

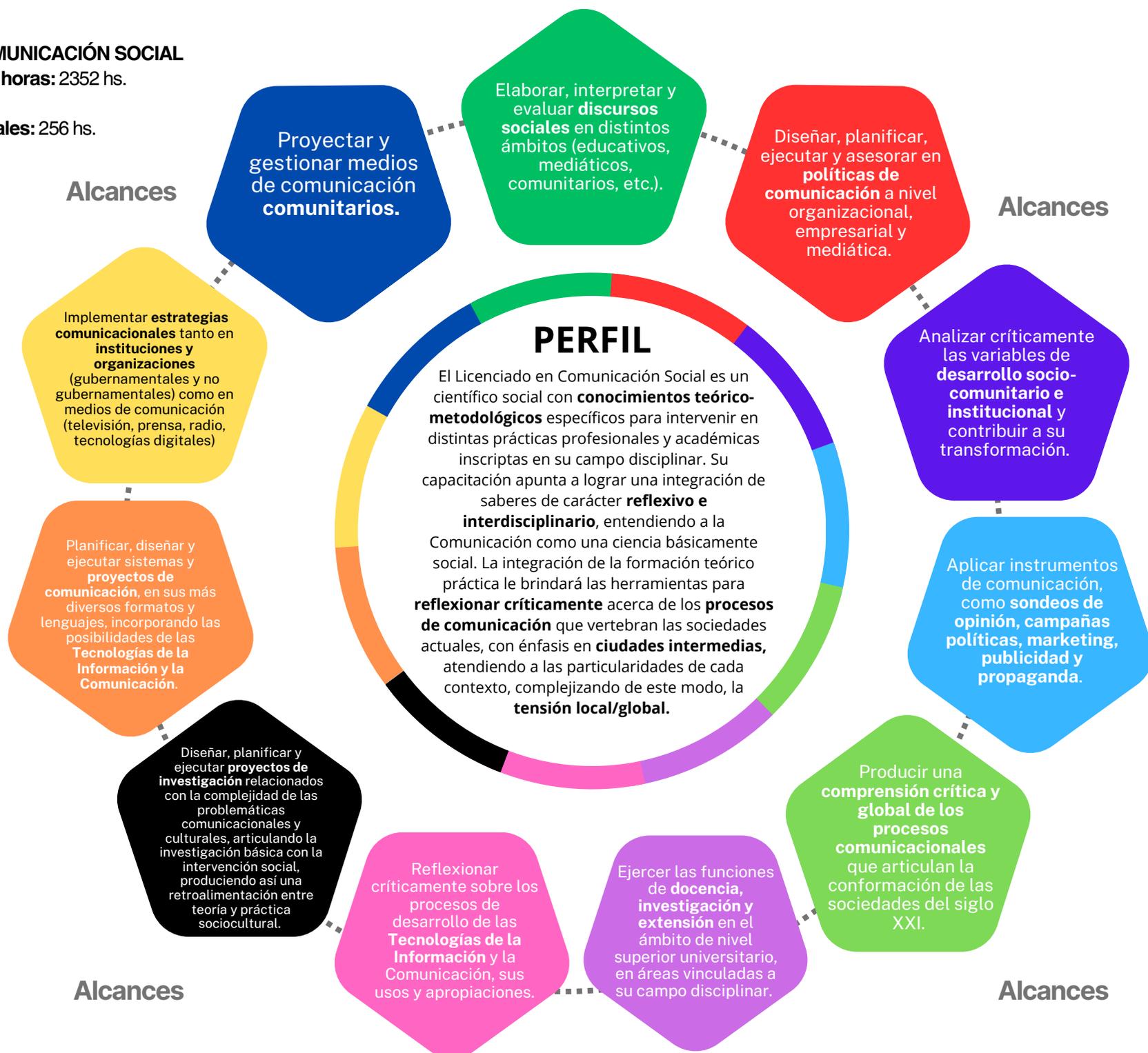
# LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

Total de Asignaturas en horas: 2352 hs.

Idioma: 128 hs.

Prácticas Pre-profesionales: 256 hs.

Total de horas: 2736 hs.



# Carrera: Lic. en Comunicación Social (Plan 2014)- Área: formación básica

Asignatura	Contenidos Mínimos	Año	Cua tri	HS.
<b>Problemas de Teoría Social</b>	<p>La transición del Feudalismo al Capitalismo. Antecedentes pre-renacentistas del pensamiento moderno. El problema de la alteridad y los modelos ideológicos para representar la Otredad en Europa. Controversias filosóficas y políticas en relación al dominio colonial. El Renacimiento en Maquiavelo y la reflexión secular sobre el poder. La reforma protestante, mercantilismo, absolutismo y racionalismo. La Filosofía del Iluminismo y la Revolución Francesa como expresión de la crisis de la sociedad estamental. Hobbes Locke y Rousseau: La sociedad como construcción social vs el evolucionismo del modelo aristotélico. El positivismo y los problemas del orden y progreso: tensiones entre la Tradición y la Modernidad. Racionalismo, empirismo y la síntesis kantiana. Hegel y la filosofía como expresión de la Razón Universal. La reacción romántico-conservadora. Louis de Bonald y Joseph de Maistre. La filosofía conservadora y el surgimiento de la Sociología. Saint-Simon y su concepción evolucionista de la historia. Augusto Comte: el método positivo aplicado a los fenómenos sociales. Karl Marx: materialismo histórico y dialéctico. Análisis y crítica a la sociedad capitalista. El proceso de alienación y el fetichismo de la mercancía. Teoría de la explotación y praxis revolucionaria. Emile Durkheim: La objetividad de lo social y la naturaleza cambiante del orden. La importancia de la división del trabajo en la sociedad moderna. Anomia e individualismo. Las reglas del método sociológico y la especificidad de la ciencia en las sociedades modernas. Max Weber: La Escuela Histórica Alemana y la especificidad del análisis social. La impronta neokantiana. Los debates sobre la objetividad en Ciencias Sociales. Críticas al positivismo y al marxismo vulgar. El proceso de racionalización en Occidente. Los tipos de dominación. Desencantamiento del mundo y burocratización. Sociedad y la cultura de masas. La lectura parsoniana de Durkheim. Los fenómenos comunicativos y el análisis de la Escuela de Frankfurt. La teoría crítica y su vinculación con los paradigmas clásicos.</p>	1	A	128
<b>Taller de Producción de Textos</b>	<p>Oralidad, lectura y escritura en el ámbito académico. La oralidad. Características y alcances de la oralidad primaria y secundaria. La lectura. Modelo cognitivo-interactivo de lectura de van Dijk y Kintsch. La escritura como herramienta intelectual, como tecnología y como práctica social. Proceso de escritura. Modelo cognitivo de Hayes y Flower: el problema retórico, procesos de planificación, puesta en texto y revisión. La escritura como transformación del conocimiento: modelo de Scardamalia y Bereiter. El texto: microestructura, macroestructura, superestructura, proyección semántica. Cohesión, coherencia y adecuación del texto. El discurso. Los géneros discursivos. Secuencias textuales. El texto expositivo: rasgos, recursos retóricos y estilísticos. La narración: historia y relato. Intertextualidad y polifonía. La argumentación. Retórica clásica. Retórica contemporánea. Las técnicas argumentativas, recursos y procedimientos. Producción y análisis de la dispositio. Textos científicos: ensayo y monografía.</p>	1	A	96
<b>Ciencia y Sociedad</b>	<p>Origen histórico y desarrollo de la ciencia moderna. Técnica y tecnología, ciencia y capitalismo en la Modernidad. El nacimiento de las Ciencias Sociales a la luz de las Naturales. Los problemas epistemológicos en Marx, Durkheim y Weber. Los debates entre el positivismo y el historicismo para comprender la sociedad. Conceptualización y clasificación de las ciencias. Elementos comunes en las prácticas científicas: hipótesis, leyes, método y contrastación. Las grandes corrientes del pensamiento epistemológico: Círculo de Viena, el falsacionismo popperiano y lakatosiano, aportes de la historia de la ciencia kuhniiana. La Escuela Epistemológica Francesa: Bachelard y Foucault. Problemáticas de validación en la producción científica de las Ciencias Sociales. El giro interpretacionista en Ciencias Sociales. Hermenéutica y doble hermenéutica en Ciencias Sociales. Las prácticas científicas y las prácticas sociales en Bourdieu. El problema de la interpretación y la objetividad en Ciencias Sociales. Debates en torno a la organización del campo científico. Implicancias sociales y éticas de la ciencia.</p>	1	1°	64

# Carrera: Lic. en Comunicación Social (Plan 2014)- Área: formación básica

Asignatura	Contenidos Mínimos	Año	Cua tri	HS.
<b>Fundamentos de Antropología</b>	Ubicación de la Antropología en el campo de las Ciencias Sociales. Ramas de la Antropología: Antropología Social o Cultural, Arqueología, Antropología Lingüística, Antropología Biológica, Antropología Forense. Antropología aplicada. El trabajo de campo en las diferentes ramas: la etnografía como perfil metodológico distintivo, la prospección y excavación arqueológica, etc. Proceso de hominización. Teorías evolutivas en biología. Conceptos fundamentales del análisis antropológico de la sociedad y la cultura. La cultura como sistema adaptativo. Etnocentrismo y relativismo cultural. Estereotipos, prejuicios, racismo, etnicidad, estigmatización y discriminación. Economía, sexualidad, reproducción y parentesco. El proceso cultural a través del tiempo. Debates actuales.	1	1°	64
<b>Historia Social Argentina y Latinoamericana</b>	América colonial. Revolución, guerra y ensayos de organización estatal. Consenso y coerción en el establecimiento del Estado nacional argentino. Alternativas y proyectos en torno a la configuración de la Nación Argentina. Componentes centrales de los proyectos de dominación oligárquica. La modernización económica y los nuevos actores sociales y políticos. Nuevas condiciones y demandas de la economía internacional. Las economías de exportación en América Latina. La etapa radical. Modernización, clases medias y movilidad social. Los conflictos obreros. Los intentos desestabilizadores. La democratización en Latinoamérica: vías revolucionarias y reformistas. De la crisis de 1930 a la prosperidad de la pos-guerra. La crisis y la industrialización por sustitución de importaciones. El nuevo rol del Estado en la economía. Los gobiernos conservadores y las transformaciones del escenario político. El impacto de la Gran Depresión en América Latina y los populismos. La explosión demográfica y la formación de una sociedad de masas. El ascenso del peronismo. La economía peronista. La exacerbación de los conflictos y el derrocamiento de Perón. Los años sesenta en Argentina. La inestabilidad político- institucional. Estado autoritario, modernización económica, protesta social y transformación ideológica- cultural América latina entre la revolución y la reacción. Las transformaciones socioculturales de las décadas de 1960 y 1970. La "nueva izquierda" en América latina. La política norteamericana de "contención del comunismo". Fuerzas Armadas, sociedad y política: la oleada militarista. La última dictadura militar en Argentina. Transformaciones sociales y desarticulación de la clase trabajadora. Política financiera y endeudamiento externo. Crisis y fin del régimen militar: conflictos internos y guerra de Malvinas La transición democrática en el ocaso de la "Guerra Fría". El proceso de democratización en el Cono Sur. El "neoliberalismo". Desempleo, pobreza y marginalidad social. La retracción de la ciudadanía política y los nuevos movimientos sociales.	1	2°	64

# Carrera: Lic. en Comunicación Social (Plan 2014)- Área: socio-contextual

Asignatura	Contenidos Mínimos	Año	Cua tri	HS.
<b>Historia de las Manifestaciones Simbólicas</b>	Se propone un análisis comunicacional de prácticas simbólicas a partir del vínculo entre experiencia histórica y visibilidad. Se entiende que el enfoque comunicacional debe articular los aportes de diferentes disciplinas: filosofía, sociología del arte, estudios literarios, historia, semiótica, etc. con el objeto de producir una descripción densa de las prácticas culturales a partir de sus condiciones materiales. Lastemáticas a abordar son: la Modernidad como proceso de configuración de las sociedades burguesas europea y latinoamericana; el arte en tanto régimen de representación social; las tensiones entre alta cultura y cultura popular, los géneros y los estilos, las tradiciones y las rupturas de las tradiciones	3	A	128
<b>Lingüística</b>	Genealogía de los estudios sobre el lenguaje. La premodernidad en Lingüística. Familias lingüísticas: clasificación de las lenguas según su estructura interna. La reflexiones sobre el lenguaje. Modelos gramaticales. Subcampos de la gramática. Principales corrientes lingüísticas del siglo XX. Las bases del Estructuralismo Europeo: Ferdinand de Saussure. Estudio científico del lenguaje. El modelo binario, lengua y habla, concepto de signo. Las corrientes postestructuralistas: Escuela de Praga y Escuela de Copenhague. Louis Hjelmslev: la Glosemática. Roman Jakobson. Funciones del lenguaje, de Jakobson a Halliday. El estructuralismo norteamericano: relaciones entre lenguaje, pensamiento y cultura en las concepciones de Sapir. Principales lineamientos de la teoría de Chomsky: la gramática universal y la gramática generativa.	3	1°	64
<b>Análisis del Discurso</b>	El problema del discurso. El enunciado como unidad de análisis. Las características del enunciado según Bajtín. Los géneros: primarios y secundarios. Otras corrientes lingüísticas actuales. Lingüística textual. Revisión: microestructuras, macroestructuras, superestructuras. Coherencia y cohesión. La textura discursiva. El problema del significado. La Pragmática. Los filósofos del lenguaje: Austin y Searle. Actos de habla directos e indirectos. Teoría de la Enunciación. El aparato formal de la enunciación: shifters y modalidades. La tipología de los discursos. Lector Empírico y Lector Modelo. El modelo semio-estructuralista de análisis: el texto y sus condiciones de producción. Análisis crítico de textos de distinto género y soporte (académicos, periodísticos, políticos, narrativos, etc.).	3	2°	64
<b>Problemas Sociopolíticos del Siglo XX</b>	Conceptualizaciones: liberalismo, neoliberalismo, conservadurismo, neoconservadurismo, nacionalismo, anarquismo, sindicalismo, socialismo, comunismo, totalitarismo, fascismo, nazismo, autoritarismo, falangismo, derecha-centro e izquierda, democracia, socialdemocracia, capitalismo, estalinismo, populismo, fundamentalismo, neocolonialismo, imperialismo. El imperialismo. La primera guerra mundial. La revolución rusa. La sociedad de masas y de consumo. La crisis económica mundial de 1929. La crisis política del liberalismo. El debate en torno a la cultura masiva y las identidades culturales. El surgimiento de los fascismos. La segunda guerra mundial. Dimensiones culturales de la política. El estado de bienestar. La guerra fría. Conflicto y crisis sociales. La cultura, cultura de consumo y medios de comunicación. El proceso de descolonización. Los neoconservadurismos. La caída del muro de Berlín. La globalización. Democracia y globalización. Principales desarrollos científicos y tecnológicos. Cultura y tecnología en la sociedad industrial. El Estado y la globalización.	3	2°	64
<b>Semiótica de los Medios</b>	La semiótica como herramienta teórico-metodológica. Se trataran los procedimientos de significación a partir de las siguientes dimensiones analíticas: la enunciación audiovisual; la ficción / no ficción; los géneros; los dispositivos de producción. Estas problemáticas se abordaran a partir de los discursos sociales mediatizados en tanto "horizontes de expectativas" cotidianos en el contacto contemporáneo con la información, la ficción, el consumo y el entretenimiento.	4	1°	64

# Carrera: Lic. en Comunicación Social (Plan 2014)- Área: socio-contextual

Asignatura	Contenidos Mínimos	Año	Cua tri	HS.
<b>Historia Social de los Medios</b>	Modificación de los medios y sistemas de comunicación en articulación con los contextos políticos, económicos, sociales y culturales internacionales, regionales y nacionales. Factores que rodean el surgimiento de los medios de comunicación. Las formas de control del discurso público. Medios hegemónicos y formas contraculturales. Visión histórica de la comunicación masiva como hecho social global. Las industrias culturales como dispositivos simbólicos que contribuyen a la creación de sentido. Surgimiento de la prensa periódica, la radio y la televisión. Usos políticos de los medios de comunicación masiva. El rol de la información y la comunicación en procesos emancipatorios. Los riesgos profesionales del periodismo. La cultura como hipótesis de conflicto en contextos de Terrorismo de Estado. La industria del entretenimiento. Satélites, Internet y los medios digitales. El impacto tecnológico sobre la prensa y la cultura. Medios de bajo alcance, comunitarios y alternativos. Aspectos de la dependencia económica y cultural.	4	2°	64
<b>Comunicación y Género</b>	Recorrido de la relación entre comunicación y género. Concepto de Patriarcado: definiciones. La teoría de género: origen y principales postulados. Surgimiento académico de la perspectiva de género. La conformación del sistema sexo/género como categoría relacional y analítica; revisiones. La dimensión cultural de la diferencia sexual. Activismo feminista, política y agenda pública. Diversidad sexual y políticas de identidad. Estereotipos sociales. Violencia de género: física, psicológica, sexual, económica y patrimonial y simbólica; modalidades: violencia mediática. Comunicación audiovisual y gráfica desde la perspectiva de género. Género, comunicación y Derechos Humanos. Factores socioculturales que promueven y sostienen la desigualdad de género. Análisis de género como herramienta de comunicación. Utilización de lenguaje inclusivo.	5	2°	64
<b>Economía Política</b>	La Economía en el campo de las Ciencias Sociales. Principales corrientes teóricas de la Economía Política. El debate ciencia – ideología. La Globalización y las crisis mundiales del capitalismo. El rol del Estado y la intervención económica. Análisis de la reconversión tecnológica. Adquisición de los conceptos instrumentales básicos de Cuentas Nacionales. Macro y microeconomía. El Estado y la economía argentina: regímenes de acumulación económico-social. Auge y decadencia del ciclo neoliberal y la crisis de 2001. Debates en torno a la economía argentina actual. Economía, política y medios de comunicación. Los medios de comunicación de masas y su importancia en la reproducción económica. Economía de las industrias culturales: producción y mercancía cultural en tiempo de la convergencia de medios.	5	1°	64
<b>Usos Sociales de la Tecnología</b>	Definiciones sobre la técnica y la tecnología desde el campo de la comunicación y la cultura. Historia y arqueología de la construcción simbólico-técnica del mundo. Las Tecnologías de la información y la Comunicación (TIC) como campo problemático y su carácter social. Distintas perspectivas acerca de las relaciones tecnología/sociedad. Determinismo, capitalismo tardío. Convergencia digital e hipermedia. Sociedad de la Información y del Conocimiento. La "brecha digital". Los interrogantes en torno a las mediaciones tecnológicas: los conceptos de acceso, uso y apropiación. Las TIC en América Latina y en la Argentina: las políticas públicas de inclusión digital. Los debates acerca de las identidades sociales y las formas alternativas de ciudadanía. La investigación de los usos sociales de la tecnología: condiciones y posibilidades en el contexto de emergencia.	5	2°	64

**Carrera:** Lic. en Comunicación Social (Plan 2014)- **Área:** formación específico profesional- **Sub-Área:** Comunicación y Medios

Asignatura	Contenidos Mínimos	Año	Cua tri	HS.
<b>Taller de Lenguajes I (TIC)</b>	Conceptos básicos: de la Web 1.0 a la Web 2.0. La Web 2.0 y el modo de socialización telemático. Tecnologías de la Información y la Comunicación. Conceptos de interactividad, desarrollo de vínculos y conexión. Movilidad, ubicuidad y velocidad de la información. El medio interactivo: dinámica, accesibilidad, navegación. Acerca de la comunicación con audio y video. El valor de la imagen en la comunicación 2.0. Medios y mediaciones tecnológicas. Blogs, microblogs, wikis, redes sociales temáticas y entornos colaborativos. Comprensión y armado de una estructura comunicacional. Procesamiento de información, elaboración y optimización de contenidos. Instrumentación y herramientas de programación para un armado web. Servicios para crear blogs y microblogs gratuitos. El juego: entretenimiento y aprendizaje. La convergencia multimedial.	2	1°	48
<b>Taller de Lenguajes II (Comunicación Radial)</b>	La historia de una tecnología y el nacimiento de un nuevo medio de masas. El lenguaje radiofónico: el valor del sonido. Producción de sentido. La palabra oral, la música, el silencio y los efectos sonoros: su funcionamiento y reglas de organización en el interior del texto radiofónico. El guión radiofónico como organizador de las ideas. Los géneros radiofónicos: tipologías. Criterios de producción y puesta al aire. La noticia radiofónica: boletines informativos, flashes, panoramas informativos, crónicas, informes y reportajes radiofónicos Principios básicos de la edición digital. Manejo de programas de procesamiento de sonidos y de edición multipista.	2	1°	48
<b>Taller de Lenguajes III (Comunicación Radial)</b>	El sistema radiofónico: legislación. Los usos del medio. La organización de la empresa radiofónica. Ejemplos del marco internacional y nacional. Formulación de proyectos radiofónicos para implementar en el área de influencia de la Universidad. Los géneros radiofónicos: tipologías. Criterios de producción y puesta al aire. El comentario radiofónico. La investigación periodística. La charla radiofónica. El radiodrama. Documentales. El panel. La mesa redonda. Las campañas radiofónicas. Los spots promocionales y/o publicitarios. Criterios estéticos y artísticos de la radio. Radio en internet y radio por internet. Nuevas y posibles modalidades de la programación radiofónica y de los géneros radiofónicos en la radio por internet. Producción y experimentación de formatos y usos del lenguaje radiofónico.	2	2°	48
<b>Taller de Lenguajes IV (Comunicación Gráfica)</b>	Introducción a los conceptos básicos de la comunicación gráfica: diferencias entre comunicación gráfica y diseño gráfico. Desarrollo histórico e influencia entre artes y comunicación gráfica. Lenguaje gráfico y lenguaje visual. Principales componentes del lenguaje gráfico. Percepción visual y elementos de la composición en el diseño actual: figura, fondo, color, tipografía, transparencias, reticulares, infografías, etc. El uso de la tipografía como comunicación. Relación texto/imagen. Técnicas de representación: ilustración, collage, fotografía, etc. La imagen como interacción, vinculación y retroalimentación. Especificidad de soportes y formatos: gacetas, libros, revistas, diarios, carteles, folletos, páginas web, etc. El lenguaje gráfico y las tecnologías. El proyecto de comunicación gráfica: la idea, el diseño y la producción. El financiamiento y el presupuesto, organización del trabajo en equipo, el lanzamiento y la distribución.	2	2°	48
<b>Taller de Lenguajes V (Comunicación Audiovisual)</b>	El cine: origen, características y usos del medio. en el plano internacional y nacional. Narrativa audiovisual: la estructura del texto artístico. Las principales teorías cinematográficas. El cine como lenguaje: la revisión de diversos marcos de referencia personal con relación al saber como espectador. Procesos de trabajo. Herramientas auxiliares: guión, plantas, encuadres, planillas. Tradiciones narrativas: géneros cinematográficos y la representación audiovisual. El cine electrónico. La sustitución del celuloide. Cine y video no lineal. Gestión digital de video. Procesos de almacenamiento. Guión y planificación de la producción. Roles y pre-producción. Lenguaje y realización audiovisual. Expresión a través del montaje, la cámara, la iluminación y la edición. La problemática del rodaje y la conducción de grupos. Pos-producción. Los efectos de la tecnología en la producción del comunicador: el comunicador polivalente. Prácticas de elaboración de productos comunicacionales audiovisuales en distintos formatos y lenguajes.	3	1°	48

**Carrera:** Lic. en Comunicación Social (Plan 2014)- **Área:** formación específico profesional- **Sub-Área:** Comunicación y Medios

Asignatura	Contenidos Mínimos	Año	Cua tri	HS.
<b>Taller de Lenguajes VI (Comunicación Audiovisual)</b>	Características del medio televisivo. La televisión en Argentina. El discurso televisivo. Accesibilidad, calidad, diversidad creativa. La televisión por cable. Televisión educativa. Planificación y programación en televisión. Los géneros televisivos. La producción de distintos programas televisivos. Procesos implicados en la organización y producción profesional de TV, la convergencia tecnológica y el consumo transmediático. La televisión digital terrestre (TDT), la TV interactiva. Perspectivas de la producción para la TV Digital. Transformación de los medios audiovisuales, convergencia y circulación de contenidos. El espectador como protagonista de los transmedia, dispositivos móviles, aplicaciones interactivas y nuevos hábitos de consumo. Práctica de elaboración de programas televisivos.	3	2°	48
<b>Ética y Derecho a la Comunicación</b>	La Constitución Nacional: su inscripción histórica. Jerarquía constitucional de los tratados sobre derechos humanos. El orden jurídico internacional desde la segunda posguerra mundial. La Organización de las Naciones Unidas. Los derechos humanos en el sistema universal. Regionalización de la protección de los derechos humanos. Organismos encargados de su protección y tutela. El sistema interamericano de Derechos Humanos. De la libertad de prensa al derecho humano a la comunicación. Sujetos de derecho en la comunicación. Acceso a la información pública. La legislación argentina y americana en materia de derecho a la comunicación. Libertad de prensa. Códigos de ética, secreto profesional y cláusula de conciencia. Derecho a la información y a la comunicación. Derecho a réplica. Protección a la intimidad y al honor. Protección a la imagen. Delitos en relación al ejercicio del derecho a la información. Comunicación, derecho y discriminación. Derechos de los trabajadores de la comunicación. La regulación de las tecnologías de la comunicación y la información. La ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.	4	2°	64
<b>Políticas de la Comunicación</b>	Antecedentes del análisis crítico sobre Comunicación Política. Criterios sobre Opinión Pública y la forma en que ésta se manifiesta. Los debates del Movimiento de Países No Alineados, los Organismos Internacionales (ONU-UNESCO y otros) y el Nuevo Orden Internacional de la Información y la Comunicación. Rol del Estado en la elaboración de Políticas Nacionales de Comunicación. Regulación de la radiodifusión durante el siglo XX. Sistemas públicos y sistemas comerciales, formas de acceso a las licencias. Estudios de caso locales e internacionales. Convergencia tecnológica, TIC y la regulación de los servicios audiovisuales. La concentración y extranjerización de la propiedad. El poder político de los oligopolios. La necesidad de políticas inclusivas y democratización de la Comunicación. Las experiencias de América Latina.	5	1°	64

**Carrera:** Lic. en Comunicación Social (Plan 2014)- **Área:** formación específico profesional- **Sub-Área:** Comunicación en Instituciones y organizaciones

Asignatura	Contenidos Mínimos	Año	Cua tri	HS.
<b>Comunicación en Instituciones y Organizaciones</b>	Comunicación. Institución. Organización. Debates conceptuales. Enfoques, teorías y debates sobre la organización e institución desde una mirada comunicacional. El estudio de la distribución y la organización de los espacios comunicacionales. Redes de comunicación y mecanismos internos y externos. Comunicación formal e informal. Comunicación interna. Procesos de interacción y relaciones de poder. Comunicación y liderazgo. Entorno. Públicos externos. Herramientas, técnicas y soportes de la comunicación interna y externa. Información y comunicación en las organizaciones. Cultura organizacional. Poder y conflicto. Comunicación, Imagen e identidad. Comunicación interpersonal y grupal como espacio para la indagación en la vinculación comunitaria, la noción de grupo y de comunicación humana. Grupo, barrio, comunidad. Actores sociales y escenario social. Roles, tensiones y comportamientos. Diagnóstico y auto diagnóstico comunicacional para el cambio social. Herramientas metodológicas para el diagnóstico desde la comunicación. Análisis de usos y prácticas comunicativas institucionales (en relación a organismos gubernamentales y no gubernamentales de diferente carácter -educativas, culturales, políticas, ecológicas, de representación de minorías, etc.) y comunitarias.	2	1°	64
<b>Taller de Diagnóstico y Planificación de la Comunicación en Instituciones y Organizaciones</b>	Diagnóstico y planificación de la comunicación: su utilidad e interacción con el diseño de planes. Circulación del poder, formas de participación y tomas de decisión: impactos en la planificación. La mirada de las instituciones desde la comunicación: condiciones materiales, mapa de actores, flujos de poder, campos de interlocución, códigos, genealogías significantes, transformaciones históricas y estructura de oportunidades. Modelos de planificación. Paradigmas teóricos de la planificación: normativa, estratégica, prospectiva. La planificación de procesos comunicacionales: componentes y metodologías. Planificación de estrategias de comunicación en vinculación a programas, proyectos de diferentes niveles. El concepto de participación y las formas de acción social y política. Lo público como ámbito de actuación del Estado y la Sociedad Civil. Lo público desde la comunicación. Distintas perspectivas de planificación y su aplicación a la comunicación en el ámbito público. Diseño estratégico de la comunicación en ámbitos públicos. Diagnóstico y planificación de la comunicación en escenarios comunitarios. El rol del planificador de la comunicación como productor de sentidos y transformador social. Condicionantes de los procesos de investigación y de diagnosis en programas y proyectos: modelos políticos, formulación de objetivos y metas, interlocutores, plazos. Métodos, criterios y tipos de evaluación.	2	2°	48
<b>Gestión de la Comunicación en Instituciones y Organizaciones</b>	El concepto de Gestión. La gestión de la comunicación. Gestión estratégica y participativa. Aspectos teóricos de la gestión de proyectos comunicacionales en organizaciones e instituciones. Diseño de estrategias y su vínculo con políticas públicas, culturales y de comunicación. Intervenir desde/con/a partir de la comunicación mediática, alternativa, comunitaria y/o popular. El diseño y la gestión de estrategias comunicacionales. Toma de decisiones. Gestión de la información, de redes, de medios, de momentos comunicacionales, de la relación con otras instituciones, de relación con los medios de comunicación, de relación con los interlocutores, de relación con la sociedad. Gestión de identidad e imagen institucional. Selección de herramientas y técnicas como soporte comunicacional. Gestión de la comunicación y nuevas tecnologías de la Comunicación y la Información (N TIC's). Posicionamientos teóricos, políticos y prácticos: análisis de casos. Prácticas de planificación y gestión comunicacional en áreas y escenarios concretos.	4	1°	64
<b>Taller de Gestión de Medios Comunitarios</b>	La gestión como perspectiva integral: político cultural, comunicacional, organizacional y económica. Definición y reconocimiento de los distintos tipos de medios y sus lógicas de gestión. Perfil de gestión de los medios de comunicación comunitarios y su relación con los medios del sector público y privado lucrativo. Economía social y Tercer Sector. Los medios de comunicación comunitaria como empresa social, su gestión y administración. Gestión de capacidades humanas y relaciones de trabajo: cooperación, participación democrática y autogestión. La noción y la práctica de lo comunitario y alternativo en la praxis metodológica de la gestión. Formulación y evaluación de proyectos. Lógicas de gestión interna y externa. Liderazgo y relaciones de poder. Administración del poder y dirección de los medios. Los problemas y las dificultades en la gestión. Resolución de conflictos. Estrategias y herramientas de comercialización de productos y servicios comunicacionales. Construcción del mercado comunicacional, diferenciación e imagen. Fuentes de financiamiento: venta de publicidad; subsidios y donaciones; proyectos de cooperación y desarrollo; otros. Auditoría económica y auditoría comunicacional. Medios comunitarios y entorno local: potencialidades del trabajo en red y de la gestión asociada. La administración de nuevas plataformas y tecnologías comunicacionales.	4	2°	48

**Carrera:** Lic. en Comunicación Social (Plan 2014)- **Área:** formación específico profesional- **Sub-Área:** Comunicación en Instituciones y organizaciones

Asignatura	Contenidos Mínimos	Año	Cua tri	HS.
<b>Comunicación y Educación</b>	Procesos sociales y educación. La educación en sentido amplio, como transmisión de la cultura: mediaciones y articulaciones producidas por la escuela, los medios, las tecnologías y otros espacios sociales. Los principales aportes de la Comunicación a la Educación y de la Educación a la Comunicación: la construcción de nuevos sentidos. Alfabetizaciones tecnológicas, comunicación y educación. Los materiales edu-comunicacionales como mediadores en la transmisión cultural.	4	2°	64
<b>Comunicación y Psicología</b>	Perspectiva histórica de la constitución de la psicología como ciencia en el contexto de las Ciencias Sociales. Definiciones y problemas en la producción de sus conceptos en relación a los sujetos y los conjuntos sociales. Constructivismo y estructuralismo en psicología. La construcción del sujeto en el psicoanálisis, una reflexión crítica. Sujeto e instituciones, el surgimiento de la subjetividad en lo social . Sujeto e imaginario social. Introducción a la reflexión de la psicología de grupo. Los grupos de las instituciones y las organizaciones. La relación instituido/instituyente. Psicología, intersubjetividad y comunicación. Concepto de fantasía y representación. La estructura inconciente y lo imaginario en los grupos. Los organizadores fantasmáticos. La identificación, el ideal y la estructura libidinal. La ilusión grupal. Las representaciones sociales.	5	1°	64
<b>Comunicación Publicitaria y Marketing</b>	La publicidad desde el punto de vista histórico-conceptual: su emergencia en los procesos de modernización. Relaciones con el marketing. Concepto y fines del marketing en el marco de las organizaciones. Modelo de comportamiento del consumidor. Segmentación de mercados, lógicas de posicionamiento y estrategias competitivas. La publicidad en el mix de marketing. Definición y alcances en términos comunicacionales. Plan de medios. Espiral publicitaria y ciclo de vida de producto. Posicionamiento simbólico: aportes desde el psicoanálisis lacaniano. Política de marca: la identidad marcaria. Semiótica publicitaria. El signo publicitario y la semantización del producto. La investigación de mercado: introducción a los métodos y técnicas básicas de recolección y análisis de datos. Procesos sociales y educación. La educación en sentido amplio, como transmisión de la cultura: mediaciones y articulaciones producidas por la escuela, los medios, las tecnologías y otros espacios sociales. Los principales aportes de la Comunicación a la Educación y de la Educación a la Comunicación: la construcción de nuevos sentidos. Alfabetizaciones tecnológicas, comunicación y educación. Los materiales edu-comunicacionales como mediadores en la transmisión cultural.	5	2°	48

**Carrera:** Lic. en Comunicación Social (Plan 2014)- **Área:** formación específico profesional- **Sub-Área:** Teoría e Investigación en Comunicación

Asignatura	Contenidos Mínimos	Año	Cua tri	HS.
<b>Taller I (Problemas de Comunicación)</b>	Introducción a los conceptos básicos: comunicación, información, conexión e interacción. Redes y niveles de comunicación. Comunicación verbal y no-verbal. Comunicación icónica-visual. Comunicación simbólica-cultural. Comunicación intra-personal y inter-personal. Comunicación mediática. Comunicación y vida cotidiana. Comunicación y arte: las dimensiones estéticas de la comunicación y la cultura. Comunicación y creatividad. El gesto y el cuerpo como herramientas comunicativas. Las Nuevas Tecnologías y la modificación de la experiencia y la subjetividad. La comunicación como elemento de dinamización social, desarrollo comunitario y promoción humana. Introducción a la definición de problemas comunicacionales y problemas científicos. Análisis de casos prácticos e identificación y abordaje de problemas y situaciones comunicacionales. Introducción al estado de debate epistemológico del campo comunicacional.	1	2°	48
<b>Comunicación y Cultura I</b>	Los estudios pioneros de la comunicación de masas. El Funcionalismo norteamericano: de la matriz psicológico-conductista al enfoque de los "usos y gratificaciones". La Escuela de Frankfurt: pensamiento dialéctico y negatividad. Masificación de la cultura, alienación del sujeto, industria cultural. Crisis del arte en la era de la reproductividad técnica. Calidad literaria y praxis política. Historia de la opinión pública y teoría de la acción comunicativa en Habermas. Los Estudios Culturales de Birmingham. La herencia gramsciana. Dos paradigmas. El problema de la cultura: tradiciones, formaciones, instituciones. El problema de la ideología: interpelación ideológica y Aparatos Ideológicos del Estado. Hacia una etnografía de audiencia: los estudios de recepción televisiva. Los Estudios Culturales en América Latina: perspectivas críticas. Las teorías de la dependencia. Imperialismo norteamericano y cultura de masas. Conocimiento teórico e intervención política. La vertiente semio-estructuralista. Tecnologías de la comunicación y poder transnacional. Matrices culturales, lo popular y lo masivo, consumo y ciudadanía. La institucionalización de los Estudios Culturales y su proyecto.	2	A	128
<b>Taller II (Metodología de Investigación en Comunicación)</b>	Problemáticas metodológicas en las Ciencias Sociales para el siglo XXI y para la Comunicación Social. El nuevo contrato social para la ciencia: Copenhague 2000. Perspectivas cualitativa, cuantitativa y de triangulación múltiple. Matrices de pensamiento de la comunicación. Fundamentos de las técnicas de investigación cuantitativa en Ciencias Sociales y su utilización en los estudios en Comunicación Social. Estadística descriptiva en investigación social. Diseños de muestra y tipos de muestra. Las técnicas cualitativas en Ciencias Sociales y su utilización en los estudios en Comunicación Social. El paradigma hermenéutico. Entrevistas cualitativas, exploratorias y en profundidad. Entrevistas grupales. La etnografía. La observación participante y etnográfica.	3	1°	48
<b>Comunicación y Cultura II</b>	Enfoques críticos: la "especificidad" de los estudios culturales latinoamericanos. Las discusiones en torno a la interdisciplina, la multidisciplina y la transdisciplina. El estado de la investigación en comunicación/cultura en la Argentina. Líneas de investigación en el marco de los procesos de institucionalización del campo. Aportes desde los estudios culturales: revisión y crítica del concepto de mediación, medios de comunicación y prácticas culturales emergentes. Derivaciones de los estudios culturales norteamericanos y la perspectiva socio-semiótica: los estudios de la recepción. Mediatización y procesos de subjetivación. El sub-campo de los consumos culturales. Industria cultural, tecnologías y vida cotidiana. Los estudios sobre juventudes: aproximaciones a las relaciones entre jóvenes, identidades culturales y participación política en la Argentina contemporánea. Aproximaciones a los estudios en comunicación política y opinión pública en la actualidad.	4	1°	64

**Carrera:** Lic. en Comunicación Social (Plan 2014)- **Área:** formación específico profesional- **Sub-Área:** Teoría e Investigación en Comunicación

Asignatura	Contenidos Mínimos	Año	Cua tri	HS.
<b>Taller III (Diseño de Investigación en Comunicación)</b>	La investigación en Comunicación en el marco de las Ciencias Sociales. Prácticas de investigación en el campo comunicacional. Genealogía de las líneas de investigación en Latinoamérica y Argentina. Evaluación de las estrategias de investigación y los instrumentos correspondientes. Introducción a los modelos y estrategias en investigación en opinión pública. Investigaciones sobre efectos, consumo mediático, consumos culturales, investigación de mercado, etc. Introducción a la medición y segmentación de audiencias. Sondeo de opinión y tendencia electoral. Estudios etnográficos de audiencia. Análisis de casos concretos en los principales campos de investigación en comunicación. Reflexión sobre las prácticas investigativas.	5	1°	48