producción de conocimiento comunicacional situado, atendiendo a las particularidades del hacer ciencia en universidades de frontera.



3. ACTIVIDADES Y ACCIONES:

3.1. Brindar asesoramiento a la Escuela de Ciencias de la Comunicación en los casos en que se requiera ampliar la emisión de opinión fundada en relación a Tema, Dirección y eventual Co-dirección según se establece en Art. 4º y Art. 5º de Res. H. Nº 2290/12 del Reglamento de Tesis de Licenciatura de la Facultad de Humanidades, en vigencia.

3.2. Ofrecer asesoramiento a estudiantes avanzados sobre posibles líneas de investigación y en relación a las modalidades de presentación de proyectos/diseños de tesis según se establece en Art. 2 y Anexo 1 de la Res. H. Nº 1671/11. Siendo las siguientes alternativas de elaboración de proyecto de tesis: a) Desarrollo de investigaciones sobre temas específicos del campo comunicacional; b) Diseño y desarrollo de piezas comunicacionales; y c) Diseño de proyectos comunicacionales.

3.3. Elaborar, actualizar y difundir un banco de datos de directores de tesis con los datos de docentes de la carrera, sus líneas de investigación y áreas de interés. La base de datos estará disponible en la plataforma web y de acceso a través de los canales institucionales de redes sociales y listas de correos de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

3.4. Mapear semestralmente la cantidad de proyectos que se encuentran aprobados, los que están en vigencia o por vencerse para elaborar un cuaderno de registro y dar seguimiento a tales proyectos.

3.5. Gestionar el Repositorio Digital y Banco de Tesis de Acceso Público, Abierto y de Comunicación Pública de la Ciencia, de la Escuela de Ciencias de la Comunicación en articulación con las Bibliotecas de la Facultad de Humanidades y Biblioteca Electrónica de la Universidad Nacional de Salta.

3.6. Promover diversas formas de visibilidad de las tesis a través de las herramientas que propone la Comunicación Pública de la Ciencia en pos de posicionar y visibilizar a lxs futurxs graduadxs y a la carrera de Ciencias de la Comunicación.

3.7. Elevar recomendaciones a la Escuela de Ciencias de la Comunicación en relación a la situación de lxs estudiantes que se encuentran en el proceso de elaboración de tesis.

3.8. Generar espacios de intercambio académico científicos (talleres, foros, simposios, entre otros) para la contención, acompañamiento y asesoramiento tanto a lxs estudiantes que están en proceso de elaboración de sus planes de tesis como a aquellos que ya están en el desarrollo de las mismas.

3.9. Articular con los diferentes proyectos de investigación de la carrera y de la facultad; y con otras instituciones específicas del área comunicacional.

3.10. Articular con redes institucionales de comunicación (REDCOM, FADECCOS, ABOIC, RICCAP, etc.) para nutrir estos espacios de temáticas y áreas problemáticas propias de la perspectiva comunicacional desarrollada a nivel local.

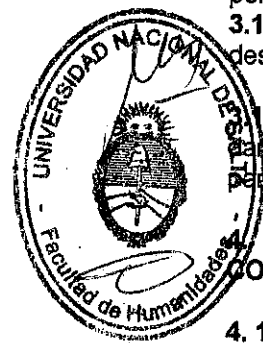
3.11. Realizar informes de gestión de carácter semestral, detallando las acciones desarrolladas desde el OTC en dicho periodo.

3.12. Desarrollar una reunión científico-académica anual, hacia el cierre del año lectivo, para conocer las actividades llevadas a cabo, los fines alcanzados y las tareas pendientes para el año siguiente.

ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN DEL OBSERVATORIO DE TESIS COMUNICACIONALES

4. 1. Estructura de representantes

El OTC estará estructurado de acuerdo a la siguiente forma:



- un/a director/a
- un/a co directora
- un/a representante del claustro estudiantil
- un/a representante del claustro graduadxs
- un/a representante titular y un/a suplente docente (profesores adjuntxs, JTP o auxiliares y /o adscriptxs docentes) por cada una de las tres áreas

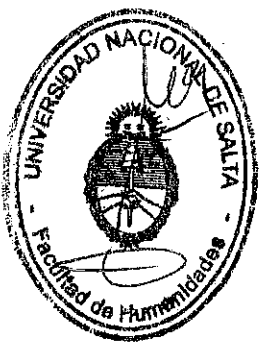
4.2 Director/a y co directora/a

- a. Los cargos de director/a y codirector/a podrán ser ocupados por docentes investigadores de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Salta. Serán elegidxs por una comisión asesora que estará integrada por lxs representantes del claustro estudiantil, de graduadxs, y de docentes que integren las tres áreas.
- b. El/la director/a / co-director/a deben ser proactivxs y dinámicxs, con capacidad de planificación, conducción y dirección de actividades, recursos humanos y materiales. Deben tener experiencia que acredite antecedentes en la articulación con distintos equipos de trabajo, con habilidades que tiendan a la flexibilidad, a la empatía, a la capacidad de escucha y diálogo.
- c. El perfil del/la director/a y co-director/a deberá estar orientado a profesionales que acrediten experticia en el ámbito académico, intervención socio comunitaria, extensión y/o investigación en las Ciencias de la Comunicación.
- d. Lxs docentes investigadores pueden postularse para ser director/a y/o co director/a respetando el perfil propuesto. Se podrá realizar una presentación individual o una que contemple la fórmula completa. La elección se realizará con postulación formal, debiendo adjuntarse el CV ampliado, la documentación probatoria y la Propuesta de Gestión bianual. La misma debe especificar cómo se desarrollarán estrategias de abordaje desde la perspectiva de género y derechos humanos (en relación a la desigualdad, interculturalidad, pobreza y diferentes formas de exclusión social) de manera transversal a la formación de lxs futurxs graduadxs.
- e. La convocatoria y los plazos del proceso de elección de director/a y co director/a será establecido por lxs miembrxs de la comisión de OTC en un plazo no mayor a 30 días hábiles desde la asunción de las autoridades de Escuela de Ciencias de la Comunicación. La comisión asesora se reunirá con al menos 4 de los 5 representantes para llevar a cabo la elección. En la evaluación se tendrá en cuenta el CV, la documentación probatoria y el plan de trabajo de cada postulante. Luego del análisis, la comisión decidirá quiénes son lxs elegidxs para ocupar el cargo de director/a y de co-director/a. En el caso que no hubiera acuerdo por unanimidad, se procederá a la votación de lxs miembrxs para que sea una elección democrática por mayoría simple. Una vez tomada la decisión se emitirá un dictamen con fundamentos que será elevado a la Escuela de Ciencias de la Comunicación.
- f. El periodo de ocupación de los roles de director/a y co-director/a será de 2 años, sin posibilidad de renovación automática. No obstante, podrán postularse nuevamente.

4.3 Representantes por área

4.3.1 Representantes docentes

- a. En el caso de lxs representantes de las áreas, para el cargo titular deberán ser docentes investigadorxs adjuntxs, JTP o auxiliares docentes. En tanto para el cargo suplente podrán ser adscriptxs docentes, profesores adjuntxs, JTP o auxiliares docentes. Cada área determinará quién podrá ocupar el cargo de titular y de suplente, y deberá informar a la comisión de Escuela electa la nómina de representantes titulares y suplentes por área. El inicio de las tareas de lxs representantes coincidirá con la toma de posesión de las autoridades de Escuela electas.
- b. Los representantes de cada área deberán trabajar de modo conjunto en el relevamiento de información sobre tesis, tesis realizadas y estudiantes que cumplan con los requisitos de presentar sus proyectos de tesis. Además deberán colaborar en el desarrollo de actividades que fortalezcan la asesoría y el acompañamiento a tesis, dentro del campo temático del área. Deben ser idónexs en los conocimientos implicados en dicha área de trabajo, tener perspectiva de género o capacitarse en relación a la temática y deben poder contar con disponibilidad para trabajar en equipo y en redes intra e interinstitucionales.



- c. La duración del cargo de lxs representantes docentes será de 2 (dos) años. En tanto lxs adscriptxs docentes durarán 1 (un) año en el cargo de suplente. El/la docente adscriptx que continúe con su tarea de adscripción podrá continuar durante un año más. En caso contrario, el área a la que representa podrá proponer un nuevx suplente para completar el periodo de los 2 años.

4.3.2 Representantes estudiantiles

Lxs representantes estudiantiles serán lxs suplentes de la/s lista/s de candidatxs electxs en cada comicio anual de representantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, conforme a las bancas asignadas al estamento de estudiantes de 2 (dos) representantes estudiantiles. Por lo tanto, los cargos tendrán la duración de 1 (un) año.

4.3.3 Representante graduadx

El/La representante del estamento de graduadxs será el suplente de la lista de candidatos electxs en cada comicios anual de representantes de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Por lo tanto, este cargo tendrá la duración de 1 (un) año.

4.4 Reuniones e informes

Lxs miembrxs del Observatorio deberán reunirse una vez al mes para poder cumplimentar los objetivos que se propone dicho órgano. Además, deberán elevar a la Escuela de Comunicación, un informe de gestión de carácter semestral, detallando las acciones desarrolladas desde la comisión, y las diferentes áreas que la componen. El informe se podrá compartir por los diferentes canales de difusión que opte el OTC.

Asimismo, el observatorio desarrollará una reunión científico-académica, de carácter anual, hacia el cierre del año lectivo, dando a conocer las actividades desarrolladas, los logros alcanzados y los desafíos pendientes para el siguiente año. La actividad tendrá carácter de no arancelada y articulará con otros espacios existentes en la carrera, como el caso del ENCIC.

5. ÁREAS DE INVESTIGACIÓN Y PRODUCCIÓN:

Se definen dichas áreas en relación a las cátedras de la carrera, pero éstas no son determinantes de los ámbitos de investigación de lxs docentes, sólo tienen un fin organizativo. En este aspecto, cuando la Escuela solicite el asesoramiento en jurados o proyectos de tesis, se deberá recurrir al banco de directores para establecer una consultoría más específica.

a) DE INVESTIGACIÓN EN EL CAMPO COMUNICACIONAL

Cátedras: Comprensión y producción de textos, Introducción a las Teorías de la Comunicación Social, Sociología, Historia Regional, Análisis del Discurso, Semiótica General, Semiótica Audiovisual, Semiótica de la Cultura, Teorías de la Percepción, Procesos sociales de América, Antropología Económica, Estado Poder y Medios en Argentina y Latinoamérica, Legislación y ética en la Comunicación, Teorías del Desarrollo Capitalista, Seminario de Metodología de la Investigación y tesis. Servicio de comunicación en contexto de encierro. Servicio de Atención Permanente al Ingresante.

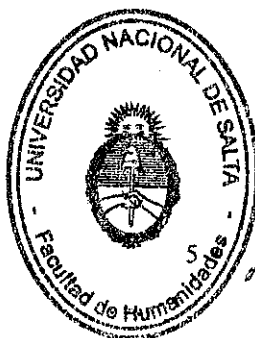
b) DE PRODUCCIÓN DE PIEZAS COMUNICACIONALES

Cátedras: Teoría y Práctica de la Prensa Escrita, Introducción a la Investigación Periodística y al periodismo de Opinión, Prácticas Críticas, Teoría y Práctica de Radio I y II, Teoría y Crítica de Espectáculos y medios, Teoría y Práctica de la fotografía, Teoría y Práctica de Cine y Video, Teoría y Práctica de Televisión, Interfaz Arte/Tecnología, Teoría y Práctica de los Usos tecnológicos de la Comunicación, Publicidad y Comercialización.

c) DE DISEÑO Y PROYECTOS COMUNICACIONALES

Cátedras: Comunicación Popular y alternativa, Práctica en Comunicación Comunitaria e Institucional, Psicología Social, Instituciones y grupos, Gestión y diseño de políticas de Comunicación Social; Diseño Gestión y Evaluación de Proyectos.


Dra. LILIANA LIZONDO
SECRETARÍA ACADÉMICA
Facultad de Humanidades - UNSa




Dra. MERCEDES C. VAZQUEZ
VICEDECANA
Facultad de Humanidades - UNSa