



XIX Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

ENACOM 2022

19, 20 y 21 de octubre de 2022

Facultad de Periodismo y Comunicación Universidad FASTA

Reconversiones y desafíos de la comunicación profesional

CIRCULAR N° 2:

Justificación:

La comunicación profesional enfrenta un contexto desafiante. No solamente en términos de la constante dinámica propia de una disciplina que cambia y se modifica producto de innovaciones tecnológicas y proliferación de herramientas, sino porque hay muchos aspectos políticos, sociales, culturales y simbólicos en tensión, que obligan al pensamiento profundo sobre sus alcances y consecuencias para la profesión del comunicador.

Un mundo luego de una pandemia de alcance planetario, en el cual la comunicación estuvo en el centro del debate público. Una invasión a un país soberano, que se nutrió de la desinformación, son los dos emergentes recientes que aceleraron todavía más un contexto de inestabilidad de criterios clásicos para analizar lo global, lo regional y lo local.

Proliferan reconversiones en torno a los valores democráticos, las identidades culturales y la globalización. La interculturalidad, los consumos de arte y medios. Los estilos de vida, la hibridación, la transculturación, el multiculturalismo y las fronteras. Los ciudadanos del mundo y las brechas comunicacionales. Los conceptos de audiencia y público. La experiencia de usuario. Los consumos culturales, el mundo on-demand. La segmentación y la masividad. El *mainstream* y los consumos de nicho. La cultura *to share* y las multipantallas. Las nuevas formas de entretenimiento. La investigación de audiencias y de grupos. La recepción nómada. Los procesos de comprensión. Las formas de hablar, de escribir, lo transmediático. Las redes, las burbujas de filtro, los algoritmos, el mundo meta. Y esto es apenas la síntesis de un universo mucho más amplio.

Cada una de estas variables, y muchas más, interpelan a quienes estudian, explican, analizan y ejercen la profesión de la comunicación. A eso estará destinado el ENACOM 2022, a las reconversiones y desafíos de la comunicación profesional, apuntando a los desafíos de la producción simbólica, en las múltiples vertientes en las que se desempeña un comunicador profesional frente a un contexto de cambio acelerado e impredecible.



XIX Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

ENACOM 2022

19, 20 y 21 de octubre de 2022

Facultad de Periodismo y Comunicación Universidad FASTA

Reconversiones y desafíos de la comunicación profesional

Fechas de presentación:

- Envío de resúmenes: hasta el 13 de agosto 2022.
- Envío de ponencias: hasta el 27 de septiembre de 2022 (para ser incluidas en actas con registro ISSN).
- Envío de trabajos EXPOCOM: 21 de septiembre 2022. (Ver reglamento EXPOCOM 2022).

Ejes temáticos e instituciones responsables:

EJES TEMÁTICOS 2022

- 1- Epistemología de las Ciencias de la Comunicación, teorías y metodologías de investigación y enseñanza de la comunicación.
- 2- Historia y comunicación.
- 3- Economía, políticas y derecho a la comunicación.
- 3- Discursos, lenguajes y representaciones sociales.
- 4- Comunicación, procesos culturales e identitarios.
- 5- Estudios de recepción, audiencias, consumo y navegación.
- 6- Periodismo, medios de comunicación y producción de contenidos.
- 7- Comunicación, educación y campo profesional.
- 8- Comunicación alternativa, popular y comunitaria.
- 9- Sociedad global y comunicación
- 10- Comunicación, política y poder.
- 11- Comunicación, género y sexualidades.
- 12- Tecnologías de la información y la comunicación.



XIX Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

ENACOM 2022

19, 20 y 21 de octubre de 2022

Facultad de Periodismo y Comunicación Universidad FASTA

Reconversiones y desafíos de la comunicación profesional

13- Comunicación de la ciencia, la salud y el ambiente.

14- Comunicación en la organización y organismos de gobierno

16- Medios digitales, publicidad y propaganda.



XIX Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

ENACOM 2022

19, 20 y 21 de octubre de 2022

Facultad de Periodismo y Comunicación Universidad FASTA

Reconversiones y desafíos de la comunicación profesional

NORMAS PARA LA PRESENTACIÓN DE RESÚMENES (HASTA EL 13/8/22):

Los resúmenes extendidos deberán ser de entre 500 y 1000 palabras.

En la cabeza del resumen se destacará el número de eje al que se postula el trabajo. Se incluirán cinco palabras clave (*keywords*)

El documento debe contener una breve descripción de la temática a desarrollar, los objetivos del escrito y un adelanto de las conclusiones.

Los resúmenes deberán ser enviados vía mail a: enacom2022@ufasta.edu.ar.

Inscripción de asistentes:

Los y las asistentes al ENACOM 2022 deberán completar el siguiente formulario para inscribirse al evento. Allí, al momento de consignar su categoría se concreta la preinscripción. Una vez revisada la postulación, se generará y enviará el link de pago correspondiente.

Formulario de inscripción

<https://apps.ufasta.edu.ar/extension/inscripcion/v2/#/7CEA22E2>

NORMAS PARA LA PRESENTACIÓN DE PONENCIAS (HASTA EL 26/9/2022):

El envío de ponencias será opcional y tendrá como fin la publicación del trabajo.

Para ser incluidas en las actas del congreso y debidamente publicadas con registro de ISSN, las ponencias deberán ser remitidas hasta el 26/9/2022 sin excepción.

Las mismas deberán redactarse en formato de hoja A4, con tipografía Times New Roman 12, interlineado 1,5. Tendrán una extensión mínima de 12 páginas y una máxima de 20 (bibliografía incluida). Deberán estar encabezadas por el título del trabajo en Times New Roman 14, negrita.



XIX Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

ENACOM 2022

19, 20 y 21 de octubre de 2022

Facultad de Periodismo y Comunicación Universidad FASTA

Reconversiones y desafíos de la comunicación profesional

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

Los trabajos deberán ser enviados por la misma plataforma del resumen:

Aranceles:

- **Expositor pago anticipado hasta el 19 de agosto: \$1.900**
- **Expositor pago hasta el 19 de octubre: \$3.000**

- **Asistente con certificación hasta el 19 de agosto: \$1.000**
- **Asistente con certificación hasta el 19 de octubre: \$1.600**

- **Estudiantes pago anticipado hasta el 19 de agosto: \$500**
- **Estudiantes hasta el 19 de octubre: \$850**

EXPOCOM 2022

Bases para la presentación de trabajos

1) Podrán participar de la EXPOCOM trabajos producidos en el contexto de una o más cátedras de alguna de las carreras afiliadas a FADECCOS (sin excepción) y que hayan sido elaborados desde el año 2021 hasta el primer cuatrimestre del año 2022 inclusive. No se aceptarán trabajos que formen parte de equipos constituidos de manera estable o publicaciones periódicas que cuenten con un desarrollo, infraestructura o nivel de organización que exceda al trabajo de las cátedras.

2) Cada institución podrá enviar y prestar aval para un solo trabajo por modalidad.

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



XIX Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

ENACOM 2022

19, 20 y 21 de octubre de 2022

Facultad de Periodismo y Comunicación Universidad FASTA

Reconversiones y desafíos de la comunicación profesional

4) La inscripción de los trabajos se realiza completando la ficha de inscripción disponible al final de este documento. La misma debe ser enviada vía mail a expocom2022@ufasta.edu.ar En el Asunto se debe consignar: Inscripción EXPOCOM – Categoría (seleccionar).

5) La fecha de inscripción (mediante envío de ficha) y envío de trabajos (de acuerdo al formato especificado en “pautas de presentación”) para todas las categorías y modalidades es hasta el 21 de septiembre de 2022. Se debe enviar un único mail por trabajo que contenga la ficha de inscripción y el trabajo en los soportes especificados. En “asunto” debe incluirse: EXPOCOM 2022_CATEGORÍA_MODALIDAD.

Ejemplo: EXPOCOM2022_COMUNICACIONGRAFICA_FOTOGRAFIADOCUMENTAL

6) El seguimiento de los envíos es responsabilidad de cada carrera o participante. Se enviará un mail de confirmación una vez receptado cada trabajo, indicando si se puede visionar correctamente el material.

7) Los trabajos que no se envíen en tiempo y forma, o aquellos que no cumplan con las pautas formales de presentación no serán evaluados ni exhibidos. Los trabajos deberán encontrarse de manera visible a la hora de ser evaluados.

PAUTAS DE PRESENTACIÓN

-Las piezas gráficas deberán ser enviadas en formato PDF o JPG.

-Las revistas deberán enviarse formato JPG o PDF

-Para las piezas audiovisuales deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

-Para las piezas sonoras y radiofónicas, deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.



XIX Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

ENACOM 2022

19, 20 y 21 de octubre de 2022

Facultad de Periodismo y Comunicación Universidad FASTA

Reconversiones y desafíos de la comunicación profesional

CATEGORÍAS Y MODALIDADES DE PARTICIPACIÓN

1. CATEGORÍA: COMUNICACIÓN GRÁFICA

1.1. Modalidades

Periódico impreso: Es una publicación pensada para salir diariamente que contiene información periodística que se agrupa en secciones y aborda diferentes temáticas. Se entrega en formato PDF.

Revista impresa: Publicación periódica semanal, quincenal o mensual que incluye información de diferentes temáticas o está especialmente orientada a un tema y target. Se entrega en formato PDF.

Suplemento de periódico impreso: Publicación de aparición regular en el marco de un periódico que refiere a temáticas específicas. Se entrega en formato PDF.

Nota de investigación gráfica: Se entiende como tal a una investigación en profundidad con varias fuentes sobre un tema de interés periodístico. Se entrega en formato PDF.

Entrevista periodística: Se entiende como la versión periodística de una conversación entre un entrevistado y un entrevistador, sobre un tema de interés público, de hasta 3 páginas. Se entrega en formato PDF.

Crónica periodística: Narración interpretativa y valorativa de hechos noticiosos actuales o actualizados, donde se narra algo al mismo tiempo que se juzga lo narrado, de hasta 6 páginas. Se entrega en formato PDF.

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

Gacetilla: Escrito breve que reúne la información fundamental sobre un tema determinado, de hasta una página. Se entrega en formato PDF.

Ensayo: Entendido como un ensayo o argumentación periodística, de hasta 5 páginas. Se entrega en formato PDF.

Fotografía Periodística: Se trata de una fotografía de actualidad periodística destinada a ser utilizada en medios gráficos impresos y/o virtuales. Puede ser en los siguientes Subgéneros: Foto Noticia (1 foto), Foto Reportaje – Entrevista (tres fotos) y Foto Crónica (tres fotos). En formato JPEG. (ESPECIFICAR TAMAÑO)



XIX Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

ENACOM 2022

19, 20 y 21 de octubre de 2022

Facultad de Periodismo y Comunicación Universidad FASTA

Reconversiones y desafíos de la comunicación profesional

Fotografía Documental: Fotografía como Documento Social (1 foto), es aquella que tiene una intencionalidad de constatación, denuncia, compromiso ideológico; vinculados a una realidad inmediata, sobre hechos reales, personajes reales y/o circunstancias reales. En formato JPEG. (ESPECIFICAR TAMAÑO)

2. CATEGORÍA: COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

2.1. Modalidades

Campaña publicitaria gráfica: de entre tres y cinco piezas. En formato JPEG. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

Campaña publicitaria radiofónica: Mínimo 3 piezas. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

Pieza publicitaria radiofónica: Duración máxima sugerida: 1 minuto. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

Cartel / afiche: de promoción de eventos o actividades En formato JPEG. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

Vía pública / outdoor: En formato JPEG. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

Folleto: entre dos y cuatro carillas. En formato JPEG. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

Fotografía Publicitaria: (Arte Aplicado): Se trata de una fotografía que formaría parte de un aviso Publicitario en medios gráficos impresos y/o digital. En los siguientes Subgéneros: Foto Publicitaria Comercial, se entiende como tal a una imagen que conducirá al receptor al acto de comprar (1 foto) y/o Foto Publicitaria de Persuasión o cambio de conducta (no comercial), se entiende como tal a una imagen que intenta persuadir al receptor a un cambio de conducta. En formato JPEG. (ESPECIFICAR TAMAÑO)

Jingle: Se trata de una composición musical publicitaria que promueve la recordación de marca, producto o servicio Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.



XIX Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

ENACOM 2022

19, 20 y 21 de octubre de 2022

Facultad de Periodismo y Comunicación Universidad FASTA

Reconversiones y desafíos de la comunicación profesional

Spot publicitario o de propaganda audiovisual: Es la pieza que publicita un producto o servicio de índole comercial o como bien y/ o servicio público destacando sus cualidades con fines específicos, por ejemplo, campaña publicitaria, campaña de bien público, campaña de propaganda política. Duración máxima sugerida: 45 segundos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Campaña publicitaria o de propaganda para televisión: Serie de varios spots publicitarios que forman parte de una misma campaña Hasta 5 piezas. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

3. CATEGORÍA: COMUNICACIÓN CORPORATIVA

3.1. Modalidades

Desarrollo de identidad corporativa: Máximo tres láminas, en formato JPG. Debe adjuntarse una presentación de un de máximo una carilla.

Boletín o newsletter: en formato JPG. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

Logo: en formato JPG. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

Packaging: en formato JPG. Debe adjuntarse una presentación de un máximo de una carilla.

Audiovisual institucional: Se trata de un informe centrado en la actuación, conformación o áreas de desarrollo de un organismo o institución con el objetivo de desarrollar la imagen institucional, organizacional o corporativa. En ese sentido, no podrá incluir contenidos de tipo publicitario ni de propaganda para diferenciarse de la categoría anterior. Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Estrategia de comunicación organizacional: Soporte monográfico descriptivo, de no más de 2 páginas, en formato JPG.

Proyecto de asesoría en comunicación: Soporte monográfico descriptivo, de no más de 2 páginas, en formato JPG.

Estrategias de comunicación Institucional: Soporte monográfico descriptivo, de no más de 2 páginas en formato JPG.



XIX Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

ENACOM 2022

19, 20 y 21 de octubre de 2022

Facultad de Periodismo y Comunicación Universidad FASTA

Reconversiones y desafíos de la comunicación profesional

4. CATEGORÍA: COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA

4.1. modalidades

Entrevista radiofónica: Conversación entre periodista y una o un conjunto de personas con la finalidad de abordar un tema determinado. Duración máxima sugerida: 10 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público

Informativo radial: Resumen de noticias. Duración máxima sugerida: 3 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público

Programa musical: Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público

Magazine: Programa generalista que aborda diferentes temáticas. Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público

Radioteatro: Obra dramática adaptada al formato radiofónico. Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Programa infantil: Audición con contenidos orientados a un público infantil. Duración máxima sugerida: 20 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público

Programa cultural: Audición con contenidos que aborden problemáticas o un tema cultural como eje orientador de la emisión. Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Programa de interés o bien público: Audición que aborde problemática de interés público o social. Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Documental radiofónico: Audición radiofónica que se funda en fuentes documentales y que se propone un conocimiento profundo y contextualizado sobre una temática o problema particular. Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser SoundCloud o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público



XIX Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

ENACOM 2022

19, 20 y 21 de octubre de 2022

Facultad de Periodismo y Comunicación Universidad FASTA

Reconversiones y desafíos de la comunicación profesional

5. CATEGORÍA: COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

5.1. Modalidades

Documental: Se trata de una narración que deberá considerar las bases de la realización documental concebida como un modo discursivo que tiene un referente, situación o contexto real, no ficcional. Deberá estar basado en una investigación periodística o académica previa que haya dado lugar a su guión y a la posterior organización del relato. Duración máxima sugerida: 30 minutos. deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Audiovisual de ficción: Se trata de una narración guionada basada en un argumento ficcional, sin base en hechos o situaciones previas acaecidas. Deberá tener una estructura de relato. Duración máxima sugerida: 30 minutos. deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Video experimental: Se trata de un mensaje que aplica técnicas audiovisuales con estrategias no convencionales; carece de estructura narrativa. (Duración máxima sugerida: 15 minutos. deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Noticia periodística: Es la información breve sobre un acontecimiento de actualidad periodística, en formato audiovisual Duración máxima sugerida: 2 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Entrevista periodística: Es la versión audiovisual sobre la conversación de un entrevistado y un entrevistador sobre un tema de actualidad periodística Duración máxima sugerida: 15 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Informe periodístico: Refiere a la información más extensa que la noticia, que brinda datos, testimonios, antecedentes, etc. sobre un acontecimiento de actualidad periodística. Duración máxima sugerida: 4 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Nota de investigación periodística: Se entiende como tal a una investigación en profundidad con varias fuentes sobre un tema de interés periodístico Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.



XIX Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

ENACOM 2022

19, 20 y 21 de octubre de 2022

Facultad de Periodismo y Comunicación Universidad FASTA

Reconversiones y desafíos de la comunicación profesional

Programa periodístico de panel: Programa con varios invitados que brindan información y opinión sobre un tema determinado de interés público; puede ser en formato de mesa redonda, debate, etc. Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Noticiero: Programa que brinda la síntesis de la información de los acontecimientos más sobresalientes del día, transmitida por televisión, a través de distintas noticias, informes, etc. Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

Magazine: Programa televisivo que combina noticias, entrevistas, informes, notas de investigación y/o debates, que abordan uno o varios temas informativos desde una perspectiva analítica. Duración máxima sugerida: 30 minutos. Deberá enviarse el enlace en el cual se encuentra alojada la misma (puede ser YouTube, Vimeo o Google Drive) asegurándose en la configuración que sean de acceso público.

6. CATEGORÍA: COMUNICACIÓN INTERACTIVA

6.1. Modalidades

Sitio web periodístico: Es un conjunto de páginas web enlazadas entre sí, con contenido periodístico, articuladas a partir de una página de inicio o index que es la primera información a la que acceden los usuarios. En el mismo se utilizan recursos y se prevén instancias de participación e interacción. Debe enviarse el enlace al sitio web.

Sitio web institucional: Es un conjunto de páginas web enlazadas entre sí, con información institucional, articuladas a partir de una página de inicio o index que es la primera información a la que acceden los usuarios. En el mismo se utilizan recursos y se prevén instancias de participación e interacción. Debe enviarse el enlace al sitio web.

Sitio web corporativo: Es un conjunto de páginas web enlazadas entre sí, con información corporativa, articuladas a partir de una página de inicio o index que es la primera información a la que acceden los usuarios. En el mismo se utilizan recursos y se prevén instancias de participación e interacción. Debe enviarse el enlace al sitio web.

Sitio web de bien público o social: Es un conjunto de páginas web enlazadas entre sí, con información de bien público, articuladas a partir de una página de inicio o index que es la primera información a la que acceden los usuarios. En el mismo se utilizan recursos y se prevén instancias de participación e interacción. Debe enviarse el enlace al sitio web.



XIX Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

ENACOM 2022

19, 20 y 21 de octubre de 2022

Facultad de Periodismo y Comunicación Universidad FASTA

Reconversiones y desafíos de la comunicación profesional

Blog periodístico: Es una publicación online con contenidos periodísticos en la cual los contenidos están organizados en forma cronológica, desde el más reciente al más antiguo. Debe enviarse el enlace al blog.

Blog institucional: Es una publicación online con contenidos institucionales en la cual éstos están organizados en forma cronológica, desde el más reciente al más antiguo. Debe enviarse el enlace al blog.

Blog corporativo: Es una publicación online con contenidos corporativos en la cual éstos están organizados en forma cronológica, desde el más reciente al más antiguo. Debe enviarse el enlace al blog.

Producciones periodísticas para la web: Son trabajos unitarios sobre una temática específica. Puede incluir reportaje, investigación periodística, entrevista o cobertura de algún hecho de actualidad, realizados para la Web. Debe enviarse el enlace al sitio web donde estén publicadas.

Producción web de comunicación institucional: trabajo unitario multimedial para la Web sobre una institución sin fines de lucro. Debe enviarse el enlace al sitio web donde esté publicado.

Producción web publicitaria o corporativa: trabajo multimedial para la Web sobre una empresa, marca o micro emprendimiento. Debe enviarse el enlace al sitio web donde esté publicado.

Producción web de comunicación de bien público: trabajo multimedial para la Web sobre temáticas o políticas de bien público. Debe enviarse el enlace al sitio web donde esté publicado.

Red social periodística: página en Facebook, Instagram y/o perfil en Twitter y/u otra red social con fines periodísticos. Debe enviarse el enlace a la red social y el nombre de usuario.

Red Social institucional: página en Facebook, Instagram y/o perfil en Twitter y/u otra red social para la comunicación de una institución sin fines de lucro. Debe enviarse el enlace a la red social y el nombre de usuario.

Red social publicitaria o corporativa: página en Facebook, Instagram y/o perfil en Twitter y/u otra red social para la comunicación de una empresa o micro emprendimiento. Debe enviarse el enlace a la red social y el nombre de usuario.

Comunicación transmedia de ficción: contempla el desarrollo de proyecto de comunicación transmedia de ficción, que incluya piezas en distintos soportes (texto, gráfica, fotografía, video, audio) y que contemple estrategias de participación de las audiencias. Debe enviarse el enlace al sitio web del proyecto.



XIX Encuentro Nacional de Carreras de Comunicación

ENACOM 2022

19, 20 y 21 de octubre de 2022

Facultad de Periodismo y Comunicación Universidad FASTA

Reconversiones y desafíos de la comunicación profesional

Comunicación transmedia de no ficción: contempla el desarrollo de proyecto de comunicación transmedia de no ficción (periodístico, documental, de bien público) que incluya piezas en distintos soportes (texto, gráfica, fotografía, video, audio) y que contemple estrategias de participación de las audiencias. Debe enviarse el enlace al sitio web del proyecto.

FICHA DE INSCRIPCIÓN DE TRABAJOS – EXPOCOM

Categoría:.....

Modalidad:.....

Título del trabajo:.....

Apellido y Nombre del/los/as autor/es/as.....

.....
.....

E-mail:.....

Teléfono de contacto:.....

Universidad de pertenencia:.....

Provincia / Ciudad:.....

Carrera y asignatura/s:.....

Docente/s tutor o responsable:.....

Año de realización:.....

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

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

Observaciones:

Firma del docente responsable

Firma autoridad de la carrera