



ANEXO



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

1. Identificación del proyecto

Modificación de la oferta curricular del Departamento de Comunicación Social. Plan de Estudios del PROFESORADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL (nueva oferta curricular)

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	6
5. Diseño curricular.....	8
5.1. Instancias de pregrado y grado	8
6. Propuesta de seguimiento curricular.....	9
7. Plan de estudios del Profesorado en Comunicación Social.....	10
7.1. Objetivos	10
7.2. Condiciones de ingreso.....	10
7.3. Perfil del egresado	10
7.4. Título.....	11
7.5. Alcance del título.....	11
7.6. Estructura curricular	13
7.7. Contenidos mínimos.....	16
7.8. Modalidad de dictado	28



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 casi 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 FHCS-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 mediante la actualización del plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación Social ya existente, y la incorporación de nuevas ofertas de pregrado y grado: tres tecnicaturas (en Periodismo, en Comunicación de las Organizaciones y en Locución Integral) y un profesorado.

4. Fundamentación

4.1. Antecedentes Institucionales

La Licenciatura en Comunicación Social de la FHCS / 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 las Carreras de Comunicación Social –RedCom. Estas actividades propiciaron la creación de una Comisión de Plan de Estudios que desarrolló un diagnóstico y una propuesta metodológica para el proceso de reforma, en el año 2002.

Hubo de concretarse el 3er Encuentro y la concreción del Reglamento de Prácticas Comunicacionales (Resol. CA-FHCS N.º 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 FHCS / 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 consensuó los núcleos problemáticos a abordar en la reforma: relación con el medio, actualización de contenidos y tecnología, articulación teórico-práctica, vinculación intercátedras y la necesidad de fortalecer la seguridad de los graduados recientes en relación a las herramientas adquiridas para el ejercicio de sus prácticas profesionales. Las tasas de deserción, el bajo número de graduados y el descenso de la matrícula de inscripción fueron identificados, asimismo, como datos preocupantes a ser revertidos.

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 CA-FHCS N.º 84/06 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 realizaron 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 un conjunto de acciones simultáneas que propendieron al fortalecimiento de la carrera. Las más destacadas de éstas han sido el desarrollo de una cohorte de la Maestría en Planificación y Gestión de los Procesos Comunicacionales (en convenio con la Universidad Nacional de La Plata), la adhesión al Programa de Mejoramiento de las Ciencias Sociales (PROSOC) –que permitió la adquisición de equipamiento y la mejora de dedicaciones docentes–, la regularización del total del plantel de profesores y de un elevado número de auxiliares docentes, el dictado –en modalidad de extensión de carrera– de la Licenciatura en Comunicación Social en la Sede Trelew de la FHCS para dos cohortes (proyecto iniciado en 2014) y la implementación del Trayecto Complementario en Locución Integral en acuerdo con ISER/AFSCA.

Finalmente, en lo que hace específicamente al proceso de reforma del plan, 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 la necesidad de asumir los cambios que propone la Ley 26.522 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 de la nueva propuesta de oferta curricular son:

- Diversificar la oferta académica del Departamento de Comunicación Social, atendiendo a las demandas y necesidades de las organizaciones gubernamentales y comunitarias y los sectores productivos de la región.
- Actualizar los contenidos curriculares atendiendo a los debates recientes en el campo disciplinar y a la transformación tecnológica en curso.
- Estimular la creatividad y la innovación en prácticas y producciones comunicacionales que atiendan a la singularidad de la región en la que se despliegan.
- Consolidar las competencias de los graduados para su contribución al campo disciplinar de la comunicación, propiciando la producción de conocimiento científico.
- Generar un aporte sistemático al fortalecimiento del campo de la comunicación/educación.
- Desarrollar estrategias para incrementar el número de inscriptos y la tasa de graduación de los estudiantes
- Fortalecer la articulación en red con otras universidades patagónicas para potenciar una visión regional de la problemática comunicacional



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.

En los últimos años la comunicación y la lectura crítica de los contenidos de los medios de comunicación han cobrado mayor protagonismo en las currículas de nivel secundario y en la formación de profesores. Este lugar ha quedado plasmado en la aprobación de nuevos marcos normativos, especialmente la Ley N.º 26.206 de Educación Nacional (que establece en su art. 30º que uno de los objetivos de la Educación Secundaria es “Desarrollar las capacidades necesarias para la comprensión y utilización inteligente y crítica de los nuevos lenguajes producidos en el campo de las tecnologías de la información y la comunicación”) y la Ley N.º 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual, así como en políticas gubernamentales que han permitido la incorporación masiva de tecnologías digitales de comunicación en los distintos niveles de enseñanza. Se vuelve así necesario contar con profesionales que posean los conocimientos específicos del campo disciplinario de la comunicación social, pero también una sólida formación pedagógica y didáctica, tanto para dictar los espacios curriculares destinados a la enseñanza de contenidos del campo comunicacional en los niveles secundario y terciario, como para participar en el diseño de estrategias de capacitación docente y en la producción de contenidos educativos. De ahí que la propuesta de modificación integral de la oferta educativa del Departamento de Comunicación Social comprende como uno de sus componentes estratégicos el Profesorado en Comunicación Social.

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, Comunicación de las Organizaciones, Locución Integral y la opción del Profesorado en Comunicación Social 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. Tecnicatura en Locución Integral, carrera de pre grado 3 años de duración.

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

5.1.5. 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 del Profesorado en Comunicación Social

7.1. Objetivos

El plan de estudio de la carrera propone:

- Promover la formación en un campo de conocimiento específico integrando la comunicación, la educación y la cultura.
- Desarrollar una sólida formación epistemológica, disciplinar y pedagógico-didáctica indispensables para el ejercicio de la práctica profesional docente.
- Construir y fundamentar marcos de reflexión teórica y metodológica para comprender las distintas perspectivas, reconocer los lenguajes, interpretar la diversidad 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.
- Brindar las herramientas teórico-metodológicas para el diseño, implementación y evaluación de proyectos de acción y/o investigación educativa asociadas al campo de las Ciencias de la Comunicación.

7.2. Condiciones de ingreso

Para ingresar a la carrera, el postulante deberá acreditar los requisitos de la Ley N.º 24.521 de Educación Superior, o normas que la modifiquen.

7.3. Perfil del egresado

El egresado del Profesorado en Comunicación Social deberá acreditar como principales competencias:

- la comprensión de la incidencia del fenómeno comunicacional en los procesos educativos.
- la capacidad de planificación, conducción y evaluación de procesos de enseñanza-aprendizaje en el área de la comunicación social.



- la habilidad para el asesoramiento en los aspectos teórico-metodológicos relativos a la enseñanza de la comunicación social
- la aplicación de conocimientos y habilidades teórico-prácticas que permitan articular las prácticas profesionales del comunicador y el educador.
- la solvencia para desempeñar tareas de docencia en los niveles secundario, terciario y superior.
- el dominio de técnicas y estrategias que permitan incentivar en los estudiantes una mirada crítica de la realidad sociocultural y potenciar sus capacidades comunicacionales para el mejoramiento de los ámbitos que habitan.

7.4. Título

La titulación que se otorga al egresado es la de Profesor en Comunicación Social

7.5. Alcance del título

Los alcances del título del Profesor en Comunicación Social son:

- organizar, coordinar y evaluar los procesos de enseñanza-aprendizaje de las problemáticas comunicacionales en los niveles educativos secundario, superior y universitario.
- analizar, producir, administrar y evaluar, con criterio pedagógico y comunicacional, distintos medios de enseñanza con diferentes grados de complejidad.
- participar en la elaboración y evaluación de planes, programas y proyectos que involucren contenidos de la comunicación social.
- diseñar, producir y evaluar materiales educativos.
- asesorar en la formulación de políticas educativas y culturales.
- asesorar en la elaboración de normas jurídicas en materia educativa y las inherentes a la actividad profesional.



7.6. Estructura curricular

La modalidad de cursado de la totalidad de las asignaturas es presencial. Cargas horarias semanales y totales están expresadas en horas reloj.

1ero | PRIMER AÑO

Cod.	Asignaturas	Período de cursado	Carga horaria semanal	Carga horaria total	Campo	Correlativa anterior
401	Introducción a los estudios de comunicación	Anual	3	90	FDE	-
402	Lenguaje escrito	1°cuatr	6	90	FDE	-
403	Producción sonora	1°cuatr	6	90	FDE	-
404	Diseño y producción visual	2°cuatr	6	90	FDE	
405	Historia contemporánea	2°cuatr	6	90	FG	-
406	Sociología	Anual	4	120	FG	-
407	Pedagogía	1° cuatr	6	90	FP	-
	Electiva 1	cuatr	6	90	FDE	
FDE: 450 FG: 210 FP: 90			Total	750		

2do | SEGUNDO AÑO

Cod.	Asignaturas	Período de cursado	Carga horaria semanal	Carga horaria total	Campo	Correlativa anterior
408	Teorías de la comunicación I	1°cuatr	6	90	FDE	401
409	Taller de radio	2°cuatr	6	90	FDE	403
410	Diseño y producción multimedial	2° cuatr	6	90	FDE	403-404
411	Análisis del discurso	1° cuatr	6	90	FDE	402
412	Didáctica General	1° cuatr	6	90	FP	407
413	Psicología evolutiva	1°cuatr	6	90	FP	407
414	Tecnología Educativa	2° cuatr	6	90	FP	412
	Electiva 2	cuatr	6	90	FDE	
FDE: 450 FP:270			Total	720		



3ero | TERCER AÑO

Cod.	Asignaturas	Período de cursado	Carga horaria semanal	Carga horaria total	Campo	Correlativa anterior
415	Comunicación de las organizaciones	2° cuatr	6	90	FDE	--
416	Comunicación audiovisual I	1° cuatr	6	90	FDE	410
417	Taller producción de contenidos	2° cuatr	6	90	FDE	402
418	Derecho de la información y ética profesional	2° cuatr	6	90	FDE	--
419	Taller de periodismo	1° cuatr	6	90	FDE	--
420	Historia regional y argentina	1° cuatr	6	90	FG	--
421	Formación docente (*)	1° cuatr	5	75	FP	412
422	Didáctica Específica de la Comunicación	2° cuatr	6	90	FPP	408-412-414
FDE: 450 FG: 90 FP:75 FPP:90			Total	705		

(*) Los estudiantes deben optar por uno de los dos espacios de Formación Docente: Sistema educativo e Instituciones o Investigación educativa.

4to | CUARTO AÑO

Cod.	Asignaturas	Período de cursado	Carga horaria semanal	Carga horaria total	Campo	Correlativa anterior
423	Comunicación audiovisual II	2° cuatr	6	90	FDE	416
424	Análisis de la información	1° cuatr	6	90	FDE	402-419
425	Imagen y estética contemporáneas	2° cuatr	6	90	FDE	416
426	Comunicación, tecnología y cultura	1° cuatr	6	90	FDE	408
427	Comunicación publicitaria	1° cuatr	6	90	FDE	410-411
428	Práctica Profesional Docente	Anual	10	210 +90 (*)	FPP	422
	Electiva 3	cuatr	6	90	FDE	---
FDE: 540 FPP: 300			Total	840		

(*) La carga horaria correspondiente a la Práctica Profesional Docente de 300 horas totales se divide en: 210 hs. de cursado del espacio de 4° año, y de las residencias y 90



horas correspondientes a tres experiencias-didáctico disciplinares a realizarse en 2° y 3° año de la carrera.

MATERIAS ELECTIVAS

Cod	Asignaturas	Período de cursado	Carga horaria semanal	Carga horaria total	Campo	Correlativa anterior
429	Periodismo digital	2° cuatr	6	90	FDE	--
430	Diseño y gestión de proyectos	1° cuatr	6	90	FDE	--
431	Comunicaciones integradas	2° cuatr	6	90	FDE	--
432	Psicología Social de las Comunicaciones	2° cuatr	6	90	FDE	--
433	Teorías de la Comunicación II	1°cuatr	6	90	FDE	--

OTROS REQUISITOS CURRICULARES

Taller de idioma (FG)

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. reloj.



Total horas Profesorado en Comunicación Social

Campos	Carga horaria (horas reloj)
Formación Disciplinar Específica (FDE)	1890
Formación General (FG) y Formación Pedagógica (FP)	825
Formación en la Práctica Profesional Docente (FPP)	390
Total horas Profesorado en Comunicación Social	3105 horas reloj

7.7. 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. **Pedagogía**

Educación y Pedagogía. Debates actuales. Procesos educativos formales y no formales. Teorías educativas y pedagógicas en Argentina y América Latina. Algunas tendencias internacionales. Poder, escuela y conocimiento. Pedagogía y formación docente. La formación profesional y el campo de las disciplinas a enseñar desde una perspectiva pedagógica.

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. Didáctica General

Análisis epistemológico de la Didáctica. Las razones del saber didáctico. Conocimiento, sociedad, poder e intereses en su producción. Ética y trabajo docente. El conocimiento escolar. Criterios para la selección de contenidos educativos. Los procesos de aprendizaje y sus implicaciones pedagógico-didácticas. Teorías acerca del currículo escolar y concepciones filosóficas. Niveles de significación, el currículo oculto. Planes de Estudio y formas de organización curricular. Especificidad de los niveles y modalidades del sistema educativo. La buena enseñanza basada en la comprensión como práctica humana y social. Contenido y Método. La programación didáctica. Las estrategias de enseñanza. La narratividad. La evaluación y la política educativa. El sentido didáctico de la evaluación.



Código 413. **Psicología Evolutiva**

Psicología Evolutiva. Su epistemología y relación con las teorías del aprendizaje y del desarrollo. Las etapas del Ciclo Vital. Construcción de infancias, adolescencias, juventudes y adultez en el mundo contemporáneo. La adolescencia como fenómeno multideterminado. Subjetividad. Crisis. Sexualidad. Transformaciones del Aparato Psíquico. Adolescencia, familia y cultura. Constitución de nuevas subjetividades Las culturas juveniles y su relación con la cultura escolar en el proceso de constitución subjetiva. Dimensión psicológica y social de sujetos, grupos e instituciones. Problemáticas actuales de la adolescencia. Adicciones Violencias. Sociopatías. Aspectos psicológicos y educativos

Código 414. **Tecnología Educativa**

La Tecnología Educativa como disciplina. Mitos y posturas. La denominada “sociedad del conocimiento”: enfoques críticos. Las inteligencias distribuidas. Lenguajes audiovisuales: la Televisión, el Video y la Radio en la enseñanza. La necesidad de una alfabetización múltiple. La Educación a Distancia como modalidad flexible de enseñanza y aprendizaje. El “e-learning”, “blended-learning” y “m-learning”. La Red Internet y el aprendizaje en entornos virtuales. Las TIC y sus posibilidades en las propuestas de enseñanza. El lenguaje hipertextual. Estrategias didácticas en EVEAs □ entornos virtuales para la enseñanza y el aprendizaje □ Las redes colaborativas □ La experiencia de los Campus Virtuales. El rol del tutor. Diferentes enfoques y criterios de trabajo □ Las Plataformas Tecnológicas: análisis del modelo Moodle. El aula virtual: diseño de materiales, simulaciones, foros, videojuegos, recursos didácticos digitales y evaluación de los aprendizajes.

Código 415. **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 416. **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 417. 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. Normas de estilo para la redacción. El impacto de la titulación. Periodismo narrativo: La crónica. Aspectos organizativos básicos del medio impreso. Redacción. Secciones. Las diferencias entre revistas, diarios y agencias de noticias. Corresponsalías. Nociones de diagramación. Procedimientos. Periodismo de Investigación.

Código 418. 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 419. 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 420. 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 421. Formación Docente

Opciones:

- **Sistema Educativo e Instituciones**

Estado, sociedad civil y educación. Política y sistema educativo en Argentina: génesis y desarrollo. Agendas actuales. La gestión de la forma educativa escolar. Especificidad de los niveles para los que se forma.

- **Investigación Educativa**

Corrientes epistemológicas. Distintas formas del conocimiento. Investigación Educativa. Enfoques. Diseños de la investigación, cualitativa y cuantitativa.



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

Componentes del proyecto de investigación. Formulación de un proyecto de investigación. La construcción de los sistemas de verdad.



Código 422. Didáctica específica de la Comunicación

Los procesos de enseñar y aprender: elementos constitutivos. Análisis comunicacional del proceso de escolarización y de las prácticas educativas. Diferentes modos de relacionar a la Comunicación y la Educación. Las mediaciones pedagógicas. La dimensión técnica de la enseñanza. La comunicación en la relación pedagógica. Perspectivas en la enseñanza de la comunicación. Inserción de la comunicación en el sistema educativo de nivel medio. Prácticas de comunicación educativa, de comunicación en el campo educativo y de educación mediada por los medios y las pantallas.

Código 423. 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 424. 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 425. 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 426. 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 427. 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 428. Práctica Profesional Docente

Prácticas docentes y procesos de formación de los profesores. Pensar las escuelas, las aulas y la clase desde prácticas inclusivas. El acompañamiento de las Trayectorias Escolares. La Programación de la Enseñanza y la Evaluación. La gestión de la clase escolar. Otros dispositivos escolares desde la gestión de la comunicación. Vínculo con la Comunidad Escolar. Diseños y dispositivos de intervención en diferentes contextos. Prácticas docentes en terreno. Los medios y los distintos lenguajes en el espacio escolar.



Comprende:

- a) La Práctica de la Enseñanza que se desarrolla en el espacio **Práctica Profesional Docente**, durante el 4° año de la carrera, ligado a la práctica de la enseñanza de la comunicación.
- b) Experiencias didáctico-disciplinares en el aula, en el espacio escolar y en los trabajos de campo.

Se inician en el primer año en **Pedagogía** con un trabajo de campo que aborda el encuadre e ingreso a la institución. Se plantea un **taller en el segundo año** (30hs) y **dos en el tercero de la carrera** (30hs cada uno), de cursada cuatrimestral, articulados con las cátedras ligadas a la producción de distintos lenguajes.

El propósito fundamental de estos talleres es iniciar al futuro docente en la práctica y la reflexión de las metodologías didácticas de la enseñanza en el campo de la comunicación. Concretamente se propone hacer foco en los saberes teóricos y prácticos ligados a espacios escolares transversales donde un profesional -profesor- de comunicación es clave: el área de la comunicación de las organizaciones y del periodismo escolar (en sus formatos radial, escrito y televisivo), el área del diseño y producción multimedial y transmedia y el área de las tecnologías digitales de la información y la comunicación, siempre dialogando e integrados al proyecto institucional. Las formas de promover en los estudiantes de nivel medio la reflexión sobre la construcción del mensaje, la adecuación del mensaje a distintos lenguajes, el poder del enunciador, la promoción de la producción y la estimulación de la capacidad crítica en el acto del consumo audiovisual y tecnológico, son temas nodales y transversales a los distintos talleres. Así, se proponen cinco espacios, entre los cuales el estudiante elegirá tres:

Taller de práctica I: Taller de radio

Procesos de inclusión de la radio en contextos educativos: la educación comunicacional. El docente como mediador en los proyectos institucionales de radio. La radio como medio de expresión de las diferencias y lugar de encuentro. La metodología de enseñanza del lenguaje y ritmos de la radio. Producir y editar. Producción de contenidos significativos para la comunidad educativa en el lenguaje radial. La radio on.line y sus posibilidades de integración con experiencias comunitarias.

Taller de práctica II: Diseño y producción multimedial: la comunicación desde el lenguaje multimedial: posibilidades, limitaciones y prácticas. La enseñanza de la



producción de mensajes en lenguajes multimediales. Secuencias didácticas. Experiencias prácticas. Producción de materiales multimediales como insumo para la enseñanza-aprendizaje de otros campos disciplinares. Experiencias prácticas: el usuario como productor de nuevas formas expresivas e innovaciones narrativas.

Taller de Práctica III: Taller de periodismo El periodismo como una práctica social significativa. La enseñanza de criterios de noticiabilidad. Construir la agenda escolar. La enseñanza del periodismo desde la escuela. Sentido, criticidad, destinatarios y significatividad de la práctica.

Taller de Práctica IV: Comunicación de las organizaciones análisis de comunicación interna y externa de la escuela. Distintas modalidades que puede asumir la comunicación formal en la institución: lenguajes, medios, destinatarios. Experiencias en distintos niveles de la organización.

Taller de práctica V: Comunicación Audiovisual El lenguaje audiovisual como medio de expresión de las comunidades locales. Enseñar el lenguaje audiovisual. Experiencias de producción audiovisual en la escuela y con la comunidad escolar. Arte y comunicación audiovisual. Interpretación de las representaciones en los relatos audiovisuales. Producción colectiva y colaborativa.

Código 429. **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 430. 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 Tecnologías de la Comunicación. La dirección de comunicación. Estructuras, funciones y competencias. Legitimidad y posición de la dirección de comunicación.

Código 431. 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.

Código 432. Psicología social de la comunicación

El campo disciplinar y las escuelas. Interacción y contexto social. Concepción del sujeto social. Institución, 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 433. 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.



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

7.8. Modalidad de dictado

Presencial