



## 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 de la LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL (reforma del plan)

### **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 de la Licenciatura en Comunicación Social.....	10
7.1. Objetivos .....	10
7.2. Condiciones de ingreso: .....	11
7.3. Perfil del egresado .....	11
7.4. Título .....	12
7.5. Alcance del título .....	12
7.6. Estructura curricular .....	14
7.7. Contenidos mínimos.....	17
7.8. Modalidad de dictado .....	10



### **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 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 pre grado 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° 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 la 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 las matrículas 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°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 estas 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 el 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 de la Comunicación 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.

Para la región y desde la UNPSJB resulta de vital importancia apostar a profesionales en el área de la Comunicación Social, por sus posibilidades dinamizadoras en procesos interdisciplinarios en ámbitos públicos y privados, su capacidad para la definición de políticas públicas en el área de la comunicación, por su perfil orientado al análisis evaluación y mejora de procesos comunicacionales y por el aporte a la consolidación del campo científico de la comunicación social desde la práctica de la investigación en el área específica y/o estableciendo sinergias con profesionales de otros ámbitos de las ciencias sociales.

La carrera cuenta ya con 30 años en la región de la Patagonia Central, durante los cuales las dinámicas ligadas a la comunicación en nuestras sociedades han mutado imponiéndose una reforma de la propuesta de plan de formación para el Licenciado en Comunicación Social, que incluye el lenguaje multimedial y la comunicación digital, así como herramientas teórico metodológicas para interpretar los cambios en las dinámicas sociales ligadas a los entornos tecnológicos emergentes. Medios masivos de comunicación, espacios gubernamentales, empresas, organizaciones de base, espacios educativos constituyen hoy lugares donde los egresados despliegan su trabajo y desde donde las demandas son crecientes y constantes. Por ello la apuesta renovada de esta institución a la formación de Licenciados 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 de 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 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 mediados 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 teóricos y metodológicos 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. Condiciones de ingreso:**

Para ingresar a la carrera el postulante deberá acreditar los requisitos de la ley Nº 24.521 de Educación Superior, o normas que la modifiquen.





### 7.3. Perfil del egresado

El Licenciado en Comunicación Social deberá acreditar como principales competencias :

- El dominio para dirigir y/o participar en la producción periodística y general de programas y producciones gráficas, radiales, audiovisuales y multimediales.
- La habilidad de producir de manera solvente textos escritos en una variedad de formatos (géneros periodísticos, informes técnicos, escritura académica, etc.)
- El dominio de los dispositivos enunciativos de modo global (verbales y no verbales), con la habilidad de intervenir en la producción/logro de los textos más apropiados para los fines buscados.
- La capacidad para asesorar a empresas e instituciones en la producción, distribución y análisis de los discursos sociales en sus diferentes lenguajes, soportes, géneros y tecnologías.
- El conocimiento para diagnosticar, diseñar, implementar y evaluar propuestas integrales de planificación de comunicación para empresas e instituciones, tanto orientados a la comunicación interna como a la participación de las mismas con la sociedad más general.
- La capacidad para investigar fenómenos de comunicación a partir de la utilización de instrumentos teóricos, epistemológicos, metodológicos y tecnológicos pertinentes para describir, explicar y comprender estructuras y procesos en la dinámica social.
- La habilidad para participar en programas y proyectos interdisciplinarios desde la perspectiva comunicacional.
- La solvencia para asesorar en la formulación de políticas públicas relacionadas con cuestiones culturales y comunicacionales.
- La pericia para realizar arbitrajes y peritajes relacionados con los sistemas y modelos comunicacionales y la contextualidad de los mensajes.

### 7.4. Título

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



### 7.5. Alcance del título

El Licenciado en Comunicación Social es un profesional que puede:

- Formular políticas públicas relacionadas con cuestiones culturales y comunicacionales y asesorar su puesta en marcha, monitoreo y evaluación.
- Conocer y seleccionar las herramientas tecnológicas y conceptuales estándares para la producción comunicativa integral, en diversos formatos.
- Reconocer y respetar las diferencias culturales e identitarias y promover profesionalmente 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.
- Dominar conocimientos y habilidades necesarios para la producción de contenidos comunicativos en diversos formatos, géneros y soportes tecnológicos dentro del marco de una comprensión cabal del proceso comunicativo e identificando las necesidades y requerimientos de distintos grupos destinatarios.
- Liderar y organizar procesos integrales de búsqueda y selección de información de fuentes diversas, digitales o tradicionales, reconociendo su valor y pertinencia e integrándolos en un conjunto coherente y apropiado en relación al problema de origen.
- Reconocer las necesidades comunicacionales de grupos, organizaciones y comunidades –con especial atención a las particularidades de la región patagónica– elaborando diagnósticos precisos, proponiendo y llevando adelante propuestas de mejoramiento u optimización, a partir de un uso flexible y contextualizado de los recursos existentes.
- Poseer un compromiso acabado con las necesidades y proyectos de las comunidades de la región, y colaborar activamente en los procesos de desarrollo local.
- Poseer capacidad didáctica y poder de síntesis para volver comprensibles a públicos no especializados documentos y soluciones técnicas de origen disciplinario diverso.



- Desplegar capacidad crítica para contextualizar procesos y acontecimientos puntuales en marcos históricos y sociales generales
- Desarrollar proyectos de comunicación donde investigación y producción se complementan para la experimentación social y el conocimiento científico.
- Desarrollar y promover 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.
- Promover la autogestión e impulsar proyectos colectivos que consoliden la diversidad de expresiones de la región donde el comunicador despliega su tarea.



## 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
501	Introducción a los estudios de comunicación	anual	3	90	FDG	-
502	Lenguaje escrito	1° cuatr	6	90	FDG	-
503	Producción sonora	1° cuatr	6	90	FDG	-
504	Diseño y producción visual	2° cuatr	6	90	FDG	
505	Historia contemporánea	2° cuatr	6	90	FG	-
506	Sociología	anual	4	120	FG	-
	Electiva 1	cuatr	6	90	FE	-
<b>FDG: 360 FG: 210 FE: 90</b>			<b>Total</b>	<b>660</b>		

### 2do | SEGUNDO AÑO

Cod.	Asignaturas	Período de cursado	Carga horaria semanal	Carga horaria total	Campo	Correlativa anterior
507	Comunicación audiovisual I	1° cuatr	6	90	FDG	504
508	Teorías de la comunicación I	1° cuatr	6	90	FDG	501
509	Taller de radio	2° cuatr	6	90	FDG	503
510	Diseño y producción multimedial	2° cuatr	6	90	FDG	503-504
511	Análisis del discurso	1° cuatr	6	90	FG	502
512	Psicología social de la comunicación	2° cuatr	6	90	FG	--
	Electiva 2	cuatr	6	90	FE	--
<b>FDG: 360 FG: 180 FE: 90</b>			<b>Total</b>	<b>630</b>		

### 3ero | TERCER AÑO

Cod.	Asignaturas	Período de cursado	Carga horaria semanal	Carga horaria total	Campo	Correlativa anterior
------	-------------	--------------------	-----------------------	---------------------	-------	----------------------



513	Comunicación audiovisual II	2° cuatr	6	90	FDG	507
514	Taller producción de contenidos	2° cuatr	6	90	FDG	502
515	Derecho de la información y ética profesional	2° cuatr	6	90	FDG	--
516	Teorías de la comunicación II	1° cuatr	6	90	FDG	508
517	Comunicación publicitaria	1° cuatr	6	90	FDG	510-511
518	Historia regional y argentina	1° cuatr	6	90	FG	506
	Electiva 3	cuatr	6	90	FE	--
<b>FDG: 450 FG: 90 FE: 90</b>			<b>Total</b>	<b>630</b>		

#### 4to | CUARTO AÑO

Cod.	Asignaturas	Período de cursado	Carga horaria semanal	Carga horaria total	Campo	Correlativa anterior
519	Imagen y estética contemporáneas	2° cuatr	6	90	FDG	513
520	Comunicación, tecnología y cultura	1° cuatr	6	90	FDG	516
521	Metodología de la investigación I	1° cuatr	6	90	FDG	--
522	Metodología de la investigación II	2° cuatr	6	90	FDG	--
523	Antropología	1° cuatr	6	90	FG	--
524	Economía	2° cuatr	6	90	FG	--
<b>FDG: 360 FG: 180</b>			<b>Total</b>	<b>540</b>		



### 5to | QUINTO AÑO

Cod.	Asignaturas	Período de cursado	Carga horaria semanal	Carga horaria total	Campo	Correlativa anterior
525	Comunicación política	1° cuatr	6	90	FDG	--
526	Política de medios, comunicación y cultura	2° cuatr	6	90	FDG	--
527	Taller de tesis	anual	3	90	FDG	521-522
<b>FDG: 270</b>			<b>Total</b>	<b>270</b>		

### MATERIAS ELECTIVAS

Cod.	Asignaturas	Período de cursado	Carga horaria semanal	Carga horaria total	Campo	Correlativa anterior
528	Taller de Periodismo	1° cuatr	6	90	FE	--
529	Análisis de la Información	1° cuatr	6	90	FE	--
530	Periodismo digital	2° cuatr	6	90	FE	--
531	Comunicación de las organizaciones	1° cuatr	6	90	FE	--
532	Diseño y gestión de proyectos	1° cuatr	6	90	FE	--
533	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. reloj

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. reloj



### Total horas Licenciatura en Comunicación Social

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

#### 7.7. Contenidos mínimos

##### Código 501. **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 502. **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 503. **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 504. **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 505. 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 506. 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 507. 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 508. 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 509. 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 510. 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 511. 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 512. 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 513. 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 514. 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 de un medio impreso. Redacción. Secciones. Las diferencias entre revistas, diarios y agencias de noticias. Corresponsalías. Nociones de diagramación. Procedimientos. Periodismo de Investigación.

**Código 515. 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 516. 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 517. 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 519. 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 520. 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 521. 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 522. 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 523. 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 524. 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 525. 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 526. 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 527. 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 528. 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 529. 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 530. 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 531. 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 532. 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 533. 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.



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

## **7.8. Modalidad de dictado**

Presencial