

Universidad Nacional de Córdoba
Escuela de Ciencias de la

PLAN DE
ESTUDIOS
1993

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 BÁSICO

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

SEGUNDO AÑO	Hs. Sem.	Correl.
Primer Cuatrimestre		
10. Psicología Social 11. Teorías Sociológicas II 12. Taller: Informática Básica Aplicada.	4 4 5	07/08 08 05
Segundo Cuatrimestre		
13. Lingüística 14. Teorías de la Comunicación I 15. Historia Argentina Contemporánea * Taller: Informática Básica Aplicada II (Opt).	5 5 5 2	05/09 10/11 03 12
Taller Anual		
16. Lenguaje II y Producción Radiofónica.	6	04/09

NOTA: * 24. Optativo.

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

NOTA: * 24. Optativo.

9.3. CICLO PROFESIONAL

9.3.1. LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

**CON ORIENTACIÓN EN:
INVESTIGACIÓN Y PLANEAMIENTO DE LAS CIENCIAS SOCIALES**

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

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

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 COMUNICACIÓN SOCIAL

CON ORIENTACIÓN EN: COMUNICACIÓN GRÁFICA

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

CUARTO AÑO	Régimen	Hs. Sem.
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

B. NIVEL DE LICENCIATURA

QUINTO AÑO	Régimen	Hs. Sem.
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.

9.3. CICLO PROFESIONAL

9.3.4. LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

CON ORIENTACIÓN EN: COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA

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

CUARTO AÑO	Régimen	Hs. Sem.
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

B. NIVEL DE LICENCIATURA

QUINTO AÑO	Régimen	Hs. Sem.
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 COMUNICACIÓN SOCIAL

CON ORIENTACIÓN EN: COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

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

CUARTO AÑO	Régimen	Hs. Sem.
25. Narración Televisiva I.	Anual	4
26. Conducción Periodística en TV.	Cuatn	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

B. NIVEL DE LICENCIATURA

QUINTO AÑO	Régimen	Hs. Sem.
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. Seni.: Semiótica Aplicada.	Cuatr.	5
40. Sem.: TRABAJO FINAL	Cuahv	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 COMUNICACIÓN SOCIAL

CON ORIENTACIÓN EN: COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

A. NIVEL INTERMEDIO: COMUNICADOR INSTITUCIONAL

CUARTO AÑO	Régimen	Hs. Sem.
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
30. 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

B. NIVEL DE LICENCIATURA

QUINTO AÑO	Régimen	Hs. Sem.
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.	Anual	8
Examen de Idioma: Francés, Italiano o Alemán.		

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.).

10. CARACTERIZACIÓN DE LAS ASIGNATURAS

Según lo establecido en Resolución Rectoral N° 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. INTRODUCCIÓN A LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

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. TÉCNICAS DE ESTUDIO Y COMPRENSIÓN 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 BÁSICO

03. HISTORIA SOCIAL CONTEMPORÁNEA

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. INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN 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. TEORÍA DEL CONOCIMIENTO Y LÓGICA

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. ECONOMÍA Y COMUNICACIÓN

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. PSICOLOGÍA Y COMUNICACIÓN

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. TEORÍAS 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 IY PRODUCCIÓN GRÁFICA

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.-GRAMÁTICA:

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.- PRODUCCIÓN GRÁFICA:

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. PSICOLOGÍA 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. TEORÍAS 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: INFORMÁTICA BÁSICA 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. LINGÜÍSTICA

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 pragmalingüística.

14. TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN 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 CONTEMPORÁNEA

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 INFORMÁTICA BÁSICA 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 Y PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA (TALLER)

Objetivos comunes a los tres talleres (ver 08).

Objetivos específicos:

A.-EXPRESIÓN 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.-PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA.

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. TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN II r^

Objetivos: ídem 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. ANTROPOLOGÍA 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, narrativo, argumentativo y retórico. 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: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN 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 III Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL (TALLER)

Objetivos comunes a los tres talleres (ver 08). Objetivos específicos: A.-

EXPRESIÓN 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.-PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Que el alumno adquiera 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 COMUNICACIÓN SOCIAL CON ORIENTACIÓN EN INVESTIGACIÓN Y PLANEAMIENTO DE LAS C.S.

25. EPISTEMOLOGÍA 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. ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN I Y II

Objetivos: Apropiación 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 CONTEMPORÁNEA

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. PLANIFICACIÓN Y EVALUACIÓN 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: TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN 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: ANÁLISIS 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. POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN 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 COMUNICACIÓN SOCIAL con orientación en COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

10.3.2.A. NIVEL INTERMEDIO: COMUNICADOR INSTITUCIONAL

25. ANÁLISIS INSTITUCIONAL I (PSICOLOGÍA 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. ANÁLISIS INSTITUCIONAL II (SOCIOLOGÍA Y ANTROPOLOGÍA 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 COMUNICACIÓN 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. COMUNICACIÓN 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: TEORÍA Y TÉCNICAS 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 el 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 PUBLICAS

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. EPISTEMOLOGÍA DE LAS CIENCIAS SOCIALES

Común Ver Pág.39.

31 y 35. ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN IY II

Común Ver Pág.39.

SEMINARIOS CURRICULARES PARA LAS OPCIONALES

COMUNICACIÓN 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.

COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

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.

COMUNICACIÓN 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 de acciones; efectos, perfil de las comunicaciones de Mercadotecnia.

ANÁLISIS DEL DISCURSO

Común ver Pag.40.

10.3.3. LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL con orientación en COMUNICACIÓN GRÁFICA

10.3.3.A. NIVEL INTERMEDIO: COMUNICADOR SOCIAL C/ORIENTACIÓN EN COMUNICACIÓN GRÁFICA

25 DOCUMENTACIÓN PERIODÍSTICA

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 el Periodismo de Investigación.

26. REDACCIÓN PERIODÍSTICA 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: COMUNICACIÓN 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.

28. SEMINARIO: NUEVAS TECNOLOGÍAS

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 PRODUCCIÓN GRÁFICA

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. COMUNICACIÓN 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, RR.PP.) y no comerciales: propaganda y publicidad política. Campañas de propaganda política.

31 REDACCIÓN PERIODÍSTICA 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: FOTOGRAFÍA PERIODÍSTICA

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. EPISTEMOLOGÍA DE LAS CIENCIAS SOCIALES

Común Ver Pág.39.

34. ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN I

35. ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN II

Común Ver Pág.39.

36. SEMINARIO: SEMIÓTICA 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 COMUNICACIÓN GRÁFICA

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 INFORMACIÓN

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 poético 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

ECONOMÍA ARGENTINA CONTEMPORÁNEA

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 inundo.

ECONOMÍA POLÍTICA Y COMUNICACIÓN 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.

CRÍTICA ESTÉTICA APLICADA A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN 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 CIENTÍFICO

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 retrotraducción 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 COMUNICACIÓN SOCIAL con orientación en COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA

I.3.4.A. NIVEL INTERMEDIO: COMUNICADOR SOCIAL C/ORIENTACIÓN EN COMUNICACIÓN RADIOFÓNICA

25. DOCUMENTACIÓN PERIODÍSTICA

Común Ver Pág.45.

26. TALLER: EXPRESIÓN ORAL Y LOCUCIÓN

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, fonocaptore, parlantes, auriculares. Grabación magnética; grabación fonográfica. Toma de sonido. Sonomontaje. Espacialización. Niveles de organización. Efectos semióticos del producto comunicacional sonoro.

28. PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA I (PERIODISMO RADIOFÓNICO)

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).

PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA 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. COMUNICACIÓN EN PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

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

30. SEMINARIO: NUEVAS TECNOLOGÍAS

Común Ver Pág.45.

10.3.4.B. NIVEL LICENCIATURA

32. EPISTEMOLOGÍA DE LAS CIENCIAS SOCIALES

Común ver Pág.39.

33. POLÍTICAS DE PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA

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. ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN I O II

Común Ver Pág.39.

35. SEMINARIO: SEMIÓTICA 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 COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y RADIOFÓNICA

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 INFORMACIÓN

Común Ver Pág.47.

10.3.5.B. NIVEL LICENCIATURA

32 EPISTEMOLOGÍA DE LAS CIENCIAS SOCIALES

Común. Ver Pág.39.

33. ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN I O II

Común. Ver Pág.39.

34. NARRACIÓN 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 DIRECCIÓN 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. PRODUCCIÓN 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. SEMIÓTICA APLICADA

Común. Ver Pág.46.