



Universidad Nacional de la Patagonia San Juan Bosco
Facultad de Humanidades y Cs. Sociales
Consejo Directivo



Anexo



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

1. Identificación del proyecto

Modificación del Plan de Estudios de la LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

2. Responsables del proyecto

2.1. Organismo Responsable de la elaboración del Proyecto

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

2.2. Unidad Académica responsable de la implementación del Proyecto

Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. UNPSJB



Índice

1. Identificación del proyecto	1
2. Responsables del proyecto	1
2.1. Organismo Responsable de la elaboración del Proyecto.....	1
2.2. Unidad Académica responsable de la implementación del Proyecto	1
3. Presentación	3
4. Fundamentación.....	4
4.1. Antecedentes Institucionales.....	4
4.2. Justificación de la modificación	5
5. Diseño curricular	7
5.1. Instancias de pregrado y grado.....	7
6. Propuesta de seguimiento curricular	7
7. Plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social.....	9
7.1. Objetivos	9
7.2. Perfil del egresado	10
7.3. Alcance del título.....	11
7.4. Estructura curricular	12
7.5. Contenidos mínimos	16
7.6. Modalidad de dictado	26



3. Presentación

La carrera de Comunicación Social fue creada en el ámbito de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la UNPSJB en el año 1986 y su primer –y actual– plan de estudios para el grado de licenciado data de 1987.

En las cerca de tres décadas que nos separan de ese momento fundacional la carrera de Comunicación Social evolucionó y maduró en términos de los graduados que ha formado (y que se desempeñan mayormente en la región patagónica), la incidencia de los mismos en la profesionalización del campo de la Comunicación en la región y la importancia de quienes han sido formados por esta propuesta en la generación de múltiples proyectos comunicacionales en medios, organizaciones y políticas públicas. Del mismo modo, su plantel docente se ha consolidado mediante la formación de posgrado, la investigación, la producción científica, artística y periodística, regularizando su desempeño mediante concursos públicos de antecedentes y oposición.

Por otra parte, este período también ha sido atravesado por las transformaciones tecnomediáticas derivadas de los procesos de digitalización y convergencia y el impacto que tienen tanto para la Comunicación como campo disciplinario, como para el ejercicio de las diferentes prácticas profesionales abarcadas. Finalmente, los últimos años han ubicado a la comunicación y a los sistemas mediáticos en el centro de las agendas de discusión pública, dándole un rol protagónico en la explicación de los procesos sociales y culturales, y también en el diseño y puesta en marcha de políticas públicas, cuestiones que la implementación de la Ley N° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual han vuelto cruciales, interpelando a todos aquellos que, en las universidades públicas, son parte de este campo.

Resulta imprescindible, por lo tanto, proceder a la actualización de la propuesta curricular y formativa de la Comunicación en la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales-UNPSJB, atendiendo a este conjunto de circunstancias, enfrentando los desafíos que se nos presentan, respondiendo las demandas que nuestras comunidades plantean y previendo las transformaciones y nuevos requerimientos que avendrán.

Desde este conjunto de circunstancias y factores, y desde un proceso de reflexión al interior del Departamento de Comunicación Social y en diálogo con el resto de la Facultad, con nuestros graduados y con las organizaciones de la comunidad, presentamos este proyecto en el cual pretendemos redefinir y diversificar nuestra propuesta curricular incorporando al título de Licenciado en Comunicación Social ya existente dos tecnicaturas (en Periodismo y en Comunicación de las Organizaciones) y un profesorado.



4. Fundamentación

4.1. Antecedentes Institucionales

La Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales/UNPSJB fue creada en el año 1986 y el plan de estudios vigente data de 1987 (Resol MEJ 193/87, Expte 1586/87).

El proceso de reformulación del plan de estudios documenta su primer antecedente en el año 2000 cuando se realizó el 1er Encuentro de Prácticas Comunicacionales, espacio que permitió intercambiar las experiencias de los proyectos desarrollados por los alumnos. Un año más tarde se desarrolló el 2do Encuentro y –en simultáneo- las 2das Jornadas de Discusión de Planes de estudio de la Carreras de Comunicación Social –Redcom. Estas actividades propiciaron la creación de una Comisión Plan de Estudios que desarrolló un diagnóstico y una propuesta de metodología para el proceso en el año 2002.

Hubo de concretarse el 3er Encuentro y la concreción del Reglamento de Prácticas Comunicacionales (Resol 489/03) para que finalmente en el año 2004 se convocaran a talleres de discusión por claustros asesorados por la cátedra Diseño y Planificación Curricular de la Licenciatura en Ciencias de la Educación Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales/UNPSJB.

Hacia fines de ese año, en una reunión general de la carrera se avaló el proceso y se acordó un diagnóstico general de situación. El conjunto de claustros evidenció preocupación por: falta de relación con el medio, atraso de contenidos y tecnología, falta de articulación teórico-práctica, escasa vinculación intercátedras, alta deserción y bajo número de graduados, escasa seguridad de los graduados recientes en relación a las herramientas adquiridas para el ejercicio de sus prácticas profesionales y descenso de la matrícula de inscripción.

Durante el año 2005 se concretó una nueva reunión general de la carrera. A partir de allí se solicitó apoyo institucional y presupuestario para concretar la reforma del plan de estudios. Finalmente, por Resolución CAFHCS 84/06 de Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales/UNPSJB se autorizó la participación de un asesor externo y arbitrar los procedimientos administrativos que permitan el desarrollo de la reformulación del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social. Se dio apertura al Expte 3600/FHCS/SCR/2006.

En septiembre de 2007 se realizó las Jornadas de Reforma que contaron con la participación de autoridades de la Facultad y de asesores externos. En estas Jornadas docentes y alumnos de la carrera expusieron los avances de las distintas Comisiones abocadas a relevar necesidades, expectativas y proyecciones de la problemática de la comunicación social en el medio local y regional. Estas Jornadas posibilitaron avanzar sobre los nuevos acuerdos marco y elegir la comisión de redacción del plan.

Cabe señalar que durante estos últimos años se concretaron además acciones simultáneas que propenden al fortalecimiento de la carrera en su conjunto. Se



desarrolló la primera actividad de posgrado (en el año 2003 inició la Maestría en Planificación y Gestión de los Procesos Comunicacionales en convenio con la Universidad Nacional de La Plata), se adquirió el equipamiento mínimo para comenzar con producción de imagen y sonido digital y se concretaron concursos docentes de cátedras de ejes específicos.

Finalmente, en noviembre de 2012 y junio de 2013 se realizaron reuniones con amplia participación de los docentes de la carrera, instancias de acuerdos integrales que permitieron sentar las bases de la presente propuesta.

4.2. Justificación de la modificación

La Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales ha brindado su oferta académica a la comunidad de la región patagónica a partir de líneas disciplinares provenientes de: Comunicación Social, Geografía, Historia, Ciencias de la Educación, Turismo, Ciencia Política, Trabajo Social, Gestión Ambiental y Letras.

La propuesta de modificación de la Licenciatura en Comunicación Social se enmarca en una respuesta a la demanda compleja que la disciplina enfrenta buscando un abordaje integral en la formación del comunicador social como así también considerar los cambios que propone la nueva Ley 26522 de Servicios de Comunicación Audiovisual.

El proyecto requiere la consideración, comprensión y reflexión de las diversas dimensiones socio-históricas, político-culturales, filosófico-epistemológicas, pedagógicas, metodológicas y disciplinares que componen la complejidad de los procesos que posibilitan el despliegue de prácticas transformadoras de los sujetos participantes y de su realidad situada.

Por otra parte, para propender a procesos de formación acordes con el devenir político-cultural contemporáneo, la formación para el nivel superior se ve exigida al sustentarse en dos principios generales: integración práctica-teoría y la realidad regional latinoamericana vinculada con el contexto mundial.

Los objetivos del nuevo plan son:

- Fortalecer la vinculación teórico-práctica a través del acceso a nuevas tecnologías
- Desarrollar estrategias para propiciar la retención de alumnos
- Desarrollar la plataforma necesaria para el dictado de la carrera en su modalidad virtual o no presencial
- Establecer articulación en red con otras universidades patagónicas para potenciar una visión regional de la problemática comunicacional



- Incluir como propuesta académica que las prácticas profesionales y la iniciación a la investigación son parte del campo de la comunicación
- Asumir la investigación como fundamento y respaldo de toda propuesta de comunicación

Durante la construcción de este nuevo proyecto surgieron algunos ejes que no se especifican en los contenidos pero que deberán atravesar todas las prácticas: lo educativo y lo comunitario. Asimismo la experimentación como espacio de articulación de las dimensiones expresivas, técnicas y comunicacionales de las producciones desde todos los lenguajes.

5. Diseño curricular

La propuesta de modificación se basa en el objetivo principal de fortalecer la Licenciatura en Comunicación Social existente. Asimismo, y ante la necesidad de articularnos con la diversidad del campo laboral y los desafíos de innovación y complejidad del contexto, se incluyen como instancias de pregrado Tecnicaturas con orientación específica en periodismo y comunicación y la opción del Profesorado para quienes se desempeñen en el campo de la educación.

Entendemos que este diseño posibilitará incluir nuevas opciones de tecnicatura en el mediano y largo plazo y de esta manera dar respuesta a las dinámicas demandas del medio.

El presente proyecto es parte de una reforma integral de la oferta curricular del Departamento de Comunicación Social, que incluye las siguientes carreras:

5.1. Instancias de pregrado y grado

5.1.1. Tecnicatura en Periodismo, carrera de pre grado de 3 años de duración

5.1.2. Tecnicatura en Comunicación de las Organizaciones, carrera de pre grado de 3 años de duración

5.1.3. Profesorado en Comunicación Social, carrera de grado de 4 años de duración

5.1.4. Licenciatura en Comunicación Social, carrera de grado de 5 años de duración.



6. Propuesta de seguimiento curricular

El Departamento de Comunicación Social proyecta designar una Comisión de Seguimiento curricular que será la encargada de monitorear, asesorar y trabajar sobre aquellos aspectos concernientes al dictado de las asignaturas de los planes de estudio, al desarrollo de los procesos de enseñanza y aprendizaje implementando estrategias para recabar los aspectos relevantes de las actividades académicas.

Por otro lado propone que en el Informe Anual de Actividad Curricular por asignatura, se emita un juicio de valor respecto de las opiniones de los estudiantes en la “Encuesta de Alumnos” que permite a los mismos evaluar distintos aspectos del desarrollo de la actividad curricular como la planificación, la metodología de enseñanza – aprendizaje y las formas de evaluación.

Con los resultados de esta propuesta de seguimiento curricular se propone la apertura de un espacio de revisión y posible modificación del Plan cada 5 años.

7. Plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social

7.1. Objetivos

El plan de estudio de la carrera propone:

- Brindar una sólida formación profesional para participar en la gestión de proyectos desde el trabajo en equipos multi, inter y transdisciplinarios que den mayor dimensión a los productos y procesos de comunicación.
- Promover el desarrollo de estrategias de comunicación vinculadas a proyectos colaborativos on line y off line.
- Brindar las herramientas para participar en la gestión de contenidos mediado por tecnologías interactivas.
- Desarrollar la capacidad para intervenir en la planificación de programas de comunicación –desde la idea a la realización– que tengan como objetivo ser instrumentados en formatos y medios mono y multimediales.
- Brindar los conocimientos y competencias requeridos para el desarrollo de la investigación científica desde la especificidad del campo disciplinario de la Comunicación.



- Desarrollar procesos de formación que permitan coordinar, planificar, ejecutar y evaluar las tareas propias de la comunicación social.
- Construir y fundamentar marcos de reflexión y herramientas teóricas y metodológicas para comprender las distintas perspectivas, reconocer los lenguajes, interpretar la diversidad, y para desplegar una reflexión crítica y creativa frente a los procesos comunicativos
- Generar una actitud de compromiso con los valores de solidaridad, justicia y promoción de la democratización de la sociedad.

7.2. Perfil del egresado

El Licenciado en Comunicación Social es un profesional capaz de:

- dirigir y/o participar en la producción periodística y general de programas y producciones gráficas, radiales, audiovisuales y multimediales.
- producir de manera solvente textos escritos en una variedad de formatos (géneros periodísticos, informes técnicos, escritura académica, etc.)
- manejar dispositivos enunciativos de modo global (verbales y no verbales), pudiendo intervenir en la producción/logro de los textos más apropiados para los fines buscados.
- asesorar a empresas e instituciones en la producción, distribución y análisis de los discursos sociales en sus diferentes lenguajes, soportes, géneros y tecnologías.
- diagnosticar, diseñar, implementar y evaluar planes integrales de comunicación para empresas e instituciones, tanto orientados a la comunicación interna como a la participación de las mismas con la sociedad más general.
- investigar fenómenos de comunicación a partir de la utilización de instrumentos teóricos, epistemológicos, metodológicos y tecnológicos



pertinentes para describir, explicar y comprender sus estructuras y procesos en la dinámica social.

- participar en programas y proyectos interdisciplinarios desde la perspectiva comunicacional.
- asesorar en la formulación de políticas públicas relacionadas con cuestiones culturales y comunicacionales.
- realizar arbitrajes y peritajes relacionados con los sistemas y modelos comunicacionales y la contextualidad de los mensajes.

7.3. Alcance del título

El Licenciado en Comunicación es un profesional que

- está familiarizado con las herramientas tecnológicas y conceptuales estándares para la producción comunicativa, en formatos gráficos, sonoros, audiovisuales y multimediáticos.
- reconoce y respeta las diferencias culturales e identitarias y se compromete profesionalmente con la expresión de las mismas, entendiendo que una sociedad es más democrática cuanto mayor es la pluralidad de las voces que intervienen en el espacio público.
- domina los conocimientos y habilidades necesarios para la producción de contenidos comunicativos en diversos formatos, géneros y soportes tecnológicos, a partir de una comprensión cabal del proceso comunicativo que parte de la identificación de las necesidades y requerimientos de los distintos grupos destinatarios.
- posee las competencias requeridas para buscar y seleccionar información proveniente de fuentes diversas, digitales o tradicionales, reconociendo su valor y pertinencia e integrándola en un conjunto coherente (y apropiado en relación al problema de origen).



- puede reconocer las necesidades comunicacionales de grupos, organizaciones y comunidades –con especial atención a las particularidades de la región patagónica– elaborando diagnósticos precisos y proponiendo y llevando adelante propuestas de mejoramiento u optimización, a partir de un uso flexible y contextualizado de los recursos existentes.
- posee un compromiso acabado con las necesidades y proyectos de las comunidades de la región, y colabora activamente en los procesos de desarrollo local.
- tiene capacidad didáctica y poder de síntesis para volver comprensibles a públicos no especializados documentos y soluciones técnicas de origen disciplinario diverso.
- posee capacidad crítica para poder contextualizar procesos y acontecimientos puntuales en marcos históricos y sociales generales
- desarrolla proyectos de comunicación donde investigación y producción se complementan necesariamente para la experimentación social y el conocimiento científico.
- tiene capacidad de innovación permanente, siendo receptivo a los nuevos desarrollos tecnológicos y a los nuevos formatos y medios, pero también a las nuevas configuraciones sociales y culturales.
- tiene capacidad de iniciativa, creatividad y flexibilidad; y que es capaz de llevar adelante (integrando o liderando) proyectos autogestionarios, así como también de integrarse a proyectos colectivos.



7.4. Estructura curricular

1er. | PRIMER AÑO

Cod.	Asignaturas	Período de cursado	Carga horaria semanal	Carga horaria total	Campo	Correlativa anterior
401	Introducción a los estudios de comunicación	anual	6	90	FDG	-
402	Lenguaje escrito	1° cuatr	6	90	FDG	-
403	Producción sonora	1° cuatr	6	90	FDG	-
404	Diseño y producción visual	2° cuatr	6	90	FDG	
405	Historia contemporánea	2° cuatr	6	90	FG	-
406	Sociología	anual	4	120	FG	-
	Electiva 1	cuatr	6	90	FE	-
FDG: 360 FG: 210 FE: 90			Total	660		



2do. | SEGUNDO AÑO

Cod.	Asignaturas	Período de cursado	Carga horaria semanal	Carga horaria total	Campo	Correlativa anterior
407	Comunicación audiovisual I	1° cuatr	6	90	FDG	404
408	Teorías de la comunicación I	1° cuatr	6	90	FDG	401
409	Taller de radio	2° cuatr	6	90	FDG	403
410	Diseño y producción multimedial	2° cuatr	6	90	FDG	403-404
411	Análisis del discurso	1° cuatr	6	90	FG	402
412	Psicología social de la comunicación	2° cuatr	6	90	FG	--
	Electiva 2	cuatr	6	90	FE	--
FDG: 360 FG: 180 FE: 90			Total	630		

3er. | TERCER AÑO

Cod.	Asignaturas	Período de cursado	Carga horaria semanal	Carga horaria total	Campo	Correlativa anterior
413	Comunicación audiovisual II	2° cuatr	6	90	FDG	407
414	Taller producción de contenidos	2° cuatr	6	90	FDG	402
415	Derecho de la información y ética profesional	2° cuatr	6	90	FDG	--
416	Teorías de la comunicación II	1° cuatr	6	90	FDG	408
417	Comunicación publicitaria	1° cuatr	6	90	FDG	410-411
418	Historia regional y argentina	1° cuatr	6	90	FG	406
	Electiva 3	cuatr	6	90	FE	--
FDG: 450 FG: 90 FE: 90			Total	630		

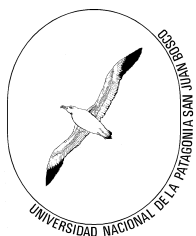


4to. | CUARTO AÑO

Cod.	Asignaturas	Período de cursado	Carga horaria semanal	Carga horaria total	Campo	Correlativa anterior
419	Imagen y estética contemporáneas	2° cuatr	6	90	FDG	413
420	Comunicación, tecnología y cultura	1° cuatr	6	90	FDG	416
421	Metodología de la investigación I	1° cuatr	6	90	FDG	--
422	Metodología de la investigación II	2° cuatr	6	90	FDG	--
423	Antropología	1° cuatr	6	90	FG	--
424	Economía	2° cuatr	6	90	FG	--
FDG: 360 FG: 180			Total	540		

5to. | QUINTO AÑO

Cod.	Asignaturas	Período de cursado	Carga horaria semanal	Carga horaria total	Campo	Correlativa anterior
425	Comunicación política	1° cuatr	6	90	FDG	--
426	Política de medios, comunicación y cultura	2° cuatr	6	90	FDG	--
427	Taller de tesis	anual	3	90	FDG	421-422
FDG: 270			Total	270		



MATERIAS ELECTIVAS

Cod.	Asignaturas	Período de cursado	Carga horaria semanal	Carga horaria total	Campo	Correlativa anterior
428	Taller de Periodismo	1° cuatr	6	90	FE	--
429	Análisis de la Información	1° cuatr	6	90	FE	--
430	Periodismo digital	2° cuatr	6	90	FE	--
431	Comunicación de las organizaciones	1° cuatr	6	90	FE	--
432	Diseño y gestión de proyectos	1° cuatr	6	90	FE	--
433	Comunicaciones integradas	2° cuatr	6	90	FE	--

OTROS REQUISITOS CURRICULARES

Taller de idioma

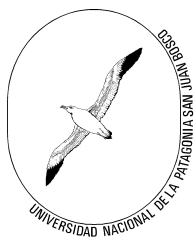
El alumno deberá aprobar un examen de idioma extranjero: inglés o portugués. Deberá demostrar idoneidad para comprender y traducir al español textos sobre temas de Comunicación Social. Se brindará desde la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales un curso optativo para aquellos alumnos que necesiten adquirir los aprendizajes anteriormente mencionados.

Carga Horaria: 90 hs.

Tesis

Para la obtención del título de licenciado en Comunicación Social el estudiante deberá presentar un trabajo de tesis de grado conforme a la Resolución CDFHCS N° 214/2013 o la normativa que la sustituya a futuro.

Carga horaria: 120 hs.



Total horas Licenciatura en Comunicación Social

Campos	Carga horaria
Formación Disciplinar General (FDG)	1800
Formación General (FG)	660
Formación Electiva (FE)	270
Taller de idioma	90
Tesis	120
Total horas Licenciatura en Comunicación Social	2.940

7.5. Contenidos mínimos

Código 401. **Introducción a los estudios de comunicación**

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

Código 402. **Lenguaje escrito**

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



Código 403. Producción sonora

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

Código 404. Diseño y producción visual

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

Código 405. Historia contemporánea

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

Código 406. Sociología

La sociología como ciencia de la modernidad. La teoría social y política moderna. Contractualismo. El positivismo. Estructura social y clases sociales. Sociología de la vida cotidiana. Acción social. Relación social. La noción de estructura y función. La integración de la vida comunitaria: trabajo, poder y lenguaje, espacio y tiempo. La idea de agencia. La institución estatal y el poder. Disciplina y control de los cuerpos. La política. La sociología crítica. Cultura de masas e industria cultural.

Código 407. Comunicación audiovisual I

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



Código 408. Teorías de la comunicación I

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

Código 409. Taller de radio

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

Código 410. Diseño y producción multimedial

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

Código 411. Análisis del discurso

Marcos conceptuales del análisis del discurso. El discurso de la comunicación. Sintaxis, semántica y reglas pragmáticas. Análisis del campo de los fenómenos semióticos. La modelización del discurso referencial. Conceptos: signo, símbolo y códigos lingüísticos. Modelos semióticos. Códigos narrativos: puntos de vista, espacio, tiempo, relaciones narrador-narratario. Estratos de los niveles de la expresión y del contenido. Análisis textuales y contextuales.

Código 412. Psicología social de la comunicación

El campo disciplinar y las escuelas. Interacción y contexto social. Concepción del sujeto social. Intitución, organización. Grupos e instituciones: lo subjetivo y lo social. Imaginario social. Lo instituido y lo instituyente. Tiempo, espacio y rituales. Identidades. Influencia y percepción social. Subjetividad y producción de sentido. Psicología social de las organizaciones. Concepto de situación. Crisis y cambio, aprendizaje y conocimiento colectivo. Crítica de la vida cotidiana.



Código 413. Comunicación audiovisual II

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

Código 414. Taller de producción de contenidos

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

Código 415. Derecho de la información y ética profesional

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

Código 416. Teorías de la comunicación II

La constitución del campo comunicacional en América Latina: crítica del sistema de medios capitalista y procesos revolucionario en la década de 1970, la teoría de la invasión cultural, conceptualización y experiencias de comunicación popular y alternativa. La transición democrática y la renovación de las agendas de investigación: la teoría de las mediaciones y su influencia, los estudios culturales latinoamericanos y la revalorización del receptor. El impacto del neoliberalismo: globalización, posmodernidad y consumo. La sociedad red y la revolución de Internet: convergencia tecnológica y convergencia cultural, apropiaciones y usos de las tecnologías interactivas. Las transformaciones de los formatos mediáticos y la expansión de la autocomunicación de masas.



Código 417. Comunicación publicitaria

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

Código 418. Historia regional y argentina

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

Código 419. Imagen y estética contemporáneas

Historia de las imágenes y de los imaginarios. Vanguardias y movimientos estéticos. El arte y el discurso publicitario en la sociedad contemporánea. Del signo a la imagen mental. El valor estratégico de la imagen: gestión comunicacional. La imagen de los públicos. Funciones de la imagen. Modos de producción, percepción y valoración social. Responsabilidad social de la imagen.

Código 420. Comunicación, tecnología y cultura

Transformaciones sociales, culturales y políticas en sociedades con entornos tecnológicos enriquecidos. La comunicación en las sociedades de control: visibilidad y vigilancia. La crisis de los modelos políticos tradicionales: massmediatización de la política, política del escándalo y prácticas contrahegemónicas en red. La flexibilidad interpretativa de los dispositivos técnicos. Cultura participativa e inteligencia colectiva. La sociedad del conocimiento: economías del conocimiento y sociedades del aprendizaje. Transformaciones en las formas de producción y consumo: los conflictos por la propiedad intelectual y la cultura libre.

Código 421. Metodología de la investigación I

Los abordajes cuantitativos y cualitativos: distinciones. La investigación cuantitativa. Tipos de diseño. El proceso de investigación: instancias y fases. El estado del arte y la perspectiva. La matriz de datos y su lugar en la investigación. De la teoría a la empiria: operacionalización. Instrumentos de recolección. Muestra. Recolección, codificado y cargado de datos. El análisis de los datos de naturaleza cuantitativa; introducción a la estadística descriptiva. Interpretación teórica de datos estadísticos. Posibilidades de integración con diseños cualitativos.



Código 422. Metodología de la investigación II

La investigación cualitativa. El análisis socio-cultural y la acción significativa. Sus fundamentos epistemo-metodológicos. Los diseños propios, y las tecnologías de producción y de análisis de datos. El proceso interpretativo. Los registros y el diario de campo. El papel de la teoría, el trabajo de campo y el investigador en la generación del conocimiento científico. Potencialidades y limitaciones en su uso. Similitudes y diferencias con las estrategias cuantitativas. Posibilidades de integración con diseños cuantitativos.

Código 423. Antropología

La Antropología y las Ciencias Sociales. El surgimiento de la Antropología: situación colonial, descolonización. Teorías clásicas y teorías críticas. Su objeto de estudio. El estudio del "otro". La etnografía. Cultura como concepto central de la Antropología y herramienta para la descripción, análisis e interpretación del "otro". Cultura e identidad. Identidad y etnicidad. Etnicidad. Racismo.

Código 424. Economía

La economía como disciplina científica. Los sistemas económicos. Introducción al análisis microeconómico: la demanda y la oferta. Equilibrio. Estructuras de los mercados. Introducción al análisis macroeconómico: La Contabilidad Nacional. La función económica del estado. Sector financiero. Políticas económicas en Argentina. Comercio internacional, integración económica y globalización.

Código 425. Comunicación política

El espacio público en la historia. Surgimiento y formación de la opinión pública. Concepto, teorías y debates contemporáneos. Comunicación política. Propaganda. Mercadoctenia. Campañas electorales. Diseño y análisis. Encuestas y sondeos de opinión pública. Opinión pública y medios de comunicación. Influencia. Medios, redes sociales y democracia. Nuevos espacios públicos.

Código 426. Política de medios, comunicación y cultura

Relación de la política global con los medios de comunicación. Rol que se les asigna en los distintos sistemas políticos y sociales. Planificación en el ámbito económico, cultural, educativo y comunicacional. Políticas de medios en la Argentina y en el mundo. Relación entre el Estado, gobiernos, sistemas políticos y los medios masivos de comunicación. Procesos históricos relacionados a la política, economía y normativa de los medios en la Argentina.

Código 427. Taller de tesis

El Conocimiento de lo-social. Tipos de tesis de grado: de producción y de investigación. Análisis comparativo. Las producciones finales en la historia de la carrera. El proceso creativo: entre las tradiciones de formación a las rupturas. El proceso de construcción del objeto de transformación profesional. El análisis del sí-mismo como estrategia fundante de la elaboración de una



propuesta de trabajo. El análisis del campo de conocimiento donde se inscriben los intereses y las estrategias de intervención profesional. La formulación de la propuesta (elementos estructurantes, proceso y diseño del proyecto). Los obstáculos sociales para la generación de las ideas y su puesta en acto. La importancia del “diario de campo” del proyecto. Ética y compromiso en la generación y la circulación del conocimiento producido.

Código 428. Taller de periodismo

Estructura del discurso de la información. Tradiciones periodísticas. Nuevas narrativas en periodismo. Periodismo en un mundo complejo. Influencia de la literatura y las ciencias sociales en el periodismo. Imaginación periodística. El periodismo y la literatura policial. Periodismo de investigación. Periodismo interpretativo. Periodismo de opinión. Periodismo y redes sociales. El periodismo en la región.

Código 429. Análisis de la información

Historia de los medios de comunicación. Historia crítica del periodismo gráfico. Multimedia. Elementos de análisis crítico del discurso periodístico. Lenguaje y realidad. Representaciones sociales. Los grandes temas de las agendas informativas; análisis y comparación del tratamiento informativo en los diferentes medios escritos. Prensa y ciudadanía. Nuevas tecnologías y tratamiento periodístico de la realidad. Teorías de la Agenda-Setting. Teoría del Framing. Agencias informativas.

Código 430. Periodismo digital

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

Código 431. Comunicación de las organizaciones

La sociedad organizacional. Teorías y escuelas organizacionales. Características, diseño y procesos comunicacionales de las organizaciones. Comunicación organizada y organización comunicante. La comunicación humana e interpersonal en el contexto organizacional. Culturas organizacionales, organizaciones culturales. Comunicación interna y externa. Trayectorias y redes conversacionales. Rumor. Trasfondos de escucha, quiebres, compromisos y posibilidades. Comunicación de crisis.



Código 432. Diseño y gestión de proyectos

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

Código 433. Comunicaciones integradas

Nuevas tendencias del cambio organizacional y la articulación con distintas disciplinas: recursos humanos, sistemas, diseño gráfico, etc. Principios básicos de relaciones públicas RRPP. Oratoria. Marketing y marketing social. Relaciones con la prensa. Protocolo. Mapa de públicos: proveedores, clientes, audiencias. Innovaciones en las dinámicas y los roles organizacionales. Caso del Community Manager y el impacto de las nuevas tecnologías en las organizaciones. Responsabilidad Social y sistemas de gestión.

7.6. Modalidad de dictado

Presencial