

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CÓRDOBA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN  
PLAN DE ESTUDIOS 1993

A. FUNDAMENTACION

1. Análisis de antecedentes

1.1. Motivaciones mediatas e inmediatas

a) Motivaciones mediatas:

- El control de gestión permanente en la educación exige la reformulación de objetivos y contenidos de los planes de estudio como adecuación a las transformaciones de la sociedad y de las necesidades y expectativas de los educandos.
- La inserción en la vida democrática en el país (año 1983), marca cambios sustanciales en la sociedad argentina en su conjunto y en el ámbito de las comunicaciones en particular: La formación del comunicador social debe responder al nuevo estado de cosas.
- La transformación tecnológica implica cambios sociales que redundan en la importancia de las comunicaciones como procesos fundamentales en la conformación de la vida humana en los finales del siglo XX.
- Los avances en la investigación en comunicación social y la evolución cuantitativa y cualitativa de las instituciones abocadas a la formación de los comunicadores, imponen pautas de mayor especificidad para este campo de investigación y docencia.

b) Motivaciones inmediatas:

- Adecuación a pautas generales de la Universidad Nacional de Córdoba que generan nuevos planes en todas las carreras.
- Demandas de la sociedad argentina, de los estudiantes y de los docentes que se manifiestan en experiencias grupales e institucionales entre los años 1983 y 1986.
- Planificación de actividades orientadas a la elaboración de un nuevo plan de estudios en los años 1987-1988, en forma de Talleres de discusión y análisis. Se imponía la síntesis y culminación de dichas actividades que se concretaron en anteproyectos

cuyos autores integraron una comisión para definir una propuesta común. La comisión trabajó intensamente y mantuvo un contacto fluido con los claustros de la Escuela, pero no logró concretar un resultado y se fue disolviendo progresivamente. A mediados de 1991 la Dirección de la Escuela con miembros del Consejo Académico Consultivo (docentes y estudiantes), asume la continuidad de la tarea interrumpida con una nueva comisión que redacta un anteproyecto sobre la base de lo precedentemente producido y con el aporte de miembros de la comunidad educativa de la ECI que voluntariamente respondieron a las demandas de la comisión.

### 1.2. Consultas efectuadas

- Aportes del Gabinete Pedagógico provenientes de las consultas realizadas a los docentes en el período 89-90.
- Otros planes de estudio de la carrera de Comunicación en el país.
- Informes individuales de docentes entregados a Secretaría Académica a fines de 1990.
- Opiniones de especialistas en Educación.
- Informes y documentos de FELAFACS y de los Talleres de Capacitación en Metodología de la enseñanza en comunicación.
- Asesoramiento específico de CIFYH (Centro de Investigaciones de la Facultad de Filosofía y Humanidades), área de Comunicación.
- Testimonios directos de experiencias similares y de egresados con experiencias laborales.

### 1.3. Observaciones sobre el plan anterior y dificultades de la organización académica actual y de la metodología de la enseñanza

El plan vigente responde a un modelo, cuyas características son:

- Un currículo disperso en cuanto a los contenidos teóricos porque no hay un eje vertebrador centrado en lo comunicacional, que vincule las asignaturas y cohesione el conjunto; de ello deriva una formación "enciclopedista".
- Falta de especificidad en la formación profesional, ya que -aunque con un énfasis evidente en Periodismo- no desarrolla suficientemente las competencias para el

ejercicio de la comunicación social con sus lenguajes específicos, ni aun respecto del lenguaje verbal.

- Correlativamente a lo anterior, no brinda la posibilidad de optar entre diversas prácticas profesionales (tanto las demandadas por el mercado, como las emergentes).

En cuanto a la instrumentación del plan, constituye una grave dificultad el aislamiento de las materias (aun en el caso de las más estrechamente relacionadas, como las cinco cátedras de Periodismo), ya que no hay ningún espacio curricular para un trabajo integrado entre las diversas disciplinas entre sí, y en particular con aquellas orientadas a la formación técnico-profesional para el desempeño en las organizaciones comunicacionales.

Metodológicamente no están previstos en la estructura del Plan espacios de integración entre la teoría y la práctica. No obstante, se destaca la amplia formación humanística que brinda y que el nuevo proyecto trata de mantener/aunque con mayor especificidad en los objetivos de cada disciplina. Es destacable el trabajo realizado en este sentido por los docentes de las distintas Cátedras, quienes progresivamente han adecuado los enfoques de cada disciplina a los objetivos de una carrera de Comunicación. El presente plan en buena medida concreta los resultados de tales avances de las Cátedras en materias cuyos títulos son más adecuados a los contenidos de programas en vigencia actualmente.

## 2. RELACION CON LOS REQUERIMIENTOS PROFESIONALES

Para la presente propuesta se pudo acceder a estudios anteriores más o menos abarcativos y se contó con testimonios de docentes conocedores de los campos laborales, en que se desempeñan los egresados, hay coincidencias en señalar que el campo laboral más accesible es el de los medios de comunicación masiva y en general manifiestan las carencias para resolver situaciones concretas de comunicación, inexperiencia técnico-operativa en relación con el medio y defectos en el uso del lenguaje verbal, carecen además de orientación adecuada para responder a roles no

tradicionales o para proponer roles innovadores, por ejemplo en los ámbitos institucionales o educativos.

### 3. BASES Y PRINCIPIOS

El proyecto se basa en nuevos criterios que tienen en cuenta las demandas comunicacionales, y en una concepción que equilibra teoría y práctica, a partir de lo comunicacional concreto en la región y el país. En virtud de ello se configura una estructura que supere deficiencias del plan vigente en dos aspectos: a) el de la falta de articulación entre teoría y práctica, con el trabajo en Talleres de producción orientados según contenidos de las materias teóricas; b) el de la rigidez y limitación en la formación profesional, mediante una apertura a opciones en el Ciclo Profesional, con lo cual el plan logra mayor flexibilidad.

### 4. CARACTERÍSTICAS DEL NUEVO PLAN

- El cambio estructural se orienta, por una parte, a posibilitar espacios de integración en talleres de prácticas de comunicación social que funcionarán en interacción pertinente con la teoría y como medio vinculante con la realidad; dichos talleres incluirán un nivel de reflexión sobre las prácticas en conexión con el eje vertebrador.
- Otro aspecto del cambio estructural consiste en la relevancia de las Teorías de la Comunicación como eje vertebrador y en la articulación de los otros contenidos en función de dicho eje: contenidos que operan como sus fundamentos (Psicología, Sociología, Lingüística, Semiótica), o como complementos contextuales (aquellos que se refieren al conocimiento de la realidad histórico-cultural, económica y política, en la que el comunicador actuará como mediador: Historia, Antropología, Economía, Política).
- Otra característica es la apertura a opciones tanto en la elección de orientaciones, como en la organización de los contenidos según materias optativas que permitan satisfacer inquietudes o proyectos diferentes.
- EL CICLO BASICO comprende diferentes disciplinas organizadas en asignaturas, algunas de las cuales se desarrollan con metodología de Taller (Gramática, Teoría y Práctica del Discurso Verbal, Periodismo Gráfico, Radiofónico y Audiovisual,

Informática y Metodología de Investigación). En el Taller, el aprendizaje toma como objeto el proceso de comunicación y las prácticas profesionales de comunicación.

#### 4.1. LAS ASIGNATURAS

- Se orientan a objetivos específicos del campo de conocimiento al que se refieren y por lo tanto, el proceso de aprendizaje que implica su desarrollo incorpora actividades teórico-prácticas que suponen un contacto con la realidad inherente a la disciplina. De esta manera, cada materia es independiente en tanto mantiene su especificidad con respecto al proceso de aprendizaje. Los contenidos, métodos y evaluaciones se corresponden con los objetivos propios de cada disciplina y tienen en cuenta las pautas que operan a nivel de la coordinación horizontal y vertical.

#### 4.2. EL TALLER

4.2.1. Caracterización: Consiste en un espacio de producción que utiliza conocimientos, destrezas y/o recursos proporcionados por su propia actividad y las de las asignaturas de un mismo cuatrimestre o de los anteriores. Se trata de un aprendizaje sobre los procesos de comunicación social y las prácticas profesionales que prepara al estudiante para su desempeño futuro en las instituciones y en las tareas de investigación y servicio. Puede desarrollarse a través de un proyecto de investigación o de la implementación de un programa o servicio concretos. Sus contenidos están determinados por:

- a) Los contenidos específicos o propios de cada taller (lenguaje gráfico, lenguaje radiofónico, lenguaje audiovisual, expresión verbal, metodología de la investigación e informática): aspectos teóricos, instrumentales y operativos inherentes a cada especialidad;
- b) Los aportes teórico-prácticos de las materias que se dictan en el mismo cuatrimestre, cuando esto sea posible y pertinente. El taller no puede descuidar el análisis teórico que fundamenta el tratamiento de un problema.

El taller requiere de la formulación de un programa didáctico establecido en relación con los profesores de las materias del mismo curso; en dicho programa se fijan objetivos, temas a investigar o resolver, actividades y evaluación.

#### 4.2.2. TALLERES DE LENGUAJE Y PRODUCCION GRAFICA, RADIOFONICA Y AUDIOVISUAL.

##### 4.2.2. a. Contenidos.

En estos Talleres se contempla la integración de los conocimientos propios de la Gramática de la Lengua y de la Teoría y Práctica del Discurso Verbal, con los de los lenguajes gráfico, radiofónico y audiovisual. Se propone en todos los casos el desarrollo de competencias específicas de los lenguajes mencionados mediante su puesta en práctica en la realización de proyectos de comunicación. En dichos proyectos se tendrán en cuenta conocimientos y propuestas de las asignaturas teóricas del mismo curso ( o de cursos precedentes).

\*

Desde el punto de vista del discurso verbal, el eje vertebrador de dichos talleres es el desarrollo de la capacidad expresiva tanto en lo concerniente a la competencia lingüística como a la competencia discursiva. La práctica del discurso verbal se aplica a producciones periodísticas en medio gráfico, radiofónico y audiovisual para el primero, segundo y tercer año respectivamente. Aunque no de manera excluyente, se propone para los tres Talleres de Producción, la práctica en comunicación periodística.

Estos talleres están a cargo de un equipo en el que se integren docentes con formación lingüística y literaria con docentes especializados en Periodismo Gráfico (Lenguaje y Producción Gráfica)/ Radiofónico (Lenguaje y Producción radiofónica) y Audiovisual (Lenguaje y Producción Audiovisual)

##### 4.2.2.b. Perfil Docente Requerido:

En el taller del primer año (Lenguaje I y Producción Gráfica), el objetivo referente al lenguaje verbal es la nivelación en la competencia Lingüística.

Los contenidos son de Gramática y el perfil del docente es el requerido por esta disciplina en su faz práctica.

En los talleres de segundo y tercer año (Lenguaje II y Producción Radiofónica y Lenguaje III y Producción Audiovisual), el objeto referente al lenguaje verbal es el desarrollo de la competencia discursiva en distintos géneros. Sus contenidos son de Teoría y Práctica del Discurso Verbal y el perfil del docente responsable de los mismos requiere formación en Teoría del Discurso en general y del Discurso Literario en particular (géneros discursivos y géneros literarios). La parte del taller que corresponde a esta formación se denomina EXPRESION VERBAL (I para el segundo año y II para el tercero).

Por lo tanto los talleres anuales de LENGUAJE Y PRODUCCION se componen de la siguiente manera:

Primer año: Gramática y Producción Gráfica.

Segundo año: Expresión Verbal I y Producción Radiofónica.

Tercer año: Expresión Verbal II y Producción Audiovisual.

El término LENGUAJE que los unifica en la denominación abarca tanto el lenguaje verbal como el gráfico, el radiofónico y el audiovisual respectivamente.

4.2.2.c. Pautas metodológicas.

Se sugiere intensificar en el primer cuatrimestre de cada año la dedicación horaria destinada a la formación en lenguaje verbal (Gramática o Expresión Verbal), y en el segundo cuatrimestre, aumentar las horas de práctica en el medio correspondiente (gráfico, radiofónico o audiovisual). En esta segunda parte del año, el ejercicio de la competencia verbal se realiza fundamentalmente en el análisis y crítica de los mensajes producidos en cada medio.

Por lo tanto la distribución horaria indicativa es:

Primer cuatrimestre: Gramática (o Expresión Verbal): 4 Hs.

Introducción al lenguaje o medio de comunicación correspondiente: 2 horas.

Segundo cuatrimestre: Producción en el medio correspondiente: 4 horas.

Análisis y crítica de los mensajes producidos: 2 horas.

## B. DEFINICION DE LO QUE SE QUIERE LOGRAR 5. PERFIL DEL EGRESADO

### 5.1. CONOCIMIENTOS, COMPETENCIAS, ACTITUDES

El futuro egresado en Licenciatura en Comunicación Social.

5.1.1. Conocerá:

- Los fundamentos teóricos y elementos constitutivos de los procesos y prácticas comunicacionales.
- Los aportes de las diversas Ciencias Sociales que contribuyen a la comprensión de los procesos y las prácticas comunicacionales.
- La realidad local, regional, nacional e internacional y las diversas expresiones socio-culturales relacionadas con prácticas comunicacionales.
- Distintos métodos de investigación, indagación y planificación en comunicación social.

5.1.2. Será competente para:

- Investigar, indagar y producir análisis crítico.
- Investigar, analizar y evaluar situaciones comunicativas concretas en niveles de interpretación micro, meso y macro sociales, especialmente en ámbitos locales y regionales.
- Planificar estrategias y acciones para intervenir en esas situaciones.
- Promover nuevos procesos de comunicación.
- Producir, realizar, crear textos en los medios contemporáneos que se utilizan en los diversos niveles de comunicación.
- Trabajar en grupo y participar en equipos de trabajo interdisciplinario.

5.1.3 Tenderá a desarrollar las siguientes actitudes:

- Crítica, fundamentada y responsable, de la realidad en la que está inserto, de la práctica profesional y de su propio ejercicio profesional.
- Curiosa, observadora, de permanente investigación.
- De actualización en lo teórico-metodológico y en lo tecnológico.
- Activa y creativa ante las demandas comunicacionales del medio en el que actúe.
- Respetuosa de Los Derechos Sociales e Individuales del Hombre y de reconocimiento y valoración de la comunicación como uno de esos derechos.
- Abierta al diálogo y a la pluralidad de ideas.

6. INCUMBENCIAS



La práctica profesional se desarrollará:

- a) En el ámbito de la investigación en problemas de comunicación social en general y los propios de la comunicación masiva en particular.
- b) En las organizaciones comunicacionales masivas y no masivas (diarios, revistas, emisoras de radiodifusión, canales de televisión).
- c) En el ámbito institucional (sindical, comunitario, rural y de las distintas organizaciones públicas, privadas, incluyendo las educativas).

## 6.1. DISTINCION DE ROLES

6.1.a. En Investigación y Planificación en investigación.

- Asesor en instituciones públicas y privadas. Según los campos de aplicación, los roles pueden ser:

Asesor en políticas y proyectos de comunicación y cultura estatales y paraestatales.

Planificador en procesos de formación en comunicación para funcionarios u otros profesionales.

6.1.b. En Organizaciones Comunicacionales:

- Redactor y conductor periodístico en medios de comunicación gráfica, radiofónica o televisiva.
- Productor, programador, director en radiodifusión y televisión.
- Productor en comunicación gráfica.
- Organizador de empresas periodísticas y de comunicación en medios gráficos, radiofónicos y audiovisuales.

6.1.c. En Instituciones:

- Planificador, conductor y evaluador de estrategias comunicativas intra y extra institucionales, incluyendo las educativas.

Programador, ejecutor y evaluador de campañas publicitarias y de propaganda institucional y política.

## 7. OBJETIVOS GENERALES DE LA CARRERA

Que el futuro profesional en comunicación social, a través de esta carrera:

- Se capacite técnica e instrumentalmente para facilitar y articular los procesos comunicacionales en los diversos niveles de interacción en que se realiza la vida social humana.
- Adquiera los fundamentos teóricos-metodológicos pertinentes para interpretar los fenómenos sociales y comunicacionales en el marco de una teoría social, y orientar su práctica profesional.
- Desarrolle capacidad crítica para discernir procesos de influencia social en todos los niveles de comunicación.
- Incorpore a su capacidad reflexiva los conocimientos necesarios para analizar, comprender y prever los efectos de las acciones comunicativas en todos los niveles.

## C. DISEÑO DEL PLAN DE ESTUDIO

### 8. DESCRIPCION GENERAL DEL PLAN

#### 8.1. La carrera se denomina:

LICENCIATURA EN COMUNICACION SOCIAL.

Su duración es de 5 años y culmina con el grado de LICENCIADO EN COMUNICACION SOCIAL, pero otorga títulos intermedios en determinadas orientaciones, por las cuales el alumno podrá optar según su propia vocación y aptitudes. Los Títulos intermedios son: COMUNICADOR INSTITUCIONAL, COMUNICADOR SOCIAL CON ORIENTACION EN COMUNICACION GRAFICA, COMUNICADOR SOCIAL CON ORIENTACION EN COMUNICACION RADIOFONICA Y COMUNICADOR SOCIAL CON ORIENTACION EN COMUNICACION AUDIOVISUAL.

#### 8.2. CICLOS DE FORMACION

##### 8.2.1. CICLO INTRODUCTORIO

- Se desarrolla durante un mes (4 semanas a partir del 1 de febrero).
- Comprende dos asignaturas:

Introducción a la carrera de Comunicación Social. Técnicas de estudio y comprensión de textos.

- Cada una de estas asignaturas cumple con 26 Hs. de clase en total (una clase diaria de 80 minutos cada una u otra distribución que se considere más eficiente). Ambas se cursan y se evalúan según pautas comunes a las materias del Ciclo Básico que se determinarán en su oportunidad.
- Introducción a la carrera de Comunicación Social es correlativa de Introducción a la Comunicación Social del Ciclo Básico. Técnicas de estudios y comprensión de textos es correlativa del Taller de Lenguaje I y Producción Gráfica del Ciclo Básico.

### 8.2.2. CICLO BASICO

- Se desarrolla curricularmente a lo largo de 3 años.
- El cursado es cuatrimestral para todas las materias; no así para los talleres de Lenguaje Y Producción Gráfica, Radiofónica y Audiovisual (uno anual por curso).
- Los cuatrimestres se extienden desde el primero de marzo al 30 de Junio y desde el primero de agosto al 30 de noviembre. Las materias tienen entre 4 y 6 horas semanales según las necesidades de cada una. El régimen cuatrimestral ofrece las siguientes ventajas:

Para los alumnos: concentración en pocas materias, lo que puede favorecer su rendimiento.

Para la organización de los contenidos: es uno de los elementos que permite articular las disciplinas vertebradoras del eje comunicacional con aquellas que son sus bases imprescindibles.

Para las funciones académicas: permite que los docentes puedan dedicar un cuatrimestre a tareas de investigación, perfeccionamiento, dictado de seminarios, publicaciones, extensión, etc.

La currícula del Ciclo Básico prevé un espacio de 2 horas en el 2<sup>a</sup> cuatrimestre del 2<sup>o</sup> y 3<sup>a</sup> año para un taller de Informática II y un Seminario, ambos Optativos. Puede haber ofertas de distintas cátedras. El estudiante tiene la obligación de elegir solo una de las opciones indicadas.

### LINEAS CURRICULARES DEL CICLO BASICO

Según el perfil propuesto, el rol del comunicador social implica la capacidad de interpretar la realidad a partir de perspectivas, reflexiones y metodologías de las Teorías

de la Comunicación y de las Ciencias Sociales en que se sustentan dichas teorías, a la vez que la competencia para ejercer con eficacia la acción mediadora. Las asignaturas cuyos contenidos son más pertinentes para tales objetivos constituyen el eje teórico-práctico del currículum. Complementan dicho eje, tres líneas curriculares que comprenden: disciplinas que aportan perspectivas histórico-culturales para pensar la comunicación, disciplinas formativas para la comprensión de la realidad política y económica; disciplinas que se orientan a la formación básica en Ciencias Sociales.

A: Área de Comunicación Social.

A.1.: Área teórica de la Comunicación Social.

A.2.: Área práctica de la Comunicación Social.

B: Área histórico-cultural.

C: Área política y económica.

D: Área de Formación Básica en Ciencias Sociales.

## A. ELEMENTOS PARA LA FORMACION TEORICA, METODOLOGICA Y PRACTICA EN COMUNICACION SOCIAL

### A.1. Área teórica de la Comunicación Social

Incluye el estudio de las diversas teorías, esquemas y niveles: infraestructuras y redes internas.

Base sociológica para el estudio de la comunicación:

Incluye el estudio de las relaciones entre la comunicación y los procesos sociales, desde la perspectiva de diversas teorías.

Bases Psicológicas para el estudio de la comunicación:

Incluye el estudio de la pragmática de la comunicación en sus distintos niveles y situaciones desde variadas perspectivas teóricas.

Bases semióticas para el estudio de la comunicación:

Incluye el estudio de sistemas sociales de significación desde los puntos de vista lingüístico y semiótico; los distintos lenguajes, la descripción y análisis de mensajes.

### A.2. Área práctica de la Comunicación Social

Incluye el diagnóstico y la resolución de situaciones y problemas de comunicación concretos y la producción de espacios, formas y mensajes. Se trata de la relación

teórico-práctica en la que se introduce la operación en medios de comunicación social en función de problemas concretos y la formación en habilidades y destrezas relativas al discurso verbal y a los lenguajes específicos de los medios.

B-C. Elementos para la comprensión integral de la realidad contemporánea.

Incluye aspectos históricos-culturales, políticos y económicos.

B. Los aspectos histórico-culturales incluyen:

- Los movimientos sociales del mundo contemporáneo.
- Las etapas de formación de la realidad socio-económica argentina.
- Los procesos estéticos en la cultura nacional.
- Los contenidos antropológicos-culturales referidos al hombre en la dimensión social de su vida cotidiana y a las formas cotidianas de intercambio en la sociedad actual.

C. Los aspectos políticos y económicos incluyen:

- Las nociones fundamentales de la Ciencia Política.
- Los conceptos básicos de economía que permitan discriminar los factores económicos que inciden en los sistemas de comunicación y la acción de éstos sobre el sistema económico.

D. Elementos para una formación básica en Ciencias Sociales.

Base filosófica para el conocimiento, tendiente a orientar la reflexión sobre los problemas cognoscitivos de la comunicación. Incluye elementos de lógica que contribuyen a la formación de razonamientos correctos.

Base metodológica de investigación en ciencias sociales que prepare para investigar en diversas áreas de la carrera. Se complementa esta formación con técnicas básicas de Informática.

Esta área se profundiza en el Ciclo Profesional con Bases de Epistemología y Métodos científicos para el análisis de la comunicación.

### 8.2.3. CICLO PROFESIONAL

Se desarrolla en dos años (4<sup>º</sup> y 5<sup>º</sup>) de la carrera.

Se propone:

- a) Brindar en este Ciclo un abanico de elecciones más o menos amplio que permita al estudiante avanzado configurar su propio perfil profesional.

- b) Desarrollar líneas de profesionalización pertinentes para satisfacer requerimientos sociales en comunicación, particularmente en el ámbito local, regional y nacional.
- c) Profundizar la formación en investigación de la comunicación social.
- d) Actualizar en seminarios de contenidos variables el conocimiento de la realidad nacional y del mundo contemporáneo.

#### ORIENTACIONES:

La orientación es una acreditación de estudios que abarcan una cierta área de aplicación. Tal como se especifica en las incumbencias generales del egresado de esta carrera, el campo profesional comprende: el ámbito de la investigación, el de las organizaciones comunicacionales masivas y no masivas y el institucional. El Ciclo Básico introduce globalmente en todos estos ámbitos y el Ciclo Profesional los continúa con mayor especificidad según las orientaciones. Si bien cada Orientación se configura curricularmente según sus objetivos y área de incumbencias profesionales, el nivel de la licenciatura tiene disciplinas básicas de formación científica comunicacional comunes a todas las orientaciones.

Se proponen 5 Orientaciones:

- I INVESTIGACION Y PLANIFICACION EN COMUNICACION SOCIAL.
- II COMUNICACION INSTITUCIONAL.
- III COMUNICACION GRAFICA.
- IV COMUNICACION RADIOFONICA.
- V COMUNICACION AUDIOVISUAL.

Las orientaciones responden a necesidades de formación de recursos docentes para la propia carrera (requerimientos de teóricos e investigadores en comunicación social), y a necesidades laborales vinculadas con la gestión de organizaciones comunicacionales y producción en medios de comunicación social, y con funciones emergentes como las referidas a instituciones de todos los niveles.

#### OBJETIVOS

- I INVESTIGACION Y PLANIFICACION EN COMUNICACION SOCIAL

Formar especialistas en investigación en comunicación social con énfasis en la producción de conocimientos vinculados a la comunicación y la cultura masiva en el

mundo contemporáneo, a fin de que el egresado sea competente para intervenir en el diseño y desarrollo de nuevas propuestas socialmente relevantes.

## II COMUNICACION INSTITUCIONAL

Formar mediadores competentes para analizar, comprender y ejecutar estrategias de comunicación en instituciones, tanto en función de sus procesos internos como de sus relaciones con el medio.

## III-IV-V COMUNICACION GRAFICA, RADIOFONICA Y AUDIOVISUAL

Formar comunicadores capaces de gestionar y controlar el funcionamiento de organizaciones comunicacionales (de macro, meso o micro nivel) y de producir, programar y/o dirigir acciones comunicativas con conocimiento en los distintos lenguajes de la comunicación social, con énfasis en el tratamiento periodístico de la información.

## NIVEL INTERMEDIO

Con excepción de la orientación en Investigación y Planificación de la Comunicación Social, se propone para las restantes orientaciones un título intermedio al finalizar el cuarto año de cada una de ellas. El título es respectivamente:

II Comunicador Institucional.

III Comunicador Social con orientación en comunicación Gráfica.

IV Comunicador Social con orientación en comunicación Radiofónica.

V Comunicador Social con orientación en comunicación Audiovisual.

## NIVEL DE LICENCIATURA

Para la orientación en Investigación y Planeamiento en Comunicación Social, este nivel comprende los dos últimos años de la carrera. Para las restantes orientaciones corresponde al quinto año.

La base común para todas las orientaciones está constituida por la Epistemología de las Ciencias Sociales, la formación en métodos cuantitativos y cualitativos para el análisis de la comunicación (Análisis de la Comunicación I y II) y el Análisis de mensajes (Análisis del Discurso o Semiótica aplicada, según los casos).

También es común a todas las orientaciones la relevancia curricular del Seminario para el TRABAJO FINAL de Licenciatura, en relación con el cual se eligen los Seminarios o Cursos Opcionales.

Algunas de las materias o seminarios propuestos como opcionales figuran en el curriculum de cada orientación con nombre, objetivos y contenidos mínimos y forman parte de la oferta permanente de la Escuela. Su caracterización tiene por objeto proponer un espectro temático amplio, dentro del cual el docente podrá optar por temas singulares tratados en profundidad y con la metodología de Seminario, o por el desarrollo propio de una materia o curso.

Otros Seminarios son solo "indicativos" y constituyen espacios abiertos que se cubrirán según propuestas renovables del cuerpo docente de la Escuela o de docentes de otras carreras y/o Universidades (profesores pasantes, contratados, invitados, etc.); los contenidos surgirán de necesidades del medio o de la evolución de las distintas disciplinas. Cabe también la posibilidad de que se cursen materias o Seminarios de las restantes orientaciones del plan o aún de otras unidades académicas en la medida en que lo admitan disposiciones vigentes de la UNC o que se puedan establecer en el futuro.

#### 8.2.4. TRABAJO FINAL O TESINA

En el último año de la Licenciatura, se cursa el Seminario para el Trabajo Final (6 horas semanales, anual). Es obligatorio y se evalúa con el Trabajo Final, tesina o equivalente, según los requerimientos de cada especialización (trabajo de investigación, proyecto de comunicación social o producción). El Trabajo Final será presentado ante un Tribunal examinador.

#### 8.2.5. TITULO

En el diploma consta el título de LICENCIADO EN COMUNICACION SOCIAL.

En certificado agregado al diploma se completa el título general con el nombre de la Orientación elegida. También ha de constar el título de la Tesina presentada.



## 9. MAPA CURRICULAR

### CICLO INTRODUCTORIO

INTRODUCCION A LA CARRERA DE COMUNICACION SOCIAL

TECNICAS DE ESTUDIO Y COMPRESION DE TEXTOS

### CICLO BÁSICO 3 AÑOS

### CICLO PROFESIONAL

I Orientación: Investigación y planeamiento en Comunicación Social. Licenciatura: 2 años.

II Orientación: Comunicación Institucional. Nivel intermedio: comunicador institucional. 1 año. Nivel Licenciatura: 1 año.

III Orientación: Comunicación Gráfica. Nivel intermedio: comunicador Social con orientación en Comunicación Gráfica. 1 año. Nivel Licenciatura: 1 año.

IV Orientación: Comunicación Radiofónica. Nivel intermedio: comunicador Social con orientación en Comunicación Radiofónica. 1 año. Nivel Licenciatura: 1 año.

V Orientación: Comunicación Audiovisual. Nivel intermedio: comunicador Social con orientación en Comunicación Audiovisual. 1 año. Nivel Licenciatura: 1 año.

## CICLO BÁSICO

### Pre Ingreso: Introducción a los estudios Universitarios

Año	Cuat.	Hs.	Materias	Materias	Materias	Materias	Materias
1 año	1	20	Historia Social Contemporánea 5hs.	Introducción a la com. Social 4hs.	Teoría del Conocimiento y lógica 5hs.	Lenguaje I y Producción Gráfica 6hs.	Técnicas de estudio y de trabajo intelectual 3 ciclos con 2hs. Semanales.
1 año	2	19	Economía y comunicación 5hs.	Teorías sociológicas I. 4 hs.	Psicología y comunicación. 4hs.	Lenguaje I y Producción Gráfica 6hs	Técnicas de estudio y de trabajo intelectual 3 ciclos con 2hs. Semanales.
2 año	3	19	Taller de informática básica aplicada I. 5hs.	Teorías sociológicas II. 4 hs.	Psicología social. 4 hs.	Lenguaje II y Producción Radiofónica. 6hs.	
2 año	4	21 (+2)	Historia Argentina Contemporánea. 5hs.	Teorías de la Comunicación I. 5hs.	Lingüística	Lenguaje II y Producción Radiofónica. 6hs.	Taller informática II (Optativo) 2hs.
3 año	5	21	Antropología socio cultural. 5hs.	Teorías de la Comunicación II. 5 hs.	Movimientos estéticos y cultura argentina. 5 hs.	Lenguaje III y Producción Audiovisual. 6hs.	
3 año	6	21(+2)	Política y comunicación	Taller: metodología de la investigación aplicada. 5hs.	Semiótica. 5hs.	Lenguaje III y Producción Audiovisual. 6hs.	Seminario optativo.2hs.

De 1 a 2 Año: Prueba de Suficiencia en Idioma Inglés

Com. 4 Hs. Sem.: 64 Hs. P/Cuatr.

Com. 5 Hs. Sem.: 80 Hs. P/Cuatr.

Com. 6 Hs. Sem.: 96 Hs. P/Cuatr.

192 P/A;o

## CICLO PROFESIONAL

I Orientación:

### INVESTIGACION Y PLANEAMIENTO EN COMUNICACION SOCIAL

#### DISTRIBUCION INDICATIVA POR AÑO

<b>Año</b>	<b>Cuat.</b>	<b>Hs.</b>	<b>Materias</b>	<b>Materias</b>	<b>Materias</b>	<b>Materias</b>
4 año	7	19	25. Epistemología de las Ciencias Sociales. 5hs.	26. Análisis de la Comunicación Institucional I. 4hs.	30. Evaluación y planificación de proyectos de Comunicación. 4hs.	28. Estadística aplicada. 6hs.
4 año	8	16	29. Seminario: problemas de la Sociedad contemporánea. 4hs.	27. Análisis de la Comunicación II. 4hs.	30. Evaluación y planificación de proyectos de Comunicación. 4hs.	31. Seminario opcional. 4hs.
5 año	9	21	32. Seminario: Teorías de la Comunicación III. 6hs.	33. Análisis del Discurso. 5hs.	35. Seminario Opcional. 4hs.	37. Seminario. Trabajo final 6hs.
5 año	10	16	36. Seminario opcional. 4hs.	34. Políticas de Comunicación y cultura. 4hs.		37. Seminario. Trabajo final 8hs.

Previo al Trabajo Final se deberá cumplimentar Prueba de Suficiencia de Idioma: francés, Italiano o Alemán.

## CICLO PROFESIONAL

I Orientación: COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

II.1. Nivel intermedio: COMUNICADOR INSTITUCIONAL

II.2. Nivel de Licenciatura: 1 año

### DISTRIBUCION INDICATIVA POR AÑO

<b>Año</b>	<b>Cuat.</b>	<b>Hs.</b>	<b>Materias</b>	<b>Materias</b>	<b>Materias</b>	<b>Materias</b>	<b>Materias</b>
4 año	7	20	25. Análisis Institucional I. 4hs.	28. Comunicación Institucional. 6hs.	27. Taller: Medios de Comunicación Institucional. 4hs.	29. Seminario Sectores Institucionales. 2hs.	31. Análisis de la Comunicación I. 4hs.
4 año	8	22	26. Análisis Institucional II. 4hs.	28. Comunicación Institucional. 6hs.	27. Taller: Medios de Comunicación Institucional. 4hs.	30. Taller opcional. Teorías y técnicas de grupo o imagen Institucional 4hs.	32. Relaciones Públicas. 5hs.
5 año	9	21	33. Epistemología de las Ciencias Sociales. 5hs.	34. Análisis de la Comunicación II. 4hs.	35. Seminario Opcional. 4hs.	38. Seminario. Trabajo final 8hs.	
5 año	10	16	36. Seminario opcional. 4hs.		37. Seminario opcional. 4hs.	38. Seminario. Trabajo final 8hs.	

#### **Seminarios optativos:**

Comunicación y Desarrollo Social/Comunicación y educación/

Comunicación y salud/ comunicaciones de Mercadotecnia

Previo al Trabajo Final se deberá cumplimentar Prueba de Suficiencia de Idioma:  
francés, Italiano o Alemán.

## CICLO PROFESIONAL

III Orientación: COMUNICACION GRAFICA III.

III.1. Nivel Intermedio: COMUNICADOR SOCIAL Con Orientación en Comunicación

Gráfica: 1 AÑO

III.2. Nivel de Licenciatura: 1 AÑO

DISTRIBUCION INDICATIVA POR AÑO

Año	Cuat.	Hs.	Materias	Materias	Materias	Materias	Materias
4 año	7	23	25. Documentación Periodística 4hs.	27. Taller de Comunicación visual. 5hs.	26. Redacción periodística I (periodismo interpretativo) 5hs.	29. Producción Gráfica. 4hs.	28. Seminario Nuevas tecnologías. 5hs.
4 año	8	20	30. Comunicación en publicidad y propaganda. 5hs.	32. Taller Fotografía periodística 4hs.	31. redacción periodística II (Period. Opinión) 5hs.	29. Producción Gráfica. 4hs.	
5 año	9	18	33. Epistemología de las Ciencias Sociales. 5hs.	34. Análisis de la Comunicación I. 4hs.	35. Seminario Semiótica aplicada. 5hs.	38. Seminario. opcional 4hs.	
5 año	10	18	36. Derecho de la Información. 4hs.	35. Análisis de la Comunicación II. 4hs.	37. Seminario opcional. 4hs.	40 Seminario. Trabajo final 6hs.	

### SEMINARIOS OPTATIVOS:

Comunicación y Relaciones Internacionales/ Economía Política y Comunicaciones Masivas/

Economía Argentina Contemporánea/ Crítica Estética aplicada a los Medios/ Periodismo Científico

Previo al Trabajo Final se deberá cumplimentar Prueba de Suficiencia de Idioma: Francés, Italiano o Alemán

## CICLO PROFESIONAL

IV Orientación: COMUNICACION RADIOFONICA

IV.1. Nivel Intermedio: COMUNICADOR SOCIAL con Orientación en Comunicación

Radiofónica: 1 AÑO

IV.2. Nivel de Licenciatura: 1 AÑO

DISTRIBUCION INDICATIVA POR AÑO

Año	Cuat.	Hs.	Materias	Materias	Materias	Materias	Materias
4 año	7	19	25. Documentación Periodística 4hs.	26. Taller: Expresión oral y locución. 4hs.	27. Taller Sonido y Musicalización. 5hs.	28. Producción Radiofónica. 6hs.	
4 año	8	20	29. Comunicación en publicidad y propaganda. 5hs.	30. Seminario Nuevas Tecnologías. 5hs.	31. Seminario. opcional 4hs.	28. Producción Radiofónica. 6hs.	
5 año	9	18	32. Epistemología de las Ciencias Sociales. 5hs.	33. Políticas de Programación Radiofónica. 4hs.	35. Seminario Semiótica aplicada. 5hs.	37. Seminario. opcional 4hs.	
5 año	10	18	36. Derecho de la Información. 4hs.	34. Análisis de la Comunicación I o II. 4hs.	38. Seminario opcional. 4hs.	39 Seminario. Trabajo final 6hs.	

### SEMINARIOS OPTATIVOS:

Comunicación y Relaciones Internacionales/ Economía Política y Comunicaciones Masivas/

Economía Argentina Contemporánea/ Crítica Estética aplicada a los Medios/ Periodismo Científico

Previo al Trabajo Final se deberá cumplimentar Prueba de Suficiencia de Idioma:

Francés, Italiano o Alemán

## CICLO PROFESIONAL

V Orientación: COMUNICACION AUDIOVISUAL

V.I. Nivel Intermedio: COMUNICADOR SOCIAL con Orientación en Comunicación

Audiovisual: 1 AÑO

V.2. Nivel de Licenciatura: 1 AÑO

### DISTRIBUCION INDICATIVA POR AÑO

Año	Cuat.	Hs.	Materias	Materias	Materias	Materias	Materias
4 año	7	21	25. Narración Televisiva I. 4hs.	26. Conducción periodística en TV. 4hs.	28. Seminario Nuevas Tecnologías. 5hs.	27. Producción Televisiva I. 4hs.	30. Políticas de Programación en TV. 4hs.
4 año	8	22	25. Narración Televisiva I. 4hs.	36. Derecho de la Información. 4hs.	29. Comunicación en publicidad y propaganda. 5hs.	27. Producción Televisiva I. 5hs.	30. Políticas de Programación en TV. 4hs.
5 año	9	18	37. Seminario opcional. 4hs.	32. Epistemología de las Ciencias Sociales. 5hs.	34. Narración Televisiva II. 4hs.	35. Dirección televisiva 5hs.	36. Producción televisiva II 4hs.
5 año	10	21	39. Seminario Semiótica aplicada. 5hs.	33. Análisis de la Comunicación I o II. 4hs.	38. Seminario opcional. 4hs.	40. Seminario. Trabajo final 8hs.	

### SEMINARIOS OPTATIVOS:

Comunicación y Relaciones Internacionales/ Economía Política y Comunicaciones Masivas/

Economía Argentina Contemporánea/ Crítica Estética aplicada a los Medios/ Periodismo Científico.

Previo al Trabajo Final se deberá cumplimentar Prueba de Suficiencia de Idioma: Francés, Italiano o Alemán.

## 9.1. CICLO INTRODUCTORIO

01. Introducción a la carrera de Comunicación Social: 26 Hs.

02. Técnicas de Estudio y Comprensión de Textos: 26 Hs.

## 9.2. CICLO BASICO

<b>PRIMER AÑO</b>	Hs. Sem.	Correl.
Primer Cuatrimestre		
03. Historia Social Contemporánea	5	
04. Introducción a la Comunicación Social	4	01
05. Teoría del Conocimiento y Lógica	5	
Segundo Cuatrimestre.		
06. Economía y Comunicación,	5	
07. Psicología y Comunicación.	4	04/05
08. Teorías Sociológicas I	4	03/04
Taller Anual		
08. Lenguaje I y Producción Gráfica	6	02
Examen de Idioma Inglés		

<b>SEGUNDO AÑO</b>	Hs. Sem.	Correl.
Primer Cuatrimestre		
10. Psicología Social.	4	07/08
11. Teorías Sociológicas II.	4	08
12. Taller Informática Básica Aplicada.	5	05
Segundo Cuatrimestre		



13. Lingüística	5	05/09
14. Teorías de la Comunicación I.	5	10/11
15. Historia Argentina Contemporánea.	5	03
* Taller: Informática Básica Aplicada II (Opt.).	2	12
Taller Anual		
16. Lenguaje II y Producción Radiofónica.	6	04/09

NOTA: \* 24. Optativo.

<b>TERCER AÑO</b>	Hs. Sem.	Correl.
<b>Primer Cuatrimestre</b>		
17. Teorías de la Comunicación II.	5	14
18. Antropología Socio-Cultural.	5	14
19. Movimientos Estéticos y Cultura Argentina.	5	15
<b>Segundo Cuatrimestre</b>		
20. Semiótica.	5	13/17
21. Política y Comunicación.	5	14
22. Taller: Metodología de la Inv. aplicada.	5	17
* Seminario Optativo.	2	
Taller Anual		
23. Lenguaje III y Producción Audiovisual	6	09/16

NOTA; \* 24. Optativo.

### 9.3. CICLO PROFESIONAL

#### 9.3.1. LICENCIATURA EN COMUNICACION SOCIAL

CON ORIENTACION EN: INVESTIGACION Y PLANEAMIENTO DE LAS CIENCIAS SOCIALES

CUARTO AÑO	Régimen	Hs. semanales
25. Epistemología de las Ciencias Sociales.	Cuatr.	5
26. Análisis de la Comunicación I.	Cuatr.	4
27. Análisis de la Comunicación II.	Cuatr.	4
28. Estadística Aplicada.	Cuatr.	6
29. Sem.: Problemas de la Sociedad Contemporánea.	Cuatr.	4
30. Planificación y evaluación de Proyectos de C. S.	Anual	4
31. Opcional.	Cuatr.	4

QUINTO AÑO	Régimen	Hs. semanales
32. Sem.: Teorías de la Comunicación III.	Cuatr.	6
33. Sem.: Análisis del Discurso.	Cuatr.	5
34. Políticas de Comunicación y Cultura.	Cuatr.	4
35. Opcional.	Cuatr.	4
36. Opcional.	Cuatr.	4
37. Sem.: TRABAJO FINAL.	Anual	6/8
Examen de Idioma: Francés, Italiano o Alemán.		

NOTA:

SEMINARIOS (O CURSOS) OPCIONALES INDICATIVOS:

Se pueden optar entre los SEMINARIOS CURRICULARES indicados para las otras orientaciones o los que la Institución pueda ofrecer; se sugieren temas como los siguientes:

- "La Com. masmediática y la formación de nuevas subjetividades y actores sociales".
- "La propaganda y la publicidad como discursos sociales.
- "Cultura popular y cultura masiva".

- "Las políticas estatales en torno al sistema de telecomunicaciones. Caso Argentino".

### 9.3 CICLO PROFESIONAL

#### 9.3.3. LICENCIATURA EN COMUNICACION SOCIAL

CON ORIENTACION EN:

COMUNICACION GRAFICA

A. NIVEL INTERMEDIO: COMUNICADOR SOCIAL C/ORIENT. EN

COMUNICACION GRAFICA

CUARTO AÑO	Régimen	Hs. semanales
25. Documentación Periodística.	Cuatr.	4
26. Redacción Periodística I (Period. Interpretativo).	Cuatr.	5
27. Taller: Comunicación Visual.	Cuatr.	5
28. Sem.: Nuevas Tecnologías.	Cuatr.	5
29. Producción Gráfica.	Anual	4/6
30. Comunicación en Publicidad y Propaganda.	Cuatr.	5
31. Redacción Periodística II (Period. Opinión).	Cuatr.	5
32. Taller: Fotografía Periodística.	Cuatr.	4

QUINTO AÑO	Régimen	Hs. semanales
33. Epistemología de las Ciencias Sociales.	Cuatr.	5
34. Análisis de la Comunicación I.	Cuatr.	4
35. Análisis de la Comunicación "II.	Cuatr.	4
36. Sem.: Semiótica Aplicada.	Cuatr.	5
37. Derecho de la Información.	Cuatr.	4
38. Opcional.	Cuatr.	4
39. Opcional.	Cuatr.	4
40. Sem.: TRABAJO FINAL.	Anual	4/6
Examen de Idioma: Francés, Italiano o Alemán.		

--	--	--

NOTA:

SEMINARIOS CURRICULARES PARA LAS OPCIONES:

- "Comunicación y Relaciones Internacionales"
- "Economía Política y Comunicación Masiva "
- "Economía Argentina Contemporánea ".
- "Crítica Estética aplicada a los M.C.M".

CICLO PROFESIONAL

9.3.4. LICENCIATURA EN COMUNICACION SOCIAL

CON ORIENTACION EN: COMUNICACION RADIOFONICA

A. NIVEL INTERMEDIO: COMUNICADOR SOCIAL

C/ORIENT. EN COMUNICACION RADIOFONICA

CUARTO AÑO	Régimen	Hs. semanales
25. Documentación Periodística.	Cuatr.	4
26. Taller: Expresión Oral y Locución.	Cuatr.	4
27. Taller: Sonido y Musicalización.	Cuatr.	5
28. Producción Radiofónica.	Anual	6
29. Comunicación en Publicidad y Propaganda.	Cuatr.	5
30. Sem.: Nuevas Tecnologías.	Cuatr.	5
31. Sem.: Opcional.	Cuatr.	4

QUINTO AÑO	Régimen	Hs. semanales
32. Epistemología de las Ciencias Sociales.	Cuatr.	5
33. Políticas de Programación Radiofónica.	Cuatr.	4
34. Análisis de la Comunicación I ó II.	Cuatr.	4
35. Sem.: Semiótica Aplicada.	Cuatr.	5

36. Derecho de la Información.	Cuatr.	4
37. Opcional.	Cuatr.	4
38. Opcional.	Cuatr.	4
39. Sem.: TRABAJO FINAL.	Cuatr.	8
Examen de Idioma: Francés, Italiano o Alemán.		

NOTA:

SEMINARIOS CURRICULARES PARA LAS OPCIONES:

- "Comunicación y Relaciones Internacionales"
- "Economía Política y Comunicación Masiva".
- "Economía Argentina Contemporánea".
- "Crítica Estética aplicada a los M.C.M".

### 9.3. CICLO PROFESIONAL

#### 9.3.5. LICENCIATURA EN COMUNICACION SOCIAL

CON ORIENTACION EN: COMUNICACION AUDIOVISUAL

A. NIVEL INTERMEDIO: COMUNICADOR SOCIAL C/ORIENT. EN  
COMUNICACION AUDIOVISUAL

CUARTO AÑO	Régimen	Hs. semanales
25. Narración Televisiva I.	Anual	4
26. Conducción Periodística en TV.	Cuatr.	4
27. Producción Televisiva I.	Anual	4/5
28. Sem. Nuevas Tecnologías.	Cuatr.	5
29. Comunicación en Publicidad y Propaganda.	Cuatr.	5
30. Políticas de Programación en TV.	Anual	4
31. Derecho de la Información.	Cuatr.	4

QUINTO AÑO	Régimen	Hs.
------------	---------	-----

		semanales
32. Epistemología de las Ciencias Sociales.	Cuatr.	5
33. Análisis de la Comunicación I o II.	Cuatr.	4
34. Narración Televisiva II.	Cuatr.	4
35. Dirección Televisiva.	Cuatr.	5
36. Producción Televisiva II.	Cuatr.	4
37. Opcional.	Cuatr.	4
38. Opcional.	Cuatr.	4
39. Sem.: Semiótica Aplicada.	Cuatr.	5
40. Sem.: TRABAJO FINAL	Cuatr.	8
Examen de Idioma: Francés, Italiano o Alemán.		

NOTA:

SEMINARIOS CURRICULARES PARA LAS OPCIONES:

- "Comunicación y Relaciones Internacionales".
- "Economía Política y Comunicación Masiva".
- "Economía Argentina Contemporánea".
- "Crítica Estética aplicada a los M.C.M".

### 9.3 CICLO PROFESIONAL

#### 9.3.2. LICENCIATURA EN COMUNICACION SOCIAL

CON ORIENTACION EN: COMUNICACION INSTITUCIONAL

A. NIVEL INTERMEDIO: COMUNICADOR INSTITUCIONAL

CUARTO AÑO	Régimen	Hs. semanales
25. Análisis Institucional I (Psicología Inst.).	Cuatr.	4
26. Análisis Institucional II (Sociol. y Antrop. Inst.).	Cuatr.	4
27. Taller: Medios de Comunicación Institucional.	Anual	4
28. Comunicación Institucional.	Anual	6/5
29. Sem.: Sectores Institucionales.	Cuatr.	2
39. Taller Opc.: Teoría y técnicas de grupo ó Imagen Institucional.	Cuatr.	4

31. Análisis de la Comunicación I.	Cuatr.	4
32. Relaciones Públicas.	Cuatr.	5

QUINTO AÑO	Régimen	Hs. semanales
33. Epistemología de las Ciencias Sociales.	Cuatr.	5
34. Análisis de la Comunicación II.	Cuatr.	4
35. Opcional.	Cuatr.	4
36. Opcional.	Cuatr.	4
37. Opcional.	Cuatr.	4
38. Seminario: TRABAJO FINAL.	Cuatr.	8
Examen de Idioma: Francés, Italiano o Alemán.	Anual	

NOTA:

SEMINARIOS CURRICULARES PARA LAS OPCIONES:

- "Comunicación y Educación".
- "Comunicación y Salud".
- "Comunicación y Desarrollo Social".
- "Comunicaciones de Mercadotecnia
- "Análisis del Discurso " (Ref. 9.3.1.).

9.4. PERFIL DEL COMUNICADOR SEGUN LAS ORIENTACIONES.

9.4.1. Orientación: INVESTIGACION Y PLANEAMIENTO EN COMUNICACION SOCIAL

9.4.1.a. PERFIL

El egresado en Comunicación Social, especializado en Investigación y Planeamiento de la Comunicación Social.

Conocerá:

- En profundidad las principales teorías e investigaciones que abordan los sistemas y prácticas culturales y comunicativas.
- Las metodologías y técnicas que permiten la producción de conocimiento científico.

- Las formas de planear, desarrollar y evaluar proyectos de comunicación a nivel macro. Será competente para:
- Producir conocimientos básicos y aplicados acerca de los sistemas y prácticas culturales y comunicativas masivas en la sociedad contemporánea, y de las formas que éstas asumen en nuestra particular realidad local, nacional y regional.
- Diseñar y desarrollar estrategias de intervención en el campo de las comunicaciones masivas, en sus distintos niveles y ámbitos, concediendo particular atención a los fenómenos derivados del actual desarrollo tecnológico y las profundas transformaciones económicas, políticas y culturales resultantes.
- Planificar y conducir procesos de formación, en instituciones académicas y no académicas, con objetivos teóricos o instrumentales, en áreas y temáticas vinculadas a los conocimientos previstos por esta orientación.

Tenderá a desarrollar las siguientes actitudes:

- Aproximación científica a la realidad y problemáticas culturales y comunicacionales masivas y no masivas.
- Actitud crítica y vigilante frente a la propia tarea científica.
- Participación en el diseño y desarrollo de propuestas de intervención socialmente relevantes en el campo de la cultura y comunicación masivas.

#### 9.4.1.b. INCUMBENCIAS:

En relación al campo de la cultura y comunicaciones masivas y no masivas:

- Investigación básica (investigador en Instituciones públicas y privadas).
- Asesoría e investigación aplicada en:

Proyectos de Comunicación.

Políticas de comunicación y culturas estatales y paraestatales.

Otras necesidades específicas de instituciones públicas o privadas (según demandas puntuales).

Conducción de procesos de formación en comunicación para otros profesionales, funcionarios, etc.

#### 9.4.1.c. OBJETIVOS



Esta Orientación tiene su énfasis en la producción y profundización de conocimientos vinculados a la comunicación y cultura masivas en el mundo contemporáneo. Tal objetivo exige estimular investigaciones orientadas a analizar y valorar el papel de los sistemas y prácticas comunicativas y culturales, a fin de intervenir en su perfeccionamiento y en el diseño y desarrollo de nuevas propuestas sociales relevantes.

#### 9.4.2. Orientación: COMUNICACION INSTITUCIONAL

##### 9.4.2.a. INCUMBENCIAS:

En el ámbito Institucional de distintas organizaciones públicas, privadas e intermedias, con los siguientes roles:

- Analista y asesor de programas, proyectos y estrategias de comunicación institucional.
- Conductor. Coordinador en la implementación de programas, proyectos y estrategias comunicacionales a nivel intra, ínter y extra institucional.
- Productor de prácticas, técnicas y medios de comunicación institucionales.
- Director de Dpto. de Relaciones Públicas.

##### 9.4.2.b. OBJETIVOS:

Formar comunicadores sociales capaces de:

- Describir y analizar procesos y prácticas de comunicación institucional.
- Diagnosticar problemas y necesidades de comunicación a nivel intra e inter institucional.
- Planificar, ejecutar y evaluar proyectos, programas y estrategias integrales de comunicación en instituciones de distinta estructura organizacional.

#### 9.4.3 Orientación: COMUNICACION GRAFICA, RADIOFONICA Y AUDIOVISUAL

##### 9.4.3.a. OBJETIVOS:

- Conocer el lenguaje de los distintos medios de modo que pueda crear textos, redactar y conducir programas periodísticos y no periodísticos.
- Producir programas periodísticos y no periodísticos en los distintos medios.
- Analizar, evaluar y diseñar las programaciones de las organizaciones comunicacionales.

- Analizar, evaluar y planificar políticas comunicativas en medios de comunicación gráfica, radiofónica o televisiva.
- Dirigir una organización comunicacional.

#### 9.4.3.b. ROLES DEL EGRESADO

- Redactor, creador de textos en los distintos lenguajes de las organizaciones comunicacionales.
- Analista, evaluador y asesor de políticas de comunicación.
- Productor, programador, director de programas periodísticos y no periodísticos.
- Director de organizaciones comunicacionales.

#### 9.4.3.c. INCUMBENCIAS:

- En organizaciones comunicacionales masivas y no masivas (diarios, revistas, emisoras de radiodifusión, canales de televisión).

#### 9.4.4. Orientación: Comunicación Audiovisual. 9.4.4.a. PERFIL

El egresado en Comunicación Social con orientación en Comunicación Audiovisual: Conocerá:

- Los "temas-problemas" específicos de la Comunicación Audiovisual en circuitos abiertos y cerrados.
- Fundamentos teóricos y metodológicos de los procesos y prácticas de la comunicación audiovisual.
- Las pautas caracterizadoras del periodismo televisivo (funcionales, éticas y estéticas).
- Las posibilidades de la Comunicación Audiovisual en las prácticas comunicativas documentales, científicas y educativas.

Será competente para:

- Proponer nuevos enfoques, modelos y sistemas en la producción televisiva.
- Comunicar en materias audiovisual, lo que incluye la invención, planificación y ejecución de programas unitarios, series o miniserias, ciclos y telediarios.
- Crear nuevas formas y estructuras narrativas.
- Documentar la realidad con perspectivas originales. , Tenderá a desarrollar las siguientes actitudes:

- Observadora y crítica de la realidad.
- De descubrimiento y revelación de los aspectos emergentes de la cultura nacional, regional y local.
- Responsable en la toma de decisiones en el ámbito de la Comunicación Audiovisual.

#### 9.4.4.b. INCUMBENCIAS:

El futuro egresado en esta especialidad tendrá conocimientos y experiencia para resolver problemas y generar proyectos creativos en los siguientes roles:

- Programador de Televisión.
- Productor de Televisión.
- Narrador en Medios Audiovisuales.
- Conductor periodístico en Televisión.
- Director de Televisión.

#### 9.4.4.c. OBJETIVOS:

Que el futuro profesional especializado en Com. Audiovisual, a través de esta carrera:

- Adquiera la capacidad de expresar su interpretación de la realidad en materia audiovisual, inventando y materializando mensajes-programas de elevada calidad ética y estética.
- Incorpore la formación teórico-metodológica (Teorías de la Comunicación, Psicología, Sociología, Semiótica, Análisis del Discurso) al ejercicio de su práctica productiva en medios audiovisuales y a la reflexión crítica sobre la misma.
- En síntesis, conforme una figura profesional que reúna las condiciones de investigador y de productor en medios audiovisuales.

## 10. CARACTERIZACION DE LAS ASIGNATURAS

Según lo establecido en Resolución Rectoral N<sup>o</sup> 289, la caracterización de las asignaturas tiene una finalidad exclusivamente orientadora, no excluyente ni condicionante.

### 10.1 CICLO INTRODUCTORIO

Objetivos Generales;

1) Proporcionar un marco teórico de referencia acerca de la Universidad y su futura actividad universitaria.

2) Proveer de algunos contenidos básicos acerca del objeto de estudio de la carrera y reflexionar sobre el mismo.

3) Conocer la propuesta educativa de la E.C.I. de tal modo que signifique una orientación profesional en su elección.

4) Introducir en la aplicación de técnicas de estudio que facilite un aprendizaje sistemático.

5) Ejercitar la comprensión de textos y la expresión verbal escrita. Contenidos: Se distribuyen en:

#### 01. INTRODUCCION A LA CARRERA DE COMUNICACION SOCIAL. S

Objetivos: 1, 2 y 3 de los enunciados en objetivos generales.

Contenidos: Concepto de comunicación. Definiciones. Los estudios de comunicación. El comunicador social: sus perfiles. Su rol en la sociedad: Periodismo, educación, cultura, medios masivos, tecnologías.

La E.C.I.: Propuesta curricular. Características institucionales.

La U.N.C.: Organización; origen y desarrollo histórico.

#### 02. TECNICAS DE ESTUDIO Y COMPRESION DE TEXTOS. Objetivos: 4 y 5 de objetivos generales.

Contenidos: El estudio y el aprendizaje sistemático. Técnicas de estudio: localización, elaboración, organización y expresión de la información.

Práctica de comprensión de textos. Redacción de síntesis e interpretaciones. Corrección de vicios idiomáticos más frecuentes.

#### 10.2. CICLO BASICO

#### 03. HISTORIA SOCIAL CONTEMPORANEA

Objetivos: Comprender y analizar los problemas sociales en el proceso de la historia contemporánea.

Contenidos: Transformaciones sociales de la revolución Industrial, el Capitalismo Financiero; Migraciones Internacionales. El Movimiento Obrero. Socialismo. Imperialismo. Las guerras mundiales y la redistribución de áreas de dominación: Primera guerra mundial. Revolución Rusa. Crisis de 1929. La segunda guerra mundial y el nuevo ordenamiento internacional. Descolonización y Neocolonialismo: transformaciones socio-económicas en África, Asia, medio Oriente y América Latina. La revolución científico-tecnológica: conquista del espacio; explosión demográfica y urbana. Armamentismo. Unipolaridad del mundo capitalista: la Perestroika. Nuevo orden internacional.

#### 04. INTRODUCCION A LA COMUNICACION SOCIAL

Objetivos: Posibilitar una introducción amplia y fundamentada al campo de la comunicación. Ubicar a éste en la problemática actual de las ciencias sociales. Capacitar para el análisis de los fenómenos de comunicación en sus diferentes dimensiones y niveles. Reconocer sistemas de comunicación social en Argentina.

Contenidos: Comunicación y ciencias sociales. Especificación de sus dimensiones epistemológicas, antropológicas, sociológicas, etc. Hacia una conceptualización de la "comunicación". De la estructura de la cotidianidad al análisis de la interacción comunicativa. Acción verbal y no-verbal. Diálogo, argumentación y persuasión. Espacio y temporalidad sociales. De los mass-media a los media. Vinculación entre lo popular y lo masivo. Relaciones entre cotidianidad y consumo, etc. Sistemas de comunicación en Argentina.

#### 05. TEORIA DEL CONOCIMIENTO Y LOGICA

Objetivos: Que el alumno se forme un marco de referencia conceptual para discernir los problemas emergentes de la dimensión cognoscitiva de la comunicación; que reconozca y maneje las formas más generales del razonamiento correcto.

Contenidos: El conocimiento desde los puntos de vista de la ciencia y de la filosofía. Escepticismo y relativismo. Certeza y validez intersubjetiva; objetividad, intersubjetividad y consenso. Teorías de la verdad. Tipos de conocimiento. La índole

formal de la lógica. Corrección y verdad. Elementos de lógica de los términos, de las proposiciones y de los razonamientos, según forma clásica y según la lógica simbólica.

## 06.ECONOMIA Y COMUNICACION

Objetivos: Que el alumno pueda reflexionar críticamente acerca de los factores económicos que influyen en el funcionamiento de los sistemas de comunicación; que sepa analizar la relación entre el desarrollo de las economías y el manejo de la información, y el papel de la comunicación masiva en ese contexto.

Contenidos: Instrumentos del análisis económico básico. Teorías que constituyen el pensamiento económico de la humanidad. Conceptos para el análisis de la "acción" en el campo económico (Política Económica) y su fundamentación teórica. Economía Política de la Comunicación. Los factores económicos y la producción, circulación y recepción de la información.

## 07.PSICOLOGIA Y COMUNICACION

Objetivos: Posibilitar la comprensión de los aportes específicos de la disciplina en la constitución del campo y la teoría de la comunicación; brindar los elementos teóricos básicos en que se expresa la gramática psicológica de la acción; posibilitar el acceso a las principales corrientes vigentes en el campo de la Psicología.

Contenidos: Principales corrientes teóricas vigentes en el campo de la Psicología y sus aportes específicos a la constitución del campo de la Comunicación Social. Análisis de conceptos básicos referidos a: Percepción (el constructo perceptivo como interpretación de la realidad, la importancia de las interacciones simbólicas); motivación (los procesos motivacionales y la incidencia de las apelaciones motivaciones en la publicidad y la propaganda); Aprendizaje Social y la influencia de los medios de Comunicación; lenguaje, Comunicación y Conducta (naturaleza simbólica de los intercambios); otros.

## 08. TEORIAS SOCIOLOGICAS I

Objetivos: Brindar un marco teórico que permita abordar los fenómenos y problemas sociales a niveles macro, meso y micro sociales: considerar las principales teorías sociológicas (hasta los años 60) con énfasis en los aspectos más pertinentes para la comprensión de los fenómenos y teorías de la comunicación social y los de la sociología contemporánea.

Contenidos: La Sociología como ciencia. El marxismo clásico. La sociología clásica europea: el positivismo y la sociología interpretativa. El estructural-funcionalismo. Teoría de la hegemonía.

## 09 LENGUAJE Y PRODUCCION GRAFICA Objetivos comunes a los tres talleres (08,16 y 23):

- Consolidar las competencias en el empleo del código lingüístico escrito y oral.
- Enriquecer la competencia discursiva con la práctica de sus distintos géneros, integradas a prácticas de comunicación social.
- Desarrollar destrezas en el manejo de los diferentes lenguajes.
- Acceder al conocimiento de prácticas profesionales entre las que podrá optar en el nivel de las orientaciones de la carrera (articulación vertical).
- Adquirir hábitos de trabajo de integración entre los aportes de diversas disciplinas, el uso de los medios de comunicación y la indagación en problemas concretos del contexto social (articulación horizontal).

Objetivos específicos:

### A.-GRAMATICA:

Que el alumno desarrolle las potencialidades de su competencia lingüística, conozca las reglas imprescindibles para la correcta expresión oral y escrita, y adquiera el manejo de estructuras morfosintácticas en función de la producción textual.

Contenidos: Descripción y análisis de las unidades fundamentales de la lengua en función de la producción textual (clases de palabras, oración, correferencia y coherencia oracional); coherencia semántica global (párrafo, relación y enlace). Normativa. Enriquecimiento del vocabulario.

## B.-PRODUCCION GRAFICA:

Que el alumno conozca formas de diagramación periodística, que distinga géneros periodísticos y que desarrolle la capacidad de redacción periodística en medios masivos y no masivos.

Contenidos: Diseño y diagramación de periódicos. Fuentes de información. Géneros periodísticos. Técnicas de redacción de la información periodística. La noticia. Formas de relato informativo. Crónica. Reseñas.

## 10. PSICOLOGIA SOCIAL

Objetivos: Posibilitar la evaluación crítica de las teorías sociales en el marco de un planteo epistemológico de las ciencias sociales; utilizar conocimientos específicos de Psicología Social como instrumentos para el análisis de los fenómenos de la comunicación; ser capaz de analizar críticamente los mecanismos de la influencia social, esencialmente en la de los medios de Comunicación Social.

Contenidos: Teorías y Categorías de la Psicología Social abordadas desde la perspectiva de la pragmática de la comunicación: atribución, sistemas de creencias y representaciones ideológicas, influencia y conformidad social, persuasión y cambios de actitudes, influencia intragrupal, etc.

Paradigmas psicosociales como: interaccionismo simbólico (Mead), teoría de la acción comunicativa (Habermas), escuela de Palo Alto, etc

## 11. TEORIAS SOCIOLOGICAS II

Objetivos: Brindar un marco teórico que permita abordar los fenómenos sociales a nivel macro, meso y micro sociales; considerar las principales teorías sociológicas contemporáneas con énfasis en los aspectos más pertinentes para la comprensión de los fenómenos y teorías de la comunicación social.

Contenidos: Sociología y sociedad después de la segunda guerra mundial. La crisis de los grandes paradigmas. Revisión de los clásicos, la proliferación de perspectivas sociológicas. Estructuralismo y constructivismos; Teorías Críticas, Sociología de la Cultura. Análisis de los sistemas mundiales. Estado actual del campo sociológico.



## 12.TALLER: INFORMATICA BASICA APLICADA I

Objetivos: Lograr que el alumno conozca teórica y prácticamente el funcionamiento de un computador, tanto su parte física como la lógica; analice los distintos usos del mismo y pueda efectuar práctica directa en: procesamiento de texto, diseño de casos simples de bases de datos y nociones sobre diseño básico asistido por computadora.

Contenidos: Conceptos generales sobre computadoras e informática. Diferenciación entre hardware y software. Conceptos y manejo de sistemas operativos. Conceptos y manejo de sistema administradores de base de datos. Uso de la computadora. Nociones sobre diseño gráfico asistido por computadora.

## 13.LINGÜISTICA

Objetivos: Que el alumno reconozca las condiciones básicas de la comunicación lingüística, los diferentes usos del lenguaje y sus funciones; que comprenda la base del estudio de los sistemas de signos en general, a partir del sistema lingüístico.

Contenidos: El lenguaje, lengua y habla, signos y símbolos. La lingüística y sus conceptos fundamentales. La semántica. Sociolingüística. La lingüística de la enunciación, lenguaje y acción. El texto. Texto y discurso. La pragmlingüística.

## 14. TEORIAS DE LA COMUNICACION I

Objetivos: Estimular en los alumnos la reflexión crítica acerca del dominio de la Comunicación y el análisis de los supuestos de las diferentes perspectivas teóricas, valiéndose de los elementos de epistemología y el conocimiento de materias afines. Hacer conocer la evolución de la disciplina, para que comprendan los enfoques teóricos y metodológicos, sus convergencias y divergencias y su inserción en la problemática comunicacional actual. Desde esta base, incentivar en los estudiantes el desarrollo de la investigación de los fenómenos de comunicación.

Contenidos: La problemática de la Comunicación desde la discusión de su constitución como dominio disciplinable. Estado actual de la cuestión. Las distintas perspectivas teóricas, su desarrollo histórico, diferencias y convergencias: las primeras investigaciones del paradigma institucional; Escuela de Frankfurt: concepto de "industria

cultural". Las investigaciones sobre comunicación, educación y cultura en Latinoamérica. La perspectiva tecnológica. Los estudios acerca de los mitos de la cultura de masas. El mensaje como espacio de producción del sentido. Análisis del discurso y análisis socioeconómico en América Latina, etc.

#### 15. HISTORIA ARGENTINA CONTEMPORANEA

Objetivos: Desarrollar una actitud crítico-reflexiva en la comprensión de la realidad argentina, en lo social, económico y político.

Contenidos: La Argentina Moderna (del 80 al Centenario). Las presidencias radicales. La década infame. El peronismo. Golpes militares y salidas electorales (del 55 al 66). La Revolución Argentina, los gobiernos militares, Perón. El proceso de Re-Organización nacional. La salida democrática: radicales y peronistas.

#### TALLER INFORMATICA BASICA APLICADA II (OPTATIVO)

Objetivos: Lograr que el alumno se familiarice con las técnicas de diagramación lógica como base fundamental para la comprensión de los lenguajes de programación. Efectuar prácticas específicas de programación de lenguajes de última generación y programas utilitarios de mayor aplicación para la carrera de Comunicador Social.

Contenidos: Técnicas de Diagramación Lógica. Conceptos sobre lenguajes de programación. Manejo de técnicas de programación en lenguajes de última generación. Conceptos teóricos y prácticos del uso de utilitarios en PC. Práctica de Diseño Gráfico en Computadora.

#### 16. LENGUAJE II Y PRODUCCION RADIOFONICA (TALLER) Objetivos comunes a los tres talleres (ver 08).

Objetivos específicos:

##### A.-EXPRESION VERBAL I

Que el alumno desarrolle competencia discursiva en los géneros narrativo y dialogístico, mediante práctica oral y escrita en mensajes que cumplan un objetivo

comunicacional específico: que aplique dicha competencia al análisis de mensajes producidos en el taller.

Contenidos: La construcción narrativa: discurso y relato. Técnicas de la narración verbal. Narración verbal y narración sonora. La Retórica y el discurso enunciativo. Retórica y discurso argumentativo. El diálogo como principio constitutivo del discurso. Técnicas de incorporación del discurso ajeno. El guión radiofónico.

#### B.-PRODUCCION RADIOFONICA.

Que el alumno adquiera competencia en el manejo del lenguaje radiofónico; que desarrolle habilidades y destrezas para la comunicación periodística en medio radiofónico.

Contenidos: Función de la radiodifusión en la comunicación social. Programación. Lenguajes, estilos, géneros, formatos, musicalización. Producción y análisis de discurso radiofónico. La entrevista. El diálogo. El reportaje (estándar y profundo).

### 17. TEORIAS DE LA COMUNICACION II

Objetivos: Idem a Teorías de la Comunicación I.

Contenidos: Las nuevas tendencias de investigación de la Communication Research. Los estudios críticos. Ecos de dichas investigaciones en América Latina. La mediación tecnológica. Comunicación y consumo de bienes culturales. Sociedad de la comunicación y espacio público. Teorías de la comunicación y juegos de lenguaje. El concepto de racionalidad comunicacional, posmodernidad y comunicación. Las investigaciones en torno a lo popular y lo masivo, etc. Estado actual del campo.

### 18. ANTROPOLOGIA SOCIO-CULTURAL

Objetivos: Comprender y explicar racionalmente la complejidad estructural de la cultura. Proveer marco teórico para el estudio interpretación y reconocimiento de la diversidad cultural. Contribuir a la fundamentación racional de nuestra cotidianidad. Delimitar la incidencia de lo cultural en los procesos comunicacionales.

Contenidos: Modelos y Teorías de la Cultura. Antropología, Ciencia de la Cultura y de la Comunicación. Comportamientos simbólicos y producción simbólica. El cambio socio-cultural, fenómenos de alienación cultural y comunicativos. Revolución tecnocrática: efectos sobre la construcción de los actores sociales. Diseño de la comunicación en relación a valores, normas, usos y costumbres.

## 19. MOVIMIENTOS ESTÉTICOS Y CULTURA ARGENTINA

Objetivos: Que el alumno conozca las propuestas estéticas de la modernidad en las diferentes artes y en variedad de niveles y medios de manifestación; que analice críticamente la identidad cultural argentina y latinoamericana relacionando las expresiones estéticas con las ideológicas y sociológicas.

Contenidos: El Siglo XX: consolidación de la cultura nacional. El modernismo: pensamiento europeo y americano integrados. Siglo XX: identidad en lo nacional. Las vanguardias: ruptura y consolidación de nuevas formas. El modernismo de los 60. La crisis de los 70. Posmodernidad y actualidad. Análisis de productos culturales en el proceso creador en Argentina: plástica, literatura, música, cine, TV, etc.

## 20. SEMIÓTICA

Objetivos: Formar teórica y metodológicamente para el análisis de los discursos sociales.

Contenidos: La disciplina semiótica: bases y desarrollo. Teoría y análisis de los discursos sociales: Sociosemiótica. Circuito de la producción del sentido (producción, circulación y reconocimiento). El Discurso Social. El análisis del discurso: organización enunciativa, narrativa, argumentativa y retórica. La imagen como discurso audiovisual. La TV: discurso y/o discursos.

## 21. POLÍTICA Y COMUNICACIÓN

Objetivos: Dar al alumno una visión inicial e introductoria a algunos de los temas fundamentales de la Ciencia Política y a las relaciones entre política y comunicación.

Contenidos: La política, actividad y ciencia. El Poder. El Estado. El Derecho. Los regímenes políticos. Partidos Políticos, grupos de presión y factores económicos. Comunicación y política. Medios de comunicación, opinión pública, poder y control. Participación, comunicación y control. Libertad, responsabilidad y medios de comunicación en la sociedad democrática.

## 22. TALLER: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION APLICADA

Objetivos: Conocer el proceso de investigación en el estudio de temas de la comunicación; instrumentar la aplicación de algunos métodos y técnicas en el estudio de problemas de comunicación de nuestra realidad: asumir una actitud científica en las tareas de investigación.

Contenidos: Etapas y procedimientos de una investigación tipo. Tema, problema, marco teórico, hipótesis, dimensiones, operacionalización, universo y muestra, selección de técnicas, diseño de instrumentos, elaboración, análisis e interpretación de datos, redacción de informe. Ejercicios de investigación.

## 23. LENGUAJE IIIY PRODUCCION AUDIOVISUAL (TALLER)

Objetivos comunes a los tres talleres (ver 08).

Objetivos específicos:

### A.- EXPRESION VERBAL II

Que el alumno desarrolle competencia discursiva en género narrativo y argumentativo, mediante práctica oral y escrita en mensajes que cumplan un objetivo comunicacional específico; que aplique dicha competencia al análisis de mensajes producidos en el taller.

Contenidos: Discurso televisivo y discurso estético. Narración verbal y narración visual. Técnicas del relato literario en la narración audiovisual. El discurso argumentativo: Retórica, lenguaje figurado y persuasión. Sus manifestaciones en el lenguaje icónico. Guión televisivo.

### B.- PRODUCCION AUDIOVISUAL

Que el alumno adquiriera competencia en el manejo del lenguaje audiovisual; que desarrolle habilidades y destrezas para la comunicación periodística y documental en medio audiovisual.

Contenidos: Descripción, unidad y funcionalidad del sistema audiovisual dinámico. Plan general de producción. Formas técnicas de guión audiovisual. El equipo de producción, técnicas de registro (cámara, y videograbación) y de puestas en el aire. Realización de notas, micros y programas periodísticos y/o documentales.

## SEMINARIOS OPTATIVOS

Objetivos: Las materias del Ciclo Básico pueden dictar un seminario con el objetivo de complementar, ampliar o profundizar sus contenidos.

### 10.3. CICLO PROFESIONAL

#### 10.3.1 LICENCIATURA EN COMUNICACION SOCIAL CON ORIENTACION EN INVESTIGACION Y PLANEAMIENTO DE LAS C.S.

## 25.EPISTEMOLOGIA DE LAS CIENCIAS SOCIALES

Objetivos: Comprender desde un punto de vista filosófico los problemas inherentes a la investigación científica social, ligados a los estudios de la comunicación social; reconocer fundamentos filosóficos de teorías y estrategias de investigación en ciencias sociales.

Contenidos: Relación entre epistemología, filosofía, metodología de la investigación científica y las ciencias. Problemas epistemológicos en Ciencias Sociales y en los estudios de la Comunicación Social. Tratamiento de problemas como: la función explicativa de las teorías científicas, la "causalidad" y la "intencionalidad" en los estudios sociales, las condiciones histórico-sociales externas de producción, circulación y consumo de los productos científicos; ideología y objetividad en el conocimiento científico social. Relación entre la Semiótica y las Ciencias Sociales.

## 26.ANALISIS DE LA COMUNICACION I Y II

Objetivos: Apropriación reflexiva e instrumental de técnicas de indagación cualitativa y cuantitativa, que pueden utilizarse en investigación de base aplicada, y en el diseño de estrategias de comunicación; reflexión sobre el estatuto epistemológico de las técnicas, sus características y sus usos en el campo de la comunicación.

Contenidos I: Técnicas cualitativas: entrevista, debate dirigido, observación, etnográfica, observación participante, historia de vida, técnica de informante clave, trabajo con documentos y utilización de datos secundarios no cuantitativos.

Contenidos II: Técnicas cuantitativas: encuesta, panel, moderno análisis de contenido, análisis factorial norteamericano, análisis factorial de correspondencia, utilización de datos secundarios cuantitativos.

## 28. ESTADÍSTICA APLICADA

Objetivos: Que el alumno conozca los instrumentos que ofrece la estadística para la investigación de la comunicación; que interprete los resultados en investigaciones que utilizan la estadística descriptiva o la inferencial; que sepa solicitar asesoramiento a un experto en estadística e interpretar los resultados.

Contenidos: Estadística descriptiva, inferencia estadística, prueba de hipótesis, correlación y asociación estadística; introducción al muestreo e introducción al uso de un paquete estadístico de computación (SPSS, Gauss u otro).

## 29. SEMINARIO: PROBLEMAS DE LA SOCIEDAD CONTEMPORANEA

Objetivos: Abordar problemas que involucran las relaciones entre sociedad, política y estado para comprender críticamente a la sociedad moderna y al funcionamiento del sistema democrático.

Contenidos: Modernidad. Discusión modernidad-posmodernidad. Transformaciones del papel del Estado y los partidos políticos en la historia contemporánea; surgimiento de nuevos actores y movimientos sociales, etc.

## 30. PLANIFICACION Y EVALUACION DE PROYECTOS DE C.S.

Objetivos: Que el alumno conozca métodos de planificación; que sea capaz de abordar por sí mismo la planificación y evaluación de proyectos de comunicación, tomando las decisiones metodológicas y estratégicas pertinentes y aplicando con solvencia las técnicas necesarias.

Contenidos: Principios de planificación (proyectos, objetivos, decisiones, metas, plazos). Tipos de planificación. Las principales modalidades que asume actualmente la planificación y evaluación de proyectos de comunicación, a través de la metodología del análisis de caso.

### 32. SEMINARIO: TEORIAS DE LA COMUNICACION III

Objetivos: Articular alrededor de algunos problemas clave, una revisión de las producciones teóricas de mayor actualidad; profundizar líneas teóricas estudiadas en Teorías de la Comunicación Social I y II.

Contenidos: Sociedad y Comunicación. Construcción social de la realidad. Producción de sentido. Formación de identidades. Comunicación y cultura. Sistema transnacional de la comunicación social y los medios industriales. Las nuevas tecnologías.

### 33. SEMINARIO: ANALISIS DEL DISCURSO

Objetivos: Formar teórica y metodológicamente para el análisis exhaustivo de diversos discursos sociales.

Contenidos: El discurso como práctica y como acontecimiento: formaciones discursivas. El circuito de producción del sentido. Lo ideológico y el poder. Organización del discurso: lo enunciativo, argumentativo y retórico. Géneros, tipos y estrategias. Aplicación a discursos periodísticos, políticos, históricos, etc.

### 34. POLITICAS DE COMUNICACION Y CULTURA

Objetivos: Comprender el carácter y la evolución histórica del Estado como promotor de políticas, planificador y regulador de la cultura y los sistemas masivos de comunicación con especial atención a la experiencia latinoamericana.



Contenidos: Análisis crítico y comparativo de las doctrinas existentes sobre el papel del Estado en el ámbito de la comunicación masiva y la cultura. Problemas particulares de legislación de los medios en Argentina. Experiencias de acciones de transformación desarrolladas por instituciones de la sociedad civil.

### 10.3.2. LICENCIATURA EN COMUNICACION SOCIAL con orientación en COMUNICACION INSTITUCIONAL

#### 10.3.2.A. NIVEL INTERMEDIO: COMUNICADOR INSTITUCIONAL

### 25. ANALISIS INSTITUCIONAL I (PSICOLOGIA INSTITUCIONAL)

Objetivos: Introducirse en los enfoques teóricos que analizan el funcionamiento de la institución; conocer la dinámica institucional con sus variables y dimensiones relevantes; desarrollar una competencia adecuada al rol de analista institucional a través de intervenciones orientadas al cambio de la institución.

Contenidos: Modelos conceptuales para el Análisis Institucional. Categorías psico-sociales. Objetivos de la Psicología Institucional. Metodología del trabajo psicológico institucional. Niveles de conflicto y grado de dinámica de la institución, estrategias de acción. La Psicología y la comunicación Institucional: su complementariedad. Interdisciplina y diferenciación de roles profesionales.

### 26. ANALISIS INSTITUCIONAL II (SOCIOLOGIA Y ANTROPOLOGIA INSTITUCIONAL)

Objetivos: Introducir al alumno en las teorías y métodos de la Sociología y la Antropología Institucional para la comprensión integral de la comunicación institucional; los procesos sociales que intervienen en la dinámica de una organización.

Contenidos: Lugar de las instituciones y organizaciones en las Teorías Sociológicas. El análisis institucional en relación con los niveles micro y macro sociológicos. La diversidad organizacional, relaciones inter-organizacionales y extra-organizacionales. Estructuras formales e informales. Sistemas de posiciones, relaciones y jerarquías. Socialización y control. Identidades e imaginarios. Poder y conflicto. Construcción, procesos de cambio y disolución de organizaciones.

## 27. TALLER: MEDIOS DE COMUNICACION INSTITUCIONAL

Objetivos: Desarrollar habilidades y destrezas en la utilización de variedad de medios para actuar en comunicación social.

Contenidos: Técnicas de comunicación no tradicionales, a nivel micro y macro: video, gráfica, radio, títeres, sociodrama, historieta, periódico mural, etc. Análisis y recepción de mensajes. Análisis del discurso.

## 28. COMUNICACION INSTITUCIONAL

Objetivos: Capacitar al alumno para que pueda asumir críticamente los procesos de comunicación institucional en que deba intervenir; para que pueda realizar la planificación, administración y evaluación de los procesos de Com. Institucional.

Contenidos: Teorías y modelos de comunicación que operan en las instituciones. Comunicación intra-inter y extra institucional. Caracterización de públicos internos y externos. Políticas institucionales de comunicación. Planificación en comunicación: conceptos y tipos, ortodoxa y participativa. Etapas de la planificación en comunicación. Planificación en Com. externa. Estrategias y Tácticas. Tipos de evaluación. El proceso evaluativo. Evaluación de proyectos de Com. Institucional. Métodos y técnicas de Com. Inst.: inter-personal, grupal, colectiva y masiva.

## 29. SEMINARIO: SECTORES INSTITUCIONALES

Objetivos: Ubicar al alumno en la problemática de los distintos sectores institucionales, facilitar la comprensión de la realidad institucional en su contexto sectorial actual para el logro de un adecuado diagnóstico, planificación y ejecución.

Contenidos: Las Instituciones según tipologías sectoriales: públicas, privadas, no gubernamentales e intermedias. Desarrollo histórico y características. Situación actual de los sectores institucionales en Argentina y en Córdoba: aspectos políticos, sociales, económicos y culturales.

## 30. TALLER: TEORIA Y TECNICAS DE GRUPO

Objetivos: Reconocer las teorías que explican los procesos grupales. Discriminar los elementos que se inter-relacionan en la dinámica de los grupos con énfasis en el intercambio comunicacional. Adquirir capacidad para aplicar instrumentos y técnicas grupales.

Contenidos: Dinámica de grupo. La comunicación participativa grupal. Grupos operativos. Animación sociocultural. Grupos e instituciones.

### 30. TALLER: IMAGEN INSTITUCIONAL

(Gestión de la imagen y la comunicación)

Objetivos: Que el alumno comprenda el concepto de imagen organizacional y sus estrecha relación con la comunicación organizacional; que sepa utilizar métodos y técnicas para la creación y transmisión de la identidad de la organización en le medio social (sectores productivos, de servicios, públicos y privados).

Contenidos: Organización e imagen. Concepto de imagen. Configuración de la imagen. Métodos y técnicas para el control de la imagen: diagnóstico y pronóstico. Transmisión de la identidad: uso de gramáticas organizacionales. La comunicación Institucional en la transmisión de la identidad organizacional. Métodos para la comunicación integral de la imagen.

### 32. RELACIONES PÚBLICAS

Objetivos: Que el alumno comprenda críticamente el sentido y las proyecciones de las Relaciones Públicas en el mundo actual (especialmente en América Latina); que logre un dominio suficiente de las teorías, técnicas y métodos de las R. Públicas; que sepa integrar el rol de las Relaciones Públicas con otras técnicas, en el marco de un plan integral de comunicación social.

Contenidos: Teoría y metodología de las R. Públicas. Estatuto epistemológico; interdisciplinariedad. Contactos y diferencias con otras técnicas de comunicación social, otras disciplinas sociales y de la conducta y otras disciplinas administrativas. Técnicas de Relaciones Públicas aplicadas a organizaciones de todos los niveles de la comunidad y no solamente a las empresas; variedad de instrumentos (Publicaciones,

Protocolo y Ceremonial, Comunicación impresa y audiovisual, organización de eventos, etc.).

#### 10.3.2.B. NIVEL DE LICENCIATURA

#### 33. EPISTEMOLOGIA DE LAS CIENCIAS SOCIALES ^

Común Ver Pág.39.

#### 31 y 35. ANALISIS DE LA COMUNICACION IYII

Común Ver Pág.39.

#### SEMINARIOS CURRICULARES PARA LAS OPCIONALES COMUNICACION Y DESARROLLO SOCIAL

Objetivos: Capacitar al alumno para la comprensión de las relaciones entre los modelos comunicacionales y los modelos de desarrollo que le permita realizar un análisis integral de la situación comunicacional de la institución.

Contenidos: Desarrollo: concepto, revisión histórica. Modelos de Desarrollo. Desarrollismo y Monetarismo. Índices de Desarrollo: su evolución y su problemática. Desarrollo Humano: concepto, características., revisión de los modelos de Comunicación. Relaciones entre los modelos de desarrollo latinoamericana y en Argentina. Funciones de la Com. Social e Institucional según los modelos de desarrollo. Desarrollo, tecnología y comunicación. Análisis de la situación local de los modelos de desarrollo y comunicación vigentes y su impacto en las instituciones.

#### COMUNICACION Y EDUCACION

Objetivo: Capacitar al alumno para la comprensión de las relaciones entre los modelos educativos y los modelos de comunicación, que le permita realizar un análisis integral de la situación comunicacional de la Institución.

Contenidos: Educación: concepto y evolución. Modelos educativos. Comunicación educativa: conceptos. Problemática de su conceptualización: diferentes corrientes. El proceso de comunicación como proceso educativo. Pedagogía de la comunicación. Relaciones entre los modelos educativos y los comunicativos. Análisis de la situación local de los modelos educativos y comunicativos vigentes y su impacto en las instituciones.

## COMUNICACION EN SALUD Y SALUD MENTAL

Objetivos: Brindar elementos teórico-prácticos que permitan al alumno reconocer y satisfacer las necesidades comunicativas de las instituciones y la población en materia de salud en general y salud mental en particular.

Contenidos: Conceptos de salud/enfermedad y salud mental. Nivel de prevención y Atención a la salud. El sistema de salud en Argentina y en Córdoba en la actualidad. Sectores y jurisdicciones sanitarios; su articulación. Los procesos de comunicación-educación en la prevención y la atención: niveles interpersonal, grupal, Comunitario y masivo. Planificación, ejecución y evaluación de campañas de prevención en salud. Comunicación y rehabilitación psiquiátrica.

## COMUNICACIONES DE MERCADOTECNIA

Objetivo: Que el alumno comprenda el rol que tienen en la Mercadotecnia las técnicas de comunicación social, para el logro de sus objetivos específicos; que sepa integrar su capacidad profesional a las estrategias de mercadotecnia.

Contenidos: Fundamentos y concepto de las comunicaciones de mercadotecnia. Técnicas (Publicidad, Promoción, Merchandising, Relaciones Públicas, Difusión periodística): concepto, operatividad; tipos e acciones; efectos, perfil de las comunicaciones de Mercadotecnia.

## ANALISIS DEL DISCURSO

Común ver Pag.40.

### 10.3.3. LICENCIATURA EN COMUNICACION SOCIAL con orientación en

#### COMUNICACION GRAFICA

#### 10.3.3. A. NIVEL INTERMEDIO: COMUNICADOR SOCIAL C/ORIENTACION EN

#### COMUNICACION GRAFICA

#### 25 DOCUMENTACION PERIODISTICA

Objetivos: Que el alumno tome conciencia de la relevancia que tiene el tratamiento documental de la información; capacitarlo para el acceso a las fuentes que habilitan la interpretación del origen, actualidad y evolución de las temáticas sociales.

Contenidos: El proceso de documentación y sus fases (condensación, indización, clasificación, traducción a lenguajes documentales, fijación en soportes y difusión de la información). Acceso a los archivos periodísticos, a los servicios documentales de prensa, radio y televisión y a los centros de documentación. Acceso y utilización de documentación telematizada. El desarrollo de fuentes no convencionales en le Periodismo de Investigación.

## 26. REDACCION PERIODISTICA I (PERIODISMO INTERPRETATIVO)

Objetivos: Que el alumno desarrolle un estilo propio a partir del análisis y la producción en variedad de géneros y estilos periodísticos, particularmente en la redacción periodística interpretativa.

Contenidos: Los géneros periodísticos y sus estilos contemporáneos. Cruces entre periodismo y literatura. Técnicas y métodos para la redacción de textos periodísticos de interpretación. Informes interpretativos especiales.

## 27. TALLER: COMUNICACION VISUAL

Objetivos: Que el alumno desarrolle su capacidad creadora, maneje los medios de expresión gráfica y adquiera habilidad para la composición creativa.

Contenidos: Contenidos básicos de la comunicación visual. Las imágenes: signo, símbolo, representación. La composición. Componentes básicos (punto, línea, contorno, textura, etc.). Técnicas visuales y estrategias. La tipografía. El texto en el lenguaje visual.

## 23. SEMINARIO: NUEVAS TECNOLOGIAS

Objetivos: Actualización permanente en el conocimiento de los aportes de las nuevas tecnologías a la producción gráfica, radiofónica y televisiva; desarrollo de las destrezas correspondientes para su aplicación.

Contenidos: Además de la información y la práctica productiva, se incorporan participaciones del área de investigación en comunicación masiva para reflexionar acerca de las implicancias de las nuevas tecnologías en la sociedad.

Estos seminarios estarán a cargo del gabinete de Informática que colaborará con el área de producción en medios gráficos y audiovisuales.

## 29 PRODUCCION GRAFICA

Objetivos: Formar teórica y prácticamente en los distintos criterios y técnicas de diseño gráfico, para su aplicación a diversas prácticas de comunicación social.

Contenidos: Posibilidades expresivas del mensaje visual. Diagramación de periódicos y revistas (títulos, textos, espacios, fotografía). Distintos formatos (afiche, boletines, carteles, etc.). Computación y diseño. Modelos de diseño periodístico. Secuencias de producción; planificación, diseño, montaje, impresión. Impresión y reproducción: sistemas masivos y alternativos.

## 30. COMUNICACION EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

Objetivos: Conocer la complejidad del proceso de la comunicación publicitaria y su importancia en el mundo contemporáneo; capacitar en técnicas publicitarias y de propaganda en el contexto sociocultural en el que se operan estos fenómenos.

Contenidos: El fenómeno publicitario en el contexto económico y sociocultural. El triángulo publicitario (anunciante, agencia, medio). El marketing, las campañas de Publicidad, proceso creativo; evaluación. Los medios de la Publicidad (masivos y alternativos). Otras técnicas de comunicación comerciales (promoción de ventas, Merchandising, RRPP.) y no comerciales: propaganda y publicidad política. Campañas de propaganda política.

## 31 REDACCION PERIODISTICA II (Periodismo de Opinión)

Objetivos: Que el alumno desarrolle un estilo propio a partir del análisis y la producción de variedad de géneros y estilos periodísticos, particularmente en la redacción periodística de opinión.

Contenidos: Técnicas y métodos para la redacción de textos periodísticos de opinión. Encuestas de opinión, muestreos, estadísticas. Editorial, comentario, ensayo, columna, crítica. Crítica especializada.

## 32 TALLER: FOTOGRAFIA PERIODISTICA

Objetivos: Que el alumno desarrolle la competencia requerida para la incorporación de la imagen fotográfica a la representación de la realidad informacional.

Contenidos: La cámara fotográfica, proceso de revelado, la imagen periodística, la composición fotográfica. Criterios fotográficos informativos. El sensacionalismo en la fotografía de prensa. De Pulitzer a la actualidad, la fotografía de prensa actual. Fotografía de opinión y fotografía informativa. Fotomontaje. Secuencia fotográfica, recursos de la fotografía periodística, posibilidades de nuevas tecnologías.

### 10.3.3.B. NIVEL LICENCIATURA

#### 33. EPISTEMOLOGIA DE LAS CIENCIAS SOCIALES

Común Ver Pág,39.

#### 34. ANALISIS DE LA COMUNICACION I

35. ANALISIS DE LA COMUNICACION II Común Ver Pág.39.

#### 36. SEMINARIO: SEMIOTICA APLICADA

Objetivos: Proporcionar elementos teóricos y metodológicos para el análisis crítico y productivo del discurso de los medios y para detectar sus estrategias específicas.

Contenidos: en COMUNICACION GRAFICA

Prensa escrita y teoría de los discursos sociales: producción, recepción, regulación. El análisis en producción: tipos, géneros y estrategias. El discurso de la información y el efecto de verosimilitud. La imagen como documento en la prensa escrita.

Intertextualidad: citación explícita e implícita.

#### 37. DERECHO DE LA INFORMACION

Objetivos: Inserción de la información en el mundo del derecho, en el marco de una ciencia jurídica de la información que demuestre la superación de la libertad de expresión por el más amplio de derecho a la información como derecho humano. Visión de los problemas poyético y difusivo de las fuentes dentro del marco de los medios y de su específica regulación legal, teniendo en cuenta el papel del comunicador y la protección de los derechos personalísimos.

Contenidos: La libertad como marco necesario de los derechos humanos y del derecho de la información. Limitaciones institucionales y personales de la información,



regulación de los diversos medios en Argentina, la tarea moralizadora de los medios como parte necesaria de la moralización del derecho.

## SEMINARIO CURRICULARES PARA OPCIONALES ECONOMIA ARGENTINA CONTEMPORANEA

Objetivos: Favorecer la formación de una corriente de opinión y reflexión sobre los asuntos económicos, como una manera de conocer la propia realidad y de actuar en ella.

Contenidos: Fenómenos notables del contexto económico nacional actual, dentro del proceso de desenvolvimiento de la economía argentina en el mundo.

## ECONOMIA POLITICA Y COMUNICACION MASIVA

Objetivos: Que el alumno sepa analizar la articulación y la interdependencia entre las formas de producir, distribuir e intercambiar la riqueza material y las formas de comunicación en objetos de escala micro, meso y macroeconómica.

Contenidos: Los aportes de la Economía Política a la comprensión de la cultura y la comunicación de masas. El papel de la comunicación de masas en el sistema económico a escala micro y macro económico: funciones directas e indirectas. El complejo industrial de las comunicaciones; la organización transnacional de las comunicaciones. Las organizaciones comunicacionales como unidades económicas. Los productos comunicativos y culturales como mercancía. El público como mercancía. Las transformaciones producidas por el desarrollo de nuevas tecnologías. Posibilidades y modalidades de intervención pública.

## CRITICA ESTETICA APLICADA A LOS MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA

Objetivos: Reflexionar sobre la función de la crítica en los medios de comunicación; capacitar para el análisis crítico de variadas manifestaciones artísticas; ejercitar la práctica de la escritura crítica adecuada a los medios de comunicación.

Contenidos: El lenguaje del arte y el lenguaje crítico, problemas del gusto y la objetividad. El crítico como lector y como productor. Crítica e ideología. La crítica en los medios masivos de comunicación: géneros y formatos. La manipulación del receptor.

## PERIODISMO CIENTIFICO

Objetivos: Que los cursantes se inicien en una especialización dedicada a promover el acceso democrático del público al conocimiento científico y a la problemática concerniente a la valoración de la ciencia, mediante el tratamiento periodístico que demanda el material que los medios de comunicación recaban en institutos de investigación y en fuentes de información y documentación especializada.

Contenidos: Conceptos y objetivos del periodismo científico. Efectos e influencias que ejerce en diferentes clases de público. Procesos de traducción y re traducción referidos a la producción del conocimiento científico y al desarrollo de tecnologías. Tratamientos periodísticos especializados: planeamiento, documentación, redacción y presentación de informaciones científicas. Relaciones entre científicos y periodistas. Ética aplicada a la difusión y divulgación científica.

### 10.3.4. LICENCIATURA EN COMUNICACION SOCIAL con orientación en COMUNICACION RADIOFONICA

#### I.3.4.A. NIVEL INTERMEDIO: COMUNICADOR SOCIAL C/ORIENTACION EN COMUNICACION RADIOFONICA

25. DOCUMENTACION PERIODISTICA Común Ver Pág.45.

#### 26. TALLER: EXPRESION ORAL Y LOCUCION

Objetivos: Que el alumno alcance a diferenciar en su elocución la conformación de un texto literario, científico y periodístico. Que el alumno logre a través del continuo ejercicio expresivo una interpretación y expresión adecuada.

Que adquiera competencia en el manejo de los elementos técnicos y electrónicos que utilizará en su función profesional.

Contenidos: Caracteres de la lengua hablada. La voz. Elementos. Vocalización.

Entonación. Ritmo. Lectura Informativa. Lectura Literaria. El lenguaje oral en la Radio.

Exposición: métodos de elaboración. Conversación dirigida. Entrevistas. Reportajes. Formas de discusión en grupo. Rol de los conductores.

## 27. TALLER: SONIDO Y MUSICALIZACION

(Podrá ser cursada en la Escuela de Cine de la Facultad de Filosofía y Humanidades).

Objetivos: Capacitar operativamente para la realización del producto comunicacional sonoro; conocer las características del sonido como fenómeno físico y perceptivo y los criterios para su organización; capacitarse para el uso de recursos tecnológicos aplicados a la organización del universo sonoro en radiofonía.

Contenidos: Producción del sonido, propagación. Audición: umbrales de la sensación auditiva. Aparatos y sus funciones: micrófonos, fonocaptos, parlantes, auriculares.

Grabación magnética; grabación fonográfica. Toma de sonido. Sonomontaje.

Espacialización. Niveles de organización. Efectos semióticos del producto comunicacional sonoro.

## 28. PRODUCCION RADIOFONICA I (PERIODISMO RADIOFONICO)

Objetivo: Formación teórico-práctica del periodista en medio radiofónico.

Contenidos: Fuentes informativas (acceso e interpretación). Lenguaje periodístico radiofónico: redacción, guionado, producción de programa, programación del servicio informativo (flash, bol, panorama, comentario, crónica, revista oral, entrevista, mesa redonda).

## PRODUCCION RADIOFONICA II

Objetivo: Formación teórico-práctica para el uso del medio radiofónico en programas educativos, recreativos, de comunicación institucional y de comunicación alternativa.

Contenidos: Lenguaje específico: redacción, guionado, pautas de producción. Técnicas de indagación de campo (encuestas, entrevistas). Técnicas de producción: radiodramatización, entrevista en vivo, improvisación.

## 29. COMUNICACION EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

Común (con práctica diferenciada para cada medio). Ver Pág.46.

### 30. SEMINARIO: NUEVAS TECNOLOGIAS

Común Ver Pág.45. 10.3.4.B. NIVEL LICENCIATURA

### 32. EPISTEMOLOGIA DE LAS CIENCIAS SOCIALES Común ver Pág.39.

### 33. POLITICAS DE PROGRAMACION RADIOFONICA

Objetivos: Proveer de conocimientos teóricos y metodológicos para describir y evaluar las características dominantes del contenido de la radiodifusión y su influencia en la audiencia: el rol y el poder de la empresa en el mercado radiofónico.

Contenidos: políticas empresarias: incidencia de la comercialización de espacios en los criterios de programación. Políticas de programación en emisoras locales: análisis de programas y de audiencia. Políticas de sistemas de radiodifusión. Planificación de un sistema de comunicación radiofónico, necesidades e intereses de los oyentes.

### 34. ANALISIS DE LA COMUNICACION IOII Común Ver Pág.39.

### 35. SEMINARIO: SEMIOTICA APLICADA

Objetivos: Proporcionar elementos teóricos y metodológicos para el análisis crítico y productivo del discurso de los medios y para detectar estrategias específicas.

Contenidos: en COMUNICACION AUDIOVISUAL Y RADIOFONICA

Teoría y Análisis del discurso Audiovisual. La semiótica radiofónica y su/s discurso/s. Condiciones de producción y recepción. Las dimensiones simbólica, icónica e indicial. La narrativa audiovisual. El verosímil audiovisual y la ilusión representativa. La conversación audiovisual o el simulacro de comunicación. Estrategias enunciativas, la narratividad radial. El verosímil radial.

### 36. DERECHO DE LA INFORMACION

Común Ver Pág.47.

### 10.3.5. LICENCIATURA EN COMUNICACION SOCIAL con orientación en COMUNICACION AUDIOVISUAL

#### 10.3.5. A. NIVEL INTERMEDIO: COMUNICADOR SOCIAL C/ORIENTACION EN COMUNICACION AUDIOVISUAL

### 25. NARRACION TELEVISIVA I

Objetivos: Conocimiento del lenguaje específico del medio audiovisual y desarrollo de las destrezas correspondientes.

Contenidos: El lenguaje audiovisual (criterios de encuadre, escala de planos, angulaciones y movimientos de cámara): retórica de presentación de noticias; formas de presentación del espacio y del tiempo, la banda sonora. El discurso verbal, procedimientos de ensamblaje.

## 26. CONDUCCION PERIODISTICA EN TV

Objetivos: Desarrollar las habilidades y destrezas que requiere la conducción periodística en TV.

Contenidos: La voz y el cuerpo en la expresión del mensaje informativo. El arte de actuar ante la cámara. Formas de expresión verbal, interpretación, análisis y crítica de la información en medios audiovisuales.

## 27. PRODUCCION TELEVISIVA I (PERIODISMO AUDIOVISUAL)

Objetivos: Conocer los criterios de organización, planificación y ejecución del trabajo periodístico en medios audiovisuales.

Contenidos:-La concepción creativa y la concepción económica de la producción audiovisual. Planeamiento económico y planeamiento creativo de la producción. Construcción de la red informativa y la red tecnológica. Equipo de producción en los distintos formatos: telediario, programas con panel, servicio informativo, especial, prácticas de producción con temas de actualidad.

28. SEMINARIO: NUEVAS TECNOLOGIAS Común Ver Pág.45.

29. COMUNICACION EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA Común. Ver Pág.46.

## 30. POLITICAS DE PROGRAMACION EN TV

Objetivos: Proveer de conocimientos teóricos y metodológicos para describir y evaluar las características dominantes del contenido de la televisión, la técnica y estilo de presentación y su influencia en la audiencia; el rol y el poder de la empresa en el mercado audiovisual.

Contenidos: Políticas empresarias; incidencia de la comercialización de espacios en los criterios de programación. Publicidad, audiencia y mercados. Análisis de programas y

de audiencia. El medio y la audiencia, nuevos medios y nuevos mensajes, necesidades e intereses de los espectadores.

### 31. DERECHO DE LA INFORMACIÓN

Común. Ver Pág.47.

### 10.3.5.B. NIVEL LICENCIATURA 32 EPISTEMOLOGIA DE LAS CIENCIAS SOCIALES

Común. Ver Pág.39.

### 33. ANALISIS DE LA COMUNICACION I O II Común. Ver Pág.39.

### 34. NARRACION TELEVISIVA II

Objetivos: Continuar y ampliar las competencias adquiridas en I aplicando a campos de mayor complejidad.

Contenidos: Generación de ideas, características del argumento. Modelos de estructuras narrativa (lineal, flash-back, contrapunto, freso). División en secuencias y/ o bloques.

### 35 DIRECCION TELEVISIVA

Objetivo: Formar integralmente en todas las etapas de la producción en Televisión.

Contenidos: Posibilidades expresivas del lenguaje audiovisual (escenografía, iluminación, etc.). Montaje audiovisual. Puesta en escena (uni-cámara y multi-cámara).

Dirección de actores. Criterios de planificación y organización de la producción.

### 36. PRODUCCION TELEVISIVA II (DOCUMENTAL)

Objetivos: Aplicar las competencias adquiridas en I, a campos de mayor complejidad.

Contenidos: Selección de fuentes de documentación, planificación de material creativo, equipos artísticos y técnicos, estimación de presupuestos, coordinación de equipos multidisciplinarios (científicos, docentes, escritores, etc.), operación en multimedia.

### 39. SEMIOTICA APLICADA

Común. Ver Pág.46.

### 11. PAUTAS METODOLOGICAS

Las asignaturas de la curricula se orientan a objetivos específicos en el campo del conocimiento al que se refieren; por lo tanto, el proceso de aprendizaje que implica su desarrollo incorpora actividades teórico-prácticas que suponen un contacto con la

realidad inherente a la disciplina. En todos los aspectos en que sea posible, se establecen las relaciones pertinentes con la problemática de la comunicación social.

a) Las asignaturas desarrollan conocimientos y habilidades que se incorporan a la práctica programada en el Taller de cada uno de 1 os cursos del Ciclo Básico. Ello requiere la intervención de un coordinador a nivel horizontal, que puede ser el profesor titular del Taller, o uno de los profesores del mismo curso con dedicación exclusiva, o un docente del gabinete pedagógico. Se requiere del coordinador adecuada formación teórica y experiencia en prácticas profesionales de comunicación social.

b) Las asignaturas se caracterizan por contenidos que participan en líneas curriculares o áreas, estas son: Área Teórica de Comunicación Social, Área Práctica de Comunicación Social, Área Histórico-Cultural, Área Política y Económica y Área de Formación Básica en Ciencias Sociales. A dichas áreas se agrega en el Ciclo Profesional, las áreas de cada especialidad.

Siendo uno de los objetivos la integración de los contenidos y el enfoque interdisciplinario, se requiere la intervención de un coordinador de área, que considere los programas de las materias relacionadas por área a nivel horizontal y vertical, y que en reuniones con los docentes del área proponga innovaciones, cursos complementarios, proyectos de investigación, actividades de extensión, etc.. Participa También de tal actividad el coordinador de Taller.

## 12. EVALUACION DEL PLAN

Los coordinadores a) y b), en interrelación con los docentes de su área respectiva son los responsables de la evaluación del plan en su primera etapa de aplicación. Con técnicas adecuadas preparan cuestionarios o guías de trabajo grupal a partir de cuyos resultados se realiza un estudio crítico con intervención de todos los docentes y de representantes estudiantiles. Dicha actividad se programa como jornadas de evaluación, al finalizar el primer año de aplicación del Plan. Las modificaciones que surjan podrán ser puestas en práctica en el año siguiente. Cada año se repite el proceso, por curso. Al finalizar el tercer año se evalúa el Ciclo Básico. Puede surgir de ello un criterio de modificación del proyecto para el Ciclo Profesional. Este será

evaluado al finalizar el quinto año. Al respecto se tendrá en cuenta especialmente la viabilidad de las materias opcionales, en particular las opciones "abiertas".

#### D. INSTRUMENTACION DEL PLAN

##### 13. ARTICULACION CON EL PLAN ANTERIOR 13.1.

La obligatoriedad del plan regirá para los alumnos que empiecen sus estudios en el año en que dicho plan entra en vigencia y en adelante.

Situación de los alumnos que hayan comenzado sus estudios con otro plan (Ord. N 11/78):

- a) En el primer año de aplicación del Plan y sólo en esa oportunidad los alumnos que están cursando segundo o tercer año del plan anterior pueden acceder al nuevo, previo reconocimiento de las equivalencias que se indican en 13.2; para rendir (o cursar) las asignaturas que no tengan equivalentes en el plan 11/78 se respetarán los plazos reglamentarios ordinarios. Sólo en el caso de los Talleres se exige el cursado, ya que no se pueden rendir en condición de libres.
- b) Los egresados del Plan Ord. N11/78 con el Título de Técnico en Comunicación Social podrán acceder al título de Licenciado en Comunicación Social del presente plan: se les dará por aprobado el Ciclo Básico del presente plan y podrán cursar cualquiera de las Orientaciones del Ciclo Profesional, previo reconocimiento de las equivalencias de materias cuando las hubiere, (cfr. 13.3).
- c) Los egresados del Plan Ord. 11 /78 con el Título de Licenciado en Comunicación Social pueden cursar una de las Orientaciones del Ciclo Profesional del presente plan y obtener la certificación correspondiente. Les serán reconocidas las materias equivalentes que hubiere.

##### 13. 2 REGIMEN DE EQUIVALENCIAS CON EL PLAN ORD. 11/78

###### CICLO BASICO

ASIG. DEL PRESENTE PLAN

ASIG. DEL PLAN ORD. 11/78

02. Historia Social Contemporánea.

03. Introducción a la Com. Social.

04. Teoría del Conoc. y Lógica.



05. Economía y Comunicación.
  06. Psicología y Comunicación.
  07. Teorías Sociológicas I
  08. Lenguaje I y Prod. Gráfica.
  09. Tecn. de estudio y trabajo Inst.
  10. Psicología Social.
  11. Teorías Sociológicas I.
  12. Informática Básica Aplicada.
  13. Lingüística.
  14. Teorías de la Comunicación I.
  15. Historia Argentina Contemporánea.
  16. Lenguaje II y Prod. radiofónica.
  17. Teorías de la Comunicación II.
  18. Antropología Socio-Cultural.,
  19. Mov. Estéticos y Cultura Argentina.
  20. Semiótica.
  21. Política y Comunicación.
  22. Metodología de la Inv. Aplicada.
  23. Lenguaje III y Prod. Audiovisual. Informática Básica Aplicada II.
- Teoría de la Comunicación. Elementos de Filosofía y Lógica. Introd. a la Economía.  
 Psicología Social. Sociología. Periodismo I.  
 Psicología Social. Sociología.  
 Introd. a la Informática. Lingüística Gral. y Aplicada.  
 H. de la Inst. y de la Cult. Arg. Periodismo III.  
 Sistemas Culturales. Literatura Argentina. Teoría Semiológica Gral. Ciencias Políticas.  
 Teoría y Metod. de la Inv. Cient. Periodismo IV. Diagram. Lógica y Leng. de Comp.

#### CICLO PROFESIONAL

ASIG. DEL PRESENTE PLAN

ASIG. DEL PLAN ORD. 11/78

(Se citan sólo las asignaturas que tiene equivalentes en el Plan Ord.  
 11/78)

25.	28.	Epistemología de las C. Sociales.	Teoría e Hist. de las Ciencias.
		Comunicación Institucional.	Relac. Humanas y Públicas.
		Redacción Periodística I (Period. Interpretativo). Redacción	Periodismo II.
		Periodística II (Period. de Opinión).	Periodismo V.
		Com. en Publicidad y Propaganda.	Comunicación Publicitaria.
		Derecho de la Información. Sem.:	Legislación de la Com. Economía
		Economía Argentina Contemp.	Argentina.

## PLAN DE ESTUDIOS

### 14. CONSIDERACIONES PRESUPUESTARIAS.

La actual planta docente de la E.C.I. está en condiciones de satisfacer los requerimientos del Ciclo Básico ya que están formadas las Cátedras de la mayor parte de las materias que lo componen.

La diferencia fundamental radica en la relevancia que adquieren en el nuevo proyecto los Talleres de Lenguaje y Producción Gráfica ("1 año), Radiofónica (2 año) y Audiovisual (3 año). Aunque existen las cátedras correspondientes, éstas no podrían satisfacer en su composición actual, las exigencias de la metodología de taller. Esta requiere mayor número de docentes (habría que agregar 5 JTP por curso a los que hay actualmente) y un incremento importante en el equipamiento de los gabinetes respectivos.

Más aún, el criterio de trabajo inter-relacionado a través de un coordinador, plantea también la necesidad de que al menos 1 cargo de Titular de cada año sea promovido a D.E.

Expte. 42-93-417 5.

CÓRDOBA, 1 7 NOV 1993

VISTO la Resolución nº 236/93 del H. Consejo Superior por la que se aprueba el Nuevo Plan de Estudios para la Carrera de Licenciatura en Comunicación Social de la Escuela de Ciencias de la Información; atento lo expresado por la citada Unidad Académica, en el sentido de que en el punto 9.3.1 -fs.86- del anexo de la citada Resolución se ha consignado un error,

EL RECTOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE CORDOBA

R E S U E L V E:

ARTICULO 1. . – Modificar el anexo de la Resolución 236/93 del H. Consejo Superior en el punto 9.3.1, en el sentido de que donde dice: INVESTIGACION Y PLANEAMIENTO DE LAS CIENCIAS SOCIALES, debe decir: INVESTIGACION Y PLANEAMIENTO EN COMUNICACION SOCIAL, de conformidad a la planilla confeccionada por la Escuela de Ciencias de la Información obrante a fojas 1.32 .

ARTICULO 2. Por la oficina de Protocolizaciones agréguese copia del nuevo Plan de Estudios formando parte integrante de la presente Resolución.

ARTICULO 3. Tome razón el Departamento de Actas, comuníquese y pase para su conocimiento y efectos a la Escuela de Ciencias de la Información. Previamente dese cuenta al H. Consejo Superior.

Dr. Francisco Delich

Rector Universidad Nacional de Córdoba

Dr. Armando José Gutiérrez

Secretario General

Universidad Nacional de Córdoba

Resolución N°: 2037