



QUILMES, 30 de abril de 2014.

VISTO el Expediente N° 827-1523/13, mediante el que se tramita la creación de un Ciclo de Complementación Curricular en Comunicación Social y las disposiciones que rigen la creación de ciclos de complementación curricular, y

CONSIDERANDO:

Que la Universidad Nacional de Quilmes ha desarrollado desde 1991 propuestas académicas en el campo de la comunicación social.

Que como parte de su Plan de Desarrollo Institucional (PDI) 2011-2016, el Departamento de Ciencias Sociales se planteó desarrollar propuestas curriculares que impliquen ciclos de complementación.

Que en el Área Metropolitana de Buenos Aires se dictan distintas Carreras de pregrado de universidades o de instituciones de educación superior no universitaria con reconocimiento oficial vinculado al periodismo, la locución y la producción audiovisual, la gestión de medios y la comunicación para el desarrollo.

Que dicha formación técnica y profesional puede complementarse con una sólida formación en ciencias sociales, teorías comunicacionales y herramientas de análisis crítico propiciando la formación integral propia de un Licenciado en Comunicación Social.

Que por pedido de la Dirección del Departamento de Ciencias Sociales, la Dirección de la Licenciatura en Comunicación Social ha desarrollado y elevado una propuesta de Ciclo de Complementación Curricular, consultada y consensuada con el área Comunicación (Resolución C.D. N° 051/14).

Que la planta del Departamento de Ciencias Sociales cuenta con una dotación de profesores suficiente como para garantizar la cobertura de las necesidades de docencia emergentes del Plan de Estudios.





Que la Resolución (CS) N° 513/13 estableció para la Licenciatura en Comunicación Social (Ciclo Completo) un documento curricular que permite una articulación armónica con la gestión del Ciclo de Complementación Curricular propuesto.

Que la Comisión de Asuntos Académicos, Evaluación de Antecedentes y Posgrado ha emitido despacho favorable.

Que la presente se dicta en ejercicio de las atribuciones que el Estatuto Universitario le confiere al Consejo Superior.

Por ello,

### EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

#### RESUELVE:

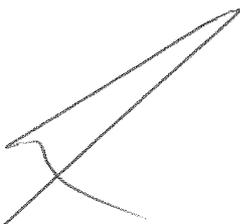
ARTÍCULO 1º: Crear una Licenciatura en Comunicación Social, con el carácter de un ciclo de complementación curricular, modalidad presencial.

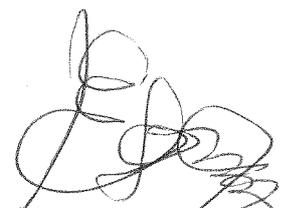
ARTICULO 2º: Aprobar el Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Social, con el carácter de ciclo de complementación curricular, que como Anexo forma parte de la presente Resolución.

ARTÍCULO 3: Otorgar a quien cumplimente la totalidad de los requisitos curriculares establecidos en el Plan de Estudios el título de Licenciada/o en Comunicación Social.

ARTICULO 4º.- Regístrese, practíquense las comunicaciones de estilo y archívese.

RESOLUCIÓN (CS) N°: **175/14**

  
Mg. Alfredo Aitoriso  
Secretario General  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

  
Mario E. Lozano  
Rector  
Universidad Nacional de Quilmes





LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL  
CICLO DE COMPLEMENTACIÓN CURRICULAR

PLAN DE ESTUDIOS

**1. DENOMINACIÓN DE LA CARRERA**

Licenciatura en Comunicación Social (Ciclo de Complementación Curricular)

**2. MODALIDAD DE DICTADO DE LA CARRERA**

Presencial

**3. DURACIÓN DE LA CARRERA**

2 (dos) años.

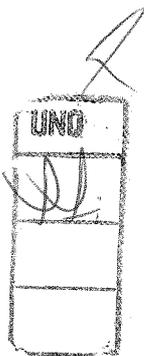
**Carga horaria total:** 2940 (dos mil setecientos cuarenta) horas-reloj totales (1500 horas correspondientes a la carrera terciaria de base y 1440 horas correspondientes al ciclo de complementación curricular).

**4. TÍTULO A OTORGAR**

Licenciada/o en Comunicación Social.

**5. ALCANCES DEL TÍTULO**

- Elaborar información en los diversos formatos y lenguajes mediáticos;
- Producir y editar material gráfico, sonoro, audiovisual y multimedial con distintos objetivos (informativos, educativos, institucionales, etcétera);
- Intervenir en la planificación y gestión de medios de comunicación;



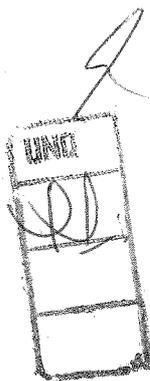


- Integrar, desde el campo específico de la comunicación, equipos dedicados a la formación, ejecución y evaluación de proyectos culturales;
- Diseñar, implementar, dirigir y evaluar campañas comunicacionales en instituciones del sector público, empresas, organizaciones no gubernamentales y movimientos sociales;
- Realizar asesoramientos especializados en el desarrollo de políticas de comunicación;
- Desarrollar, organizar, dirigir, ejecutar y/o supervisar estudios e investigaciones sobre problemáticas vinculadas a la información, la comunicación y la cultura;
- Integrar equipos multidisciplinarios de investigación en el campo de las ciencias sociales y los estudios culturales;
- Realizar consultorías y peritajes en relación a procesos y productos del campo específico de la comunicación social;
- Capacitar recursos humanos en las distintas temáticas vinculadas al campo de la comunicación social;
- Participar en la realización, edición y/o corrección de material comunicacional didáctico y de divulgación.

## 6. CONDICIONES DE INGRESO

Serán admitidos a la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Nacional de Quilmes, con el carácter de un ciclo de complementación curricular, graduados de carreras de pregrado de universidades o de instituciones de educación superior no universitaria con reconocimiento oficial, que acrediten una formación de **3 años y 1500 (mil quinientas) horas-reloj totales como mínimo**, en las siguientes titulaciones:

- Director y Productor de Radio y Televisión





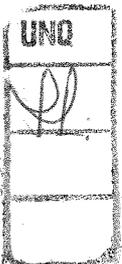
- Locutor
- Técnico en Comunicación Popular
- Técnico en Comunicación Social orientada al Desarrollo Local
- Técnico en Periodismo Deportivo
- Técnico Universitario en Producción Digital
- Técnico Superior en Periodismo
- Técnico Universitario en Gestión de Medios Comunitarios
- Técnico Universitario en Periodismo
- Técnico Superior en Producción y Creatividad Radiofónica

## 7. FUNDAMENTOS

La carrera de Comunicación Social se dicta en la Universidad Nacional de Quilmes desde su creación. Desde su primer plan, en 1991, fue construyendo un proyecto curricular preocupado por una formación profesional sólida, que apunta a la construcción de comunicadores con capacidad interpretativa, crítica y productiva, que respondan a las necesidades sociales de su territorio. A partir de 1997 el Plan de Estudios se organizó en dos trayectos –el ciclo inicial de Diplomatura y el ciclo superior de Licenciatura- que garantizan una formación básica general en ciencias sociales y la construcción de perfiles profesionales específicos a partir del principio de flexibilidad curricular.

*EP* La carrera de Comunicación Social apunta a formar un profesional de nivel universitario que posea tanto una perspectiva crítica y reflexiva sobre los procesos de comunicación e información que caracterizan al mundo contemporáneo como las destrezas necesarias para elaborar información en los diversos formatos y lenguajes de medios, con especial interés por la multimedialidad y las transformaciones introducidas por los procesos de digitalización.

El plan de estudios reconoce la importancia que adquiere esta área de estudio en las actuales redefiniciones de los sistemas de pensamiento, en los sistemas de organización política y económica y en los sistemas de valores vigentes. Se propone, por lo tanto, crear un campo de conocimiento y análisis de los





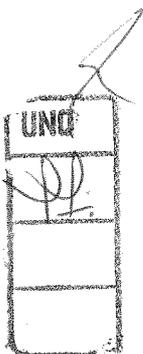
fenómenos comunicacionales y sugerir formas de acción que tengan en cuenta la perspectiva adoptada.

En tal sentido, la carrera se orienta a formar profesionales que posean los conocimientos, tanto teórico como prácticos, necesarios para producir, investigar y diagnosticar en todas las formas de la comunicación. La carrera tiene como objetivos:

- a) Integrar los aspectos teóricos de las ciencias sociales y las humanidades, con la práctica de producción de mensajes e informaciones para diversos formatos y lenguajes mediáticos;
- b) Crear un campo de formación que integre los aportes teóricos con el diseño y la producción comunicacional;
- c) Reconocer y preparar para ámbitos de especialización temática en campos específicos del periodismo;
- d) Crear un campo de reflexión e investigación sobre los procesos comunicacionales y culturales contemporáneos, incorporando conocimientos críticos-reflexivos que articulen la teoría social y cultural, la filosofía, la estética, la teoría del lenguaje, al estudio de lo comunicacional.
- e) Capacitar para el diagnóstico, investigación y planificación comunicacional en instituciones del Estado, organizaciones sociales y empresas culturales;
- f) Buscar sistemáticamente la integración de la investigación con el diseño y la producción comunicacional especializada en el campo de la crítica estético-cultural.

Asimismo la Universidad Nacional de Quilmes ha desarrollado carreras de posgrado que complementan la formación en comunicación en distintas áreas. Así, actualmente se desarrollan una Maestría en Ciencias Sociales con orientación en comunicación social; una Maestría en Industrias Culturales: Política y Gestión; y una Especialización en Comunicación Digital Audiovisual. Asimismo cuenta con un Doctorado de máxima categoría en Ciencias Sociales.

## 8. DE LAS CARRERAS DE ORIGEN





La propuesta de Ciclo de Complementación Curricular organiza los títulos/carreras de pregrado de origen en tres grupos.

Los dos primeros incluyen a las propuestas de formación más “clásicas” de los institutos terciarios en el campo del periodismo y la realización de medios: se trata de una *formación profesionalizante*, que privilegia el aspecto técnico y realizativo. La división en dos grupos expresa leves matices advertidos entre las carreras, a saber:

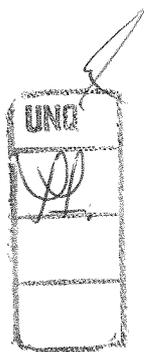
- Las tecnicaturas en Periodismo contienen más campos curriculares de formación teórica-contextual básica, y en varios casos incluyen materias introductorias a las teorías de la comunicación;

- Las carreras de Producción / Locución suelen incluir cursos vinculados al derecho y las políticas de comunicación, tales como “Sistemas de Radio”, “Régimen Legal de la Radiodifusión”, “Planificación y gestión en medios”, “Seminario de Industrias Culturales”.

Asimismo, la identificación diferenciada tiene una utilidad futura en términos de la gestión curricular del ciclo. En ese sentido, se estima que el grupo 2 requerirá una mayor atención en términos de tutorías personalizadas y de oferta de ámbitos de socialización universitaria y espacios extracurriculares que fortalezcan la formación del Ciclo de Complementación Curricular.

En ambos casos, las carreras de pregrado presentan una profusa formación básica y especializada en el ámbito de los lenguajes, que se considera equivalente no sólo a los cursos realizativos básicos de nuestra Licenciatura de ciclo completo sino que además cubre el campo de la Orientación Producción Periodística (teniendo en cuenta la diversidad de cursos vinculados a la gráfica, la radio, la televisión; agencias de contenidos; la gestión de archivos; la aplicación de técnicas digitales; la investigación periodística; la musicalización; la producción de ficciones; etcétera).

El tercer grupo de carreras incluye carreras vinculadas a la comunicación popular, las prácticas comunitarias y el desarrollo local. Estas carreras contemplan





una formación teórica más sólida e incorporan materias vinculadas a la legislación, las políticas de comunicación y el vínculo comunicación/poder. Poseen una formación básica en lenguajes pero a diferencia de los demás grupos de carreras, no se profundiza en talleres de producción.

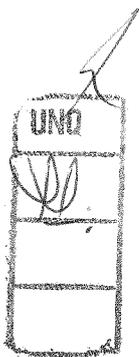
En función de esa caracterización, el núcleo electivo propuesto para los grupos 1 y 2 de carreras de origen (las de formación más técnica-profesionalizante), está compuesto por la suma de cursos del Núcleo Electivo y el Núcleo Orientado a Comunicación y Cultura, de la Licenciatura existente (Res. 534/13 CS). En tanto, el núcleo electivo propuesto para el grupo 3 excluye cinco cursos de esa lista –para evitar superposiciones con los recorridos previos- e incorpora las materias del Núcleo Orientado a Producción Periodística de la Licenciatura de ciclo completo:

## 9. ORGANIZACIÓN CURRICULAR

El trayecto de formación correspondiente al ciclo de complementación curricular en Comunicación Social posee una duración bienal. El mismo se compone de cursos con una modalidad de dictado presencial, que otorgan 10 créditos y tienen una carga horaria de 5 horas semanales y 90 horas totales (con excepción del Seminario de Investigación y el Seminario de Extensión, que tienen una carga de 180 horas y adjudican 20 créditos). De acuerdo con la normativa vigente en la UNQ, el crédito académico es la unidad de medida de la actividad de enseñanza y aprendizaje, equivaliendo el cursado de una hora presencial semanal a la obtención de dos créditos.

Por otro lado, en virtud de la deseabilidad de promover una articulación vertical y horizontal de los saberes relevantes, los cursos se hallan agrupados en *núcleos*, que delimitan diferentes recortes del campo disciplinar o temático de referencia en función del aporte diferencial que realizan a la formación del estudiante y de la secuencialidad requerida para que el recorrido curricular resulte más fluido.

Para alcanzar la Licenciatura en Comunicación Social el estudiante deberá:





1. Haber acreditado la obtención de los títulos oficiales indicados en las Condiciones de Ingreso al ciclo de complementación, con una carga horaria mínima de 1500 horas reloj.
2. Obtener 160 (ciento sesenta) créditos correspondientes al Ciclo de Complementación Curricular de Licenciatura en Comunicación Social según el plan curricular que se establece a continuación en función de las carreras de pregrado de origen.

Se considera como carreras de origen:

**Grupo 1 de carreras de pregrado:** los graduados de Tecnicatura Superior en Periodismo, Tecnicatura Superior en Periodismo, Tecnicatura Superior en Periodismo Deportivo y Tecnicatura Universitaria en Periodismo.

**Grupo 2 de carreras de pregrado:** los graduados de Tecnicatura Superior en Producción y Creatividad Radiofónica, Locución, Dirección y Producción de Radio y Televisión, y Tecnicatura Universitaria en Producción Digital.

**Grupo 3 de carreras de pregrado:** los graduados de Tecnicatura Universitaria en Gestión de Medios Comunitarios; Tecnicatura en Comunicación Social orientada al Desarrollo Local; Tecnicatura en Comunicación Popular.

### 9.1. Núcleo de Cursos Obligatorios

Todos los estudiantes del Ciclo de Complementación Curricular deberán cursar:

Áreas	Cursos	Créditos	Horas semanales	Régimen de cursado	Carga Horaria Total
Sociología / Ciencia política	Introducción al Pensamiento Social	10	5	cuatrimestral	90 hs
Antropología	Antropología	10	5	cuatrimestral	90 hs
Filosofía	Filosofía	10	5	cuatrimestral	90 hs





Estudios del Lenguaje	Fundamentos de Semiótica y Lingüística	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación / Estudios del Lenguaje	Semiótica de la imagen	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Teoría de la Comunicación Social II	10	5	cuatrimestral	90 hs
	<b>Total</b>	<b>60</b>			<b>540 hs</b>

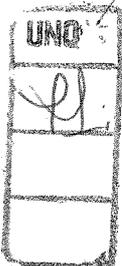
Los estudiantes del *Grupo 1 de carreras de pregrado* deberán cursar, como obligatorias, además:

Áreas	Cursos	Créditos	Horas semanales	Régimen de cursado	Carga Horaria Total
Comunicación	Políticas de comunicación	10	5	cuatrimestral	90 hs
Historia / Economía	Historia Social General, Historia Argentina o Historia del Pensamiento Económico <sup>1</sup>	10	5	cuatrimestral	90 hs
	<b>Total</b>	<b>20</b>			<b>180 hs</b>

Los estudiantes del *Grupo 2 de carreras de pregrado* deberán cursar, como obligatorias, además:

Áreas	Cursos	Créditos	Horas semanales	Régimen de cursado	Carga Horaria Total

<sup>1</sup> Deberán optar por una de esas tres materias, en función de sus recorridos previos, asesorados por el tutor o la tutora designado por la Dirección de la Carrera.





Comunicación	Políticas de comunicación o Teoría de la Comunicación Social I <sup>2</sup>	10	5	cuatrimestra I	90 hs
Historia / Economía	Historia Social General, Historia Argentina o Historia del Pensamiento Económico <sup>3</sup>	10	5	cuatrimestra I	90 hs
	<b>Total</b>	<b>20</b>			<b>180 hs</b>

Finalmente, los estudiantes del *Grupo 3 de carreras de pregrado* deberán cursar, como obligatorias, además:

Áreas	Cursos	Créditos	Horas semanales	Régimen de cursado	Carga Horaria Total
Comunicación	Arte y Sociedad de Masas	10	5	cuatrimestra I	90 hs
Historia / Economía	Historia Social General, Historia Argentina o Historia del Pensamiento Económico <sup>4</sup>	10	5	cuatrimestra I	90 hs
	<b>Total</b>	<b>20</b>			<b>180 hs</b>

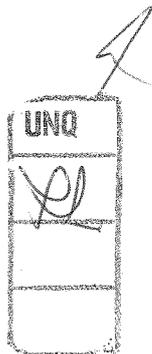
## 9.2. Núcleo de Cursos Electivos

Los estudiantes de los *grupos 1 y 2 de carreras de pregrado* deberán completar 80 (créditos) a partir de los cursos listados a continuación, de los cuales al menos 60 deberán corresponder a asignaturas del área Comunicación.

<sup>2</sup> Deberán optar por una de esas dos materias, en función de sus recorridos previos, asesorados por el tutor o la tutora designado por la Dirección de la Carrera.

<sup>3</sup> Deberán optar por una de esas tres materias, en función de sus recorridos previos, asesorados por el tutor o la tutora designado por la Dirección de la Carrera.

<sup>4</sup> Deberán optar por una de esas tres materias, en función de sus recorridos previos, asesorados por el tutor o la tutora designado por la Dirección de la Carrera.





Áreas	Cursos	Créditos	Horas semanales	Régimen de cursado	Carga Horaria Total
Comunicación	Comunicación y prácticas socioculturales	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Comunicación y educación	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Historia de los medios de comunicación	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Sociedad de la Información y TICs	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Medios, internet y comunicación digital	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Teorías de la opinión pública y construcción de la agenda	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Economía de las industrias culturales	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Políticas internacionales de comunicación	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Medios emergentes y mercados	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Rutinas productivas en medios de comunicación	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Derecho de la comunicación	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Problemas de género y derechos humanos	10	5	cuatrimestral	90 hs

BP





Comunicación	Gestión de medios de comunicación	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Gestión de prácticas de comunicación comunitaria y popular	10	5	cuatrimestral	90 hs
Educación	Taller de Educación No Formal	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Comunicación: prácticas y ámbitos educativos alternativos	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Taller de comunicación en la producción de materiales educativos	10	5	cuatrimestral	90 hs
Psicología	Imaginario sociales, prácticas colectivas y subjetividad	10	5	cuatrimestral	90 hs
Psicología	Representaciones sociales y participación	10	5	cuatrimestral	90 hs
Historia	Problemas de Historia Latinoamericana	10	5	cuatrimestral	90 hs
Antropología	Antropologías latinoamericanas	10	5	cuatrimestral	90 hs
Sociología	Delito, sociedad y estado	10	5	Cuatrimestral	90 hs.
Estudios del Lenguaje	Seminario-Taller de Lectura y Producción Escrita en Ciencias Sociales	10	5	cuatrimestral	90 hs

*Handwritten signature*





Comunicación	Comunicación, organizaciones e instituciones	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Marketing integral en comunicación	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Comunicación y políticas públicas	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Seminario y Taller de Crítica Cultural Contemporánea	10	5	cuatrimestral	90 hs
Historia / Sociología	Arte, Estado y Política	10	5	cuatrimestral	90 hs
Estudios del lenguaje	Literatura y Sociedad en América Latina contemporánea	10	5	cuatrimestral	90 hs
Estudios del lenguaje	Problemas de literatura y sociedad en el siglo XX	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Comunicación, música y sociedad	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Análisis de películas y crítica cinematográfica	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Problemas del cine latinoamericano	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Investigación y estudios en comunicación	10	5	cuatrimestral	90 hs
Estudios del lenguaje	Seminario sobre Análisis del Discurso	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Mediaciones e identidades culturales	10	5	cuatrimestral	90 hs

*[Handwritten signature]*





Comunicación	Seminario sobre Medios de Comunicación y Memoria Social	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Culturas juveniles	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Consumos culturales y recepción	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Comunicación y cultura para el cambio social	10	5	cuatrimestral	90 hs
Seminario de Investigación / Seminario de Extensión*		20	5	anual	90 hs
<b>Total Núcleo de Cursos Electivos</b>		<b>80</b>			<b>720 hs.</b>

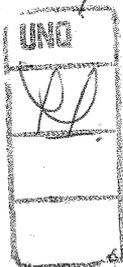
Los estudiantes del *grupo 3 de carreras de pregrado* deberán completar 80 (créditos) a partir de los cursos listados a continuación, de los cuales al menos 60 deberán corresponder a asignaturas del área Comunicación.

Áreas	Cursos	Créditos	Horas semanales	Régimen de cursado	Carga Horaria Total
Comunicación	Comunicación y prácticas socioculturales	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Comunicación y educación	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Sociedad de la Información y TICs	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Medios, internet y comunicación digital	10	5	cuatrimestral	90 hs





Comunicación	Teorías de la opinión pública y construcción de la agenda	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Economía de las industrias culturales	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Políticas internacionales de comunicación	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Medios emergentes y mercados	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Rutinas productivas en medios de comunicación	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Derecho de la comunicación	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Problemas de género y derechos humanos	10	5	cuatrimestral	90 hs
Educación	Taller de Educación No Formal	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Comunicación: prácticas y ámbitos educativos alternativos	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Taller de comunicación en la producción de materiales educativos	10	5	cuatrimestral	90 hs
Psicología	Imaginarios sociales, prácticas colectivas y subjetividad	10	5	cuatrimestral	90 hs
Psicología	Representaciones sociales y participación	10	5	cuatrimestral	90 hs
Historia	Problemas de Historia Latinoamericana	10	5	cuatrimestral	90 hs





Antropología	Antropologías latinoamericanas	10	5	cuatrimestral	90 hs
Sociología	Delito, sociedad y estado	10	5	Cuatrimestral	90 hs.
Estudios del Lenguaje	Seminario-Taller de Lectura y Producción Escrita en Ciencias Sociales	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Marketing integral en comunicación	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Comunicación y políticas públicas	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Seminario y Taller de Crítica Cultural Contemporánea	10	5	cuatrimestral	90 hs
Historia / Sociología	Arte, Estado y Política	10	5	cuatrimestral	90 hs
Estudios del lenguaje	Literatura y Sociedad en América Latina contemporánea	10	5	cuatrimestral	90 hs
Estudios del lenguaje	Problemas de literatura y sociedad en el siglo XX	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Comunicación, música y sociedad	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Análisis de películas y crítica cinematográfica	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Problemas del cine latinoamericano	10	5	cuatrimestral	90 hs

*ES*





Comunicación	Investigación y estudios en comunicación	10	5	cuatrimestral	90 hs
Estudios del lenguaje	Seminario sobre Análisis del Discurso	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Mediaciones e identidades culturales	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Seminario sobre Medios de Comunicación y Memoria Social	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Culturas juveniles	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Consumos culturales y recepción	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Seminario y Taller sobre Fuentes de Información	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Taller de Periodismo de Interpretación y Análisis	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Taller de Periodismo Gráfico	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Seminario y taller de Fotografía Periodística	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Taller de Periodismo Radiofónico	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Seminario y Taller de Nuevos Formatos Radiofónicos	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Taller de Realización Audiovisual Documental	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Taller de Periodismo Televisivo	10	5	cuatrimestral	90 hs

BP





Comunicación	Seminario y Taller de Nuevas Pantallas	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Seminario y Taller de Periodismo Digital	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Taller de Producción de Formatos Multimedia	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Taller de Administración de Contenidos Web 2.0	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Taller de Periodismo de Investigación	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Taller de Periodismo Científico	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Taller de Periodismo Agropecuario y Desarrollo Rural	10	5	cuatrimestral	90 hs
Comunicación	Taller de Análisis, Producción y Realización en Video	10	5	cuatrimestral	90 hs
Seminario de Investigación / Seminario de Extensión*		20	5	anual	180 hs
<b>Total Núcleo de Cursos Electivos</b>		<b>80</b>			<b>720 hs.</b>

\*Ningún estudiante puede acreditar más de un Seminario, ya sea de Extensión o de Investigación.

El *Seminario de Investigación*, creado por Resolución (CS) 314/06, incluirá una formación asociadas a la investigación propuesta, la realización de actividades de investigación, y la confección y presentación de un informe final cuya autoría debe ser exclusivamente del estudiante.





El *Seminario de Extensión*, que se rige por la Resolución (CS) N° 110/09, incluye una formación asociada al proyecto propuesto, la extensión y transferencia al medio social, y la confección y presentación de un informe final cuya autoría debe ser exclusivamente del estudiante.

Si el Seminario ha producido resultados originales, el estudiante podrá solicitar, en el momento de su presentación, que su informe final sea considerado como Tesis de Licenciatura. Si el tribunal aprueba la solicitud y considera que el trabajo merece la máxima calificación (diez), se dejará constancia en el acta que el trabajo fue aprobado como tesis para su registro en la Dirección de Alumnos y su trabajo será enviado a la Biblioteca de la Universidad.

#### **CARGA HORARIA TOTAL**

**Carrera terciaria previa que constituye condición de ingreso:** 1500 horas.

**Ciclo de complementación curricular:** 1440 horas.

**Carga horaria total** (carrera terciaria previa más ciclo de complementación curricular): 2940 horas.

### **9.3. Contenidos mínimos de cada asignatura**

#### **9.3.1. Núcleo de cursos obligatorios**

##### **Antropología**

El problema de la diversidad humana. Modelos de explicación y comprensión científica de la diversidad. Procedimientos de análisis científico de la diversidad. Principales escuelas: evolucionismo, funcionalismo, marxismo y estructuralismo. Relativismo y universalismo. Principales tópicos de la diversidad: género, clase, etnia, nación.

##### **Arte y sociedad de masas**





Principales problemáticas de la producción artística en el marco de la sociedad industrializada (desde el siglo XVIII hasta nuestros días). El abordaje de dicha producción desde una perspectiva "externa" (socio-histórica) y desde una perspectiva "interna" (autorreflexión estética). Cronología los grandes hitos artísticos de los últimos tres siglos y las circunstancias que operaron como contexto. Crítica y análisis.

### **Filosofía**

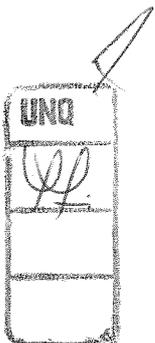
La noción de filosofía, el concepto, las ideas, la substancia, racionalismo, empirismo, idealismo, materialismo y fenomenología. Principales representantes del pensamiento Clásico y sus controversias. Los orígenes de la Filosofía y los primeros intentos de explicación racional. Los desarrollos contemporáneos, su referencia al conocimiento, el lenguaje, el hombre, la historia y la ética.

### **Fundamentos de semiótica y lingüística**

F. de Saussure: lingüística y semiología. El signo lingüístico y la lengua como sistema. Las funciones del lenguaje. La gramática generativa y la hipótesis innatista. La teoría social del lenguaje. Semiótica social. Nociones fundamentales de semiótica: signo, sistema, código. Ch. Peirce y la teoría de la semiosis. La teoría semiológica de R. Barthes. La teoría de los discursos sociales: E. Verón. Semiótica social y discursos multimodales.

### **Historia argentina**

El ciclo revolucionario (1810-1820). Desintegración y tentativas de reconstrucción (1820-1829). La Confederación Rosista (1829-1852). La construcción del Estado Nacional (1852-1880): Del surgimiento a la consolidación del modelo agroexportador. El orden conservador (1880-1916). Los cambios sociales y la transformación política (1916-1930). La restauración conservadora. (1930-1943). El Peronismo (1943-1955). El desarrollismo, las dictaduras militares y la crisis de los años 70. (1955-1982).





### **Historia del pensamiento económico**

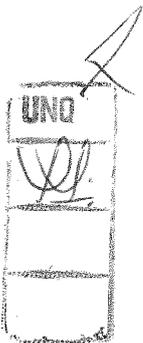
Introducción a las principales corrientes de pensamiento económico desde los orígenes de la modernidad hasta la primera mitad del siglo XX. Evolución histórica de la disciplina en relación con su contexto socioeconómico. Antecedentes de la Economía Política, las teorías mercantilista y fisiocrática, su fundación y desarrollo; Adam Smith y David Ricardo, su crítica; Carlos Marx; la revolución marginalista, con el surgimiento de la micro y la macroeconomía, a través de la teoría neoclásica; el pensamiento de John M. Keynes y de Joseph Schumpeter.

### **Historia social general**

Origen y desarrollo de la sociedad capitalista. Principales hechos que marcaron su conformación. Características principales de los procesos históricos, sociales y políticos que confluyen en la comprensión del mundo contemporáneo. El mundo occidental. Revoluciones sociales y políticas. Los procesos de conformación de lo hegemónico y lo subalterno.

### **Introducción al pensamiento social**

La génesis de la sociedad moderna. Individuo y Estado. Propiedad, mercado y razón. Estado de naturaleza y sociedad civil. El contrato. La sociedad como construcción. Las dos revoluciones. La sociedad industrial y la sociedad de clases. El punto de vista conservador. El socialismo antes de Marx. Marx y la tradición marxista. Fundamentos socioeconómicos de la división de clases. Estructura de clases y conflictos políticos. Clases y máquina estatal. Alexis de Tocqueville: movilidad e igualdad social. Igualdad social y desigualdad económica. Democracia y liberalismo político. Emile Durkheim: lazo social y lazo moral. División del trabajo e individualismo. Tipos de solidaridad: mecánica y orgánica. Progreso y división del trabajo. El capitalismo según Max Weber. Religión y economía. Racionalidad y burocracia. Los tipos de dominación y el Estado moderno.





### **Políticas de comunicación**

Desarrollo histórico de los medios de comunicación y el progreso de sus soportes tecnológicos. La evolución de las políticas de comunicación en el país a partir del Siglo XX. Estado, medios e industrias culturales. Concepto de servicio público y servicio de interés público. Etapas de políticas y planificación de medios. Vínculo entre la historia de los medios en la Argentina con los principales acontecimientos políticos y económicos del país.

### **Semiótica de la imagen**

La imagen fotográfica y la imagen en movimiento en el marco de la discursividad mediática. Enunciación. Análisis de los discursos audiovisuales ficcionales y no ficcionales. Tipologías acerca del documental. Abordaje narratológico de los films. Regímenes enunciativos de la televisión. La discursividad producida en las nuevas tecnologías.

### **Teoría de la comunicación Social I**

Conocimiento de los núcleos principales que conforman las teorías de la comunicación. Comprensión de las relaciones entre los problemas de la comunicación y la teoría social. Principales corrientes de pensamiento.

### **Teoría de la comunicación Social II**

La comunicación y su relación con las ciencias sociales. Principales trayectorias de pensamiento. Formas diferenciales de articular objeto, teoría y método. Actualización de los debates del campo de la comunicación.

#### 9.3.1. Núcleo de cursos electivos

**Análisis de películas y crítica cinematográfica**





La teoría y el análisis fílmico: introducción a la formación de un campo. Historia del proceso y su correlación con paradigmas estéticos dentro de la historia del cine. Posiciones epistemológicas en el espacio de los estudios fílmicos. La teoría y el análisis en el campo iberoamericano. Los referentes de la escritura crítica: desde el espacio periodístico a la crítica especializada. Herramientas para el análisis fílmico. Elaboración de modelos de análisis. Producción de textos críticos y/o ensayísticos sobre películas específicas.

### **Antropologías latinoamericanas**

Las principales aportaciones de las escuelas nacionales (México, Brasil, Argentina, Perú). Debates epistemológicos y cuestiones teóricas. Temas, problemas y enfoques sobre: relaciones interétnicas y estados nacionales, cuestiones étnico-raciales, indigenismos e identidades emergentes; pobreza, marginalidad y desarrollo, género y cuerpo, las formas de la violencia; desarrollo y globalización.

### **Arte, Estado y Política**

Relaciones entre estados, política, arte y estética. Las formas de conceptualización de esos vínculos (propaganda política, estetización de la política, estado como obra de arte, estética y política, arte y poder). El arte y la producción cultural en las agendas de gobierno. Estructuras estatales y políticas públicas de promoción y control de la cultura y de propaganda de la obra de gobierno. Diferencias y especificidad de distintas producciones y soportes: pintura, arquitectura, cine, afiche, entre otras. Selección y comparación de casos históricos europeos o americanos.

### **Comunicación: prácticas y ámbitos educativos alternativos**

Los procesos de alfabetizaciones posmodernas, la dinámica instituyente y nuevos espacios sociales. Las dinámicas culturales, migraciones, hibridación. Emergencia de formas de institucionalidad. La relación inclusión/exclusión, de lo público y lo





privado, el poder y la hegemonía y de nuevas formas socioculturales. La relación comunicación, cultura, educación y los espacios de formación alternativos.

### **Comunicación y cultura para el cambio social**

Genealogía de la comunicación no hegemónica. Panorama Mundial: América Latina, Asia, África, Europa y Estados Unidos. Comunicación, Cultura y cambio socio cultural. Matrices socio culturales y matrices de comunicación en prácticas de transformación social.

### **Comunicación y educación**

La Comunicación y la Educación como fenómenos culturales: problemas, rasgos y articulaciones. Conformación socio-histórica, perspectivas teóricas y tradiciones en Latinoamérica: prácticas y experiencias. Los espacios de intervención/investigación en el campo. Los debates actuales. El campo de Comunicación/Educación y las políticas culturales en el marco de la globalización y el neoliberalismo. Conflictos y tendencias.

### **Comunicación y políticas públicas**

De las políticas de comunicación a la comunicación en las políticas públicas. La comunicación como perspectiva de análisis aplicada a las prácticas sociales y a las políticas públicas. Comunicación y espacio público. Lo público y la comunicación. La comunicación en la construcción de lo público. Aporte de la comunicación a la construcción de políticas públicas. Comunicación y política. Comunicación y poder. La relación de las políticas públicas con las diferentes perspectivas sobre planificación: estrategia y prospectiva. Comunicación y movilización social. El concepto de movilización social. El modelo macro intencional de la comunicación. Diferentes aplicaciones de comunicación a la movilización social. Estrategias de comunicación. La acción desde la comunicación y su perspectiva política. El rol del comunicador en el espacio público y en las políticas públicas.





### **Comunicación y prácticas socioculturales**

El lugar de la comunicación en las prácticas y la acción social. La producción social del sentido desde el aspecto cultural y social. Los estudios culturales y sus implicancias en América Latina y Argentina.

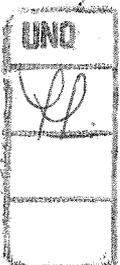
### **Comunicación, música y sociedad**

Las dimensiones económicas y estructurales de la industria musical. Orígenes de la contracultura. Gran Bretaña en los '60: del Swinging London a la Cultura de la Bomba. La crisis de Suez y el fin de las ilusiones imperiales. La transformación de la sociedad británica y la coronación de la reina Isabel. Guerrilla comunicativa y radicalización política. Antecedentes dadaístas y anarquistas. Enragés y situacionistas. Nuevos modos de comunicación y escenificación de las protestas: happenings, teatro callejero y subversión de la información.

### **Comunicación, organizaciones e instituciones**

¿Qué son las organizaciones? Similitudes y/o diferencias con las instituciones. Los sujetos, las organizaciones, las instituciones y la sociedad: claves de la interrelación. Perspectivas teóricas tradicionales para el estudio de las organizaciones. El lugar de la comunicación en ellas. Paradigmas de la simplicidad y la complejidad. La cultura como constructo analítico de trabajo en organizaciones e instituciones. El interjuego instituido/instituyente: aspectos de una dinámica. Las organizaciones e instituciones atravesadas por el poder: el lugar de la reproducción y las instituciones totales. Institución e imaginario. Psicología de las instituciones y las organizaciones: entre la invariancia y el cambio. El lugar de la identidad. La estructuración social y las organizaciones en ella. Modos de actuar. La institucionalización de un saber: el caso de la comunicación.

### **Consumos culturales y recepción**



La recepción y el consumo como lugar epistemológico y metodológico para repensar el estatuto de la comunicación. El aporte desde estudios culturales al debate. Audiencias, lecturas, públicos, consumidores, usuarios: conceptualización, historicidad y enfoques teórico-políticos. Usos sociales y mediaciones. La comunicación pensada desde la subalternidad.

### **Culturas juveniles**

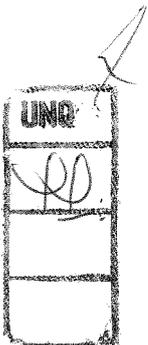
Adolescentes, jóvenes y consumos culturales. Las generaciones: perspectivas de vida y experiencia histórica. La década del sesenta: la emergencia de las culturas juveniles, las brechas generacionales y los cambios en la vida cotidiana. Las tres grandes revoluciones juveniles: la sexualidad, la afectividad y los roles de género. El papel de la música y los consumos culturales en la conformación de la identidad individual y colectiva. La moda y el estilo en la indumentaria. Los territorios imaginarios de pertenencia y los lugares de encuentro e interacción. El cuerpo, la presentación de sí mismo ante los otros, los códigos de comunicación no verbal. Las nuevas formas de la comunicación digital.

### **Delito, sociedad y estado**

El delito y sus causas. Tipos de delito. Las vivencias del delito desde la perspectiva de los actores involucrados. La influencia de las agencias policiales en la producción de ilegalismos subordinados. El miedo al delito. Procesos de estigmatización social en un contexto de fragmentación social y desconfianza institucional. Violencia e inseguridad en la agenda mediática. La construcción social del miedo y el pánico moral. Periodismo y seguridad ciudadana.

### **Derecho de la comunicación**

El derecho de la comunicación como derecho humano básico. Etapas históricas en la evolución de este derecho, su objeto y contenidos. Libertad de expresión y estructura social. Libertad de expresión y derechos humanos. La construcción de una prensa libre. Las desigualdades sociales como factor de clausura para la



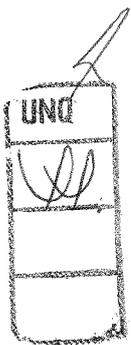
libertad de expresión de los sectores desaventajados. Bloqueo comunicacional y déficit informacional. Historia política y análisis del marco regulatorio de los medios masivos de comunicación.

### **Economía de las industrias culturales**

Nacimiento de la economía política: clásicos, neoclásicos y marxistas. La economía política de la comunicación: la escuela norteamericana y los investigadores ingleses. Aproximaciones a la economía política de la comunicación en América Latina. La relación con los estudios culturales. Frankfurt y el concepto de industria cultural. Los aportes de la economía política de la comunicación: la especificidad del campo cultural. La relación entre economía y cultura. La polémica definición de la mercancía en las industrias culturales. El público-audiencia y la producción de plusvalía. La valorización de los productos culturales. La plusvalía económica y la plusvalía simbólica. Los análisis de la producción: la concentración de la propiedad. La distribución: la generación de mayor plusvalía. La investigación del consumo: marketing y estudios culturales. Rasgos específicos de las mercancías culturales. Los componentes del valor en la producción creativa. La evolución de los procesos de trabajo en las industrias culturales. La división en ramas: edición discontinua, la edición continua, la prensa, el audiovisual. Producción y programación. Pleno taylorismo en la organización del trabajo. Internacionalización de los mercados. Oligopolios y carteles. La televisión de pago.

### **Gestión de medios de comunicación**

Los medios de comunicación como organización: estructura y gestión. Medios públicos, medios privados con fines de lucro y medios privados sin fines de lucro. La administración de recursos. Las formas de trabajo y su regulación. Lógicas empresariales y lógicas militantes. La gestión de medios y organizaciones de comunicación.



### **Gestión de prácticas de comunicación comunitaria y popular**

Nociones y metodologías en prácticas políticas de gestión de medios de comunicación comunitarios, organizaciones sociales y político culturales, movimientos sociales, programas y proyectos en políticas públicas que desarrollan políticas de comunicación y cultura. La gestión en tanto perspectiva integral de planificación y gestión de procesos políticos comunicacionales, organizacionales, económicos y tecnológicos.

### **Historia de los medios de comunicación**

Hitos conceptuales y problemáticos de la historia de los fenómenos comunicacionales. Oralidad y escritura. Emergencia y consolidación de los principales soportes mediáticos. Imprenta y modernidad. La prensa en relación a los movimientos sociales y políticos. Tecnologías de transmisión y reproducción del sonido. Medios audiovisuales. Transformaciones de los medios en el contexto de los procesos culturales contemporáneos. Surgimiento y desarrollo de medios comunitarios. Digitalización y nuevos medios.

### **Imaginarios sociales, prácticas colectivas y subjetividad**

Campo de problemas de la subjetividad. Transdisciplina. Individuo – Sociedad y procesos de significación colectiva. Imaginarios sociales, psiqué e historia. Modos históricos de subjetivación: sociedades disciplinarias y sociedades de control. Prácticas sociales, lógicas colectivas y producción de subjetividades. Deseos, historia y política.

### **Investigación y estudios en comunicación**

Las ciencias sociales, la comunicación y los posibles cruces: epistemología de un campo de investigación. La relación sujeto/objeto. Vigilancia epistemológica. Elementos para la investigación en comunicación. El aporte sociológico y antropológico a la construcción teórico/metodológica. Fases de un proyecto de investigación. Miradas cualitativas y miradas cuantitativas. La construcción de



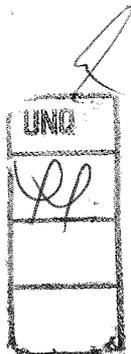
objetos de investigación en comunicación. Institucionalización del campo. Líneas de investigación en América Latina.

### **Literatura y sociedad en América Latina contemporánea**

La ciudad: transformaciones de la modernidad; sus nuevos habitantes; las redes de convivencia; sociabilidades: tradiciones, rupturas, transgresiones. Sujetos sociales del mundo contemporáneo —su representación en la literatura: la mujer, el trabajador, el niño, los migrantes. Formas e historias de la historia política de América Latina: literatura testimonial, memorias, revisiones teóricas. Imágenes y palabras: la fotografía como una de las formas de la crónica contemporánea. El diálogo entre las dos modalidades de representación de la sociedad.

### **Marketing integral en comunicación**

La comunicación y la información en las organizaciones en el siglo XXI. Los ámbitos de la comunicación en la organización. Objetivos de la comunicación organizacional. La comunicación integrada y la planificación. La publicidad institucional y sus canales. Factores que gravitan en la comunicación de la organización. Imagen. Tipos de imagen. Los públicos: clasificación. Roles y status. La comunicación interna. La comunicación formal e informal. Las comunicaciones financieras. La comunicación externa. Relaciones con la comunidad y la prensa. Relaciones con otras instituciones. Relaciones con organismos gubernamentales. Análisis, evaluación y gestión de acciones y canales *outdoors*. Crisis. Tipología. Análisis, evaluación y gestión de acciones y canales vinculados con la crisis. Comunicaciones especializadas según distintos tipos de organizaciones y sectores. La crisis de la representación de las instituciones tradicionales y el avance de la videopolítica. La democracia y la democracia audiovisual. El marketing y el espectáculo político. La construcción de los problemas sociales, de los líderes políticos y de los enemigos. El lenguaje de la política. El manejo de la controversia. La mentira en la propaganda. El lobby. El papel de las encuestas de



opinión. Análisis, evaluación y gestión de acciones y canales vinculados con la política y el ejercicio de los funcionarios: orden de precedencia y protocolo oficial.

### **Mediaciones e identidades culturales**

De los medios a las mediaciones. El lugar de las mediaciones y del consumo cultural en la sociedad actual. La cultura mediatizada. Los frentes culturales. De la identidad y la cultura como esencia a la noción de constructos culturales. Desigualdad, diferencia y desconexión. Los cambios en las subjetividades. Modernidad y posmodernidad. ¿Globalización o mundialización? Tensiones entre homogeneización/ diferenciación; lo masivo/ popular; lo universal / particular y lo nacional/ local. Multiculturalidad. La cultura mediática y las TICs como articuladores de sentidos sociales emergentes. El problema de la invisibilización/ visibilización pública.

### **Medios emergentes y mercados**

Desarrollo estructural de los sistemas comunicacionales y culturales con particular énfasis en la década del '80. Digitalización y convergencia. Impacto de las nuevas tecnologías de la información y comunicación en el mercado. Nuevos soportes y plataformas para la distribución y transmisión de la información y la cultura. Apropiación y usos sociales de las nuevas tecnologías en el mercado. Regulaciones, legislación y organismos de control.

### **Medios, internet y comunicación digital**

Internet como nuevo sistema sociocognitivo. La comunicación digital. Medios de comunicación en Internet. Estructura de los diferentes medios y soportes de comunicación. Aplicación, usos y potencialidades de las nuevas tecnologías. Técnicas y procesos de materialización de los mensajes en las redes. Estrategias de convergencia de medios integrados (cross-media). Diferencias y semejanzas entre web 1.0 y web 2.0. ¿La versión 3.0? Publicación colaborativa, alcances y limitaciones. Nuevos formatos, nuevos servicios, nuevas audiencias y su impacto



en el periodismo. Impacto de los nuevos formatos en los medios tradicionales. Nuevos modelos de producción a partir de las tecnologías digitales interactivas. De la Organización jerárquica a las descentralizadas, cooperativas y distribuidas. Cogniciones distribuidas, multitudes inteligentes. Redes Sociales, Social Media (Facebook, Twitter y semejantes).

### **Políticas internacionales de comunicación**

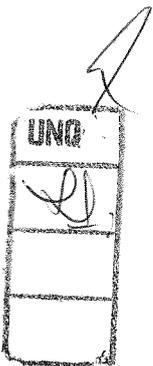
Dinámicas históricas en la internacionalización de la comunicación. El desarrollo de los medios y las concepciones acerca del rol del Estado. Definiciones de Políticas Nacionales de Comunicación y debate sobre Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación. Revisión crítica de los postulados de la Sociedad de la Información. Los organismos internacionales y nuevas formas de regulación internacional de la comunicación. La Radiodifusión en el mundo: estrategias estatales y privadas.

### **Problemas de género y derechos humanos**

Representaciones sobre el género. Construcción de identidades y modalidades de jerarquización. Nociones de discriminación, igualdad y ciudadanía en la perspectiva de género. Estereotipos y prácticas discriminadoras. El papel de los medios de comunicación en la construcción de las subjetividades y la difusión de estereotipos sexistas. La desigualdad y la violencia de frente a la normativa contemporánea de los derechos humanos. Políticas públicas y estrategias de intervención frente a la problemática. La recepción de los discursos mediáticos y las perspectivas de democratización de la comunicación.

### **Problemas de historia latinoamericana**

El fin de los imperios ibéricos y las revoluciones de independencia. La desintegración del espacio económico. La apertura comercial. Los ensayos constitucionales. Repúblicas e imperios. Militarización y ruralización. La reconstrucción liberal-autoritaria. Los autoritarismos progresistas. Crecimiento



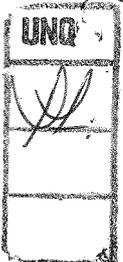
económico y centralización política. El auge exportador y su impacto sobre la economía interna. La crisis del orden oligárquico. La transición democrática: sufragio y revolución. La Crisis del Treinta y el fracaso de las experiencias democráticas. Centralización política e intervencionismo económico. Los proyectos reformistas y las experiencias revolucionarias. El populismo. El desarrollismo. Cuba y la “guerra fría” en América Latina. Las dictaduras militares. Los regímenes democráticos. La “década perdida” y las políticas promercado. Bienestar, pobreza y desigualdad.

### **Problemas de literatura y sociedad en el siglo XX**

El debate en torno a la Modernidad. La tradición de la ruptura y la ruptura de la tradición. El problema de los límites en los modos de representación, en las identidades y en los géneros literarios. La experimentación como programa: vanguardias históricas, neovanguardias y posvanguardias. Relaciones entre literatura y política. La representación del otro. Cruces entre literatura y biopolítica. Literatura, tecnologías y medios de comunicación: nuevas percepciones, discursos y soportes. Literatura y mercado: tensiones entre vanguardias, alta cultura, cultura popular y cultura de masas. Vínculos de la literatura con otras artes: procedimientos, lenguajes e imaginarios.

### **Problemas del cine latinoamericano**

El cine latinoamericano en el contexto de las historias y periodizaciones sobre el cine. La construcción del género en el cine latinoamericano: estructuras genéricas y modelizaciones sociales. La noción de unidad latinoamericana y las narrativas fílmicas nacionales. Tópicos nodales en el imaginario fílmico latinoamericano: la ciudad, el interior, el viaje, relaciones entre la historia y la memoria, las dictaduras, los exilios, las exclusiones, el mundo indígena, la identidad, la raza, las mujeres, los mitos fundacionales. La impronta del documental. Vinculaciones entre la literatura y el cine. La relación entre la práctica política y la teoría fílmica en



Latinoamérica. La revisión de los conceptos de realismo, modernidad, vanguardia, posmodernidad, autoría e hibridación.

### **Representaciones sociales y participación**

Vida cotidiana, sentido común y representaciones. La teoría de las representaciones sociales. La superación de la escisión individuo-sociedad. Sociogénesis y ontogénesis. Interacción, comunicación interpersonal y comunicación de masas. Marcos culturales y estructuras de poder. Integración de lo individual y lo colectivo, lo simbólico y lo social; el pensamiento, la acción, los valores y la comunicación. La construcción de enfoques transdisciplinarios para la investigación.

### **Rutinas productivas en medios de comunicación**

Procesos de organización del trabajo en los medios de comunicación a partir de la década del '80. Los profesionales de los medios (trabajadores creativos, personal técnico y artístico) y sus rutinas de trabajo. Impacto de las nuevas tecnologías y la digitalización en el proceso de trabajo y las tareas desarrolladas por los profesionales mediáticos. Nuevas condiciones tecnológicas, sociales y económicas del trabajo en las áreas de comunicación y cultura. Tipos de experiencias y ocupaciones que ofrecen a los trabajadores de las industrias culturales: lógica de flujo (radio/televisión), edición continua (prensa gráfica) y edición discontinua (cine, disco, libro). Similitudes y diferencias en los procesos de organización del trabajo entre los medios públicos, comerciales y sin fines de lucro.

### **Seminario sobre Análisis del discurso**

El concepto de discurso. Discurso y lenguaje. Discurso, representaciones e identidades sociales. Antecedentes del análisis del discurso. Procesos discursivos, coyunturas y eventos. Práctica social, práctica discursiva. El orden del discurso. Discurso político, discurso periodístico, discurso publicitario. Categorías de análisis



de la práctica discursiva. El concepto de contexto. Géneros discursivos y coherencia textual. El análisis del texto. Sujeto, enunciación y texto. Transitividad, procesos y participantes. La modalidad. La negación y las inferencias lingüísticas. Intertextualidad.

### **Seminario sobre medios de comunicación y memoria social**

Memoria e historia: Debates contemporáneos. Genealogía del concepto de memoria. La memoria en la construcción de las Identidades Colectivas y Sociales. La disputas de sentido en la escena pública. Memoria oficial y social. Los límites de la representación de los episodios sociales traumáticos. Los soportes contemporáneos de la memoria: medios, archivos, conmemoraciones, manifestaciones, monumentos. Usos pedagógicos del pasado.

### **Seminario y taller de crítica cultural contemporánea**

Debates estéticos y culturales en la expansión de los medios masivos a partir de la década de 1940 y en especial sus transformaciones desde 1970. Modernismo e impugnación del modernismo. Retorno al dadaísmo. Minimalismo. Pop art y cultura de masas.

### **Seminario y taller de Fotografía Periodística**



Nociones básicas sobre el origen e historia de la fotografía y su relación con la prensa gráfica. El lenguaje fotográfico y los elementos técnicos a tener en cuenta para la conformación de imágenes y su significado. El rol del reportero gráfico al hacer la toma. Características propias del fotoperiodismo y dentro de la fotografía documental. Géneros y técnicas. Etapas de la elaboración de una historia gráfica.

### **Seminario y Taller de Nuevas Pantallas**



Las pantallas. ¿Qué son las Nuevas Pantallas? Nativos digitales y Brecha digital. Prosumidores, lectura lineal, lectura hipervincular y uso de los nuevos medios. Internet como medio esencial para las nuevas pantallas. La aparición de sitios de

reproducción y descarga. Telefonía móvil y videojuegos. Hardwares y softwares de bolsillo. La aparición de las cámaras digitales, netbooks, teléfonos móviles, videojuegos y GPS. Lenguaje audiovisual para las nuevas pantallas.

### **Seminario y Taller de Nuevos Formatos Radiofónicos**

La comunicación radiofónica: sus componentes. Los planos sonoros. Géneros dramático, periodístico y musical. Los nuevos formatos radiofónicos. Del radioteatro a los radiodramas. Del documental al docudrama. De los informes radiofónicos a los radioclips. La entrevista como materia prima de los nuevos formatos. Historias de vida. Audiodocumentales. Edición de los materiales sonoros. Usos de la música y los recursos de la voz. Las artísticas.

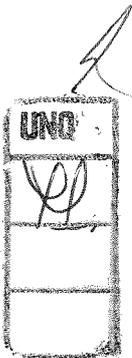
### **Seminario y Taller de Periodismo Digital**

Introducción al entorno Web. El lenguaje HTML. Hiperenlaces. Elementos multimedia. Metatags. Recursos de la red. Discurso y géneros en el periodismo digital: etiquetas. Sindicación RSS, Investigación en la red. Producción de un medio digital. Audio, video y fotos en Internet. Entornos e interfaces. Navegación. Narrativa multimedia interactiva. Edición digital, multimedia, hipermedia, hipertexto e interactividad. Servicios automáticos manejo contenidos CMS. Publicación colaborativa, Blogs, nuevas audiencias y su impacto en el periodismo. Los nuevos formatos en los medios digitales.

### **Seminario y Taller sobre Fuentes de Información**

Fuentes de información: concepto y clasificación. La reconstrucción de los hechos. Tipos de fuentes. Abordaje de fuentes: técnicas y obstáculos. Redacción y fidelidad de los testimonios. El secreto profesional. La dimensión deontológica del trato con las fuentes.

### **Seminario-Taller de lectura y producción escrita en ciencias sociales**



Diferentes enfoques sobre la lectura y la escritura: abordaje sociológico, antropológico, psicolingüístico, semiótico y cultural. Etnografía de la comunicación escrita. Prácticas y experiencias en escenarios diversos. Comunidades discursivas y de práctica. Escritura y producción de conocimiento en las diversas esferas de las prácticas académicas, profesionales y de divulgación científica. Formulación y desarrollo de proyectos de escritura relacionados con los distintos campos disciplinares de las ciencias sociales y las humanidades. Propuestas temáticas, y selección de géneros discursivos académicos: resumen, ponencia, artículo, ensayo, tesina, etc.

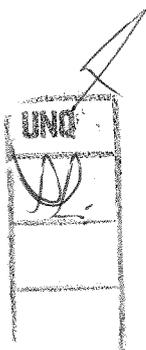
### **Sociedad de la información y TICs**

Estructura de las tecnologías de la información en su evolución histórica. Análisis de las tecnologías de la información y comunicación (TICs) en relación a sus formas de apropiación social, política y económica. Proceso de convergencia tecnológica: los medios de comunicación y otras industrias info-comunicacionales. Proyecto de Sociedad de la Información, brechas digitales y accesos diferenciales a bienes y servicios de información y comunicación.

### **Taller de Administración de Contenidos Web 2.0**



Definición general de sistema de administración de contenidos. Elementos fundamentales de un CMS. Tipos de CMS. Estrategias de organización de contenidos y modelos de flujos de trabajo. Usuarios: roles, grupos, permisos. Sistemas multipropósito de administración de contenidos: espacios, elementos, tecnologías implicadas, formas de organización de la información. Extensiones: tipos, configuración y políticas de uso. Planificación de un sitio Web 2.0. Estrategias de comunicación vinculadas a la producción y administración de contenidos y la participación activa de los usuarios. Instalación, configuración y administración de contenidos y usuarios de un WCMS. Diseño y desarrollo de la interfaz gráfica de usuario y de los elementos estéticos principales. Instalación de extensiones. Evaluación de usabilidad. Estrategias de promoción del sitio.



### **Taller de Análisis, Producción y Realización en Video**

Códigos visuales, sonoros y sintácticos. Propuesta analítica semiológica, gramatical y estructuralista. Características de la realización ficcional. Unidades narrativas. Idea. El guión técnico y el literario. El guión literario a tres puntos: características y ejemplos. El lenguaje audiovisual. Nociones de encuadre, movimiento de cámara y angulación. La imagen y su composición. El plano, el espacio fílmico y la secuencia. Las etapas de producción. Sinopsis, escaleta, storyboard y los elementos esenciales de una carpeta de solicitud de financiamiento. El montaje y la edición. La postproducción. La puesta musical en vivo.

### **Taller de comunicación en la producción de materiales educativos**

Abordaje comunicacional de los procesos de producción de materiales educativos. Concepciones amplias y restringidas de los materiales didácticos. Análisis, elaboración y producción de materiales educativos en distintos medios y lenguajes. Evaluación de materiales. El lugar de los materiales en los procesos educativos. Video educativo. Televisión educativa. Especificidad de los materiales didácticos para la educación a distancia.

### **Taller de Educación No Formal**

Perspectivas teórico-metodológicas en educación no formal y en educación popular. Metodologías y experiencias de educación popular en Argentina y América Latina. Políticas públicas, proyectos y experiencias en educación no formal. La relación con la educación formal. La educación social. Las problemáticas socioeducativas emergentes y el rol de la educación no formal: nuevos sujetos, redefinición de escenarios, agencias y agentes. Propuestas de formación, estrategias y materiales para la educación no formal.

### **Taller de Periodismo Agropecuario y Desarrollo Rural**



Características centrales de la Estructura Agraria Argentina. Características de la agricultura familiar. Trayectorias de las entidades del sector. Medios gráficos, radiales y televisivos vinculados a la actividad agropecuaria. La comunicación en los proyectos de extensión rural. Revistas especializadas y prensa institucional. La comunicación de las políticas públicas sobre el sector.

### **Taller de Periodismo Científico**

Estado de la ciencia en la actualidad. Revisión general de los grandes pensadores de la ciencia y la filosofía. Comprensión integral del pensamiento filosófico y científico como complementos de la historia del pensamiento racional. Análisis de la comunicación como una ciencia. La nota periodística: partes que la componen, tipos de nota. Especificidades de la nota de periodismo científico. Análisis de notas, papers y artículos divulgativos. El cable noticioso. Su redacción a partir de artículos de divulgación científica. La evaluación de la veracidad de los cables que se reciben en una redacción. La "pastilla" y la noticia breve en publicaciones científicas. La cita como espacio de expresión de las fuentes. El sumario ¿qué es?, ¿para qué sirve? Preparación de la entrevista. Estilos. La entrada de una nota: su importancia, diferentes tipos de estrategias para lograr distintos efectos en el lector. La edición. Ejecución de diversas técnicas de edición ¿Cómo editar un artículo de ciencia?

### **Taller de Periodismo de Interpretación y Análisis**

Géneros escritos de interpretación y análisis. Columnas de opinión y editoriales. Edición periodística. La responsabilidad social del periodista. Condiciones laborales del periodismo y su incidencia en el trabajo profesional. Periodismo ciudadano. Periodismo cívico. Periodismo social. Gestión del periodismo. Organización de la redacción. Prácticas intensas de escritura. Prácticas de edición periodística. Lectura y discusión, desde una perspectiva periodística, sobre temas estructurales y coyunturales de la Argentina y el mundo.



### **Taller de Periodismo de Investigación**

Periodismo de investigación. Libertad de prensa. Antecedentes e historia del género, casos relevantes y su impacto. Planificación del proceso. Definición y selección de fuentes, técnicas de investigación (hipótesis, observación, archivo, etc.), tareas de campo, cotejo y presentación.

### **Taller de Periodismo Gráfico**

El periodismo informativo, el interpretativo y de opinión. La emergencia de géneros híbridos: causas, incidencias, cambios y continuidades. La entrevista: modo directo e indirecto; técnicas. La columna y el perfil: características. Estilos y modelos. Los datos. La selección de la información y de las voces. Prácticas de escritura y reescritura en los géneros periodísticos de taller. El desarrollo, la historia y el estudio de revistas. El diseño y la diagramación de revistas. Las revistas con la emergencia de las TICs y su repercusión en la esfera de la comunicación social.

### **Taller de Periodismo Radiofónico**

Recursos técnicos: el estudio de radio. Radios en Internet y radios por Internet. Posibilidades y recursos sonoros. El guión radiofónico. Códigos comunicativos y realización radiofónica. El montaje radiofónico. La estructura narrativa. Diseño y planificación de programas. Los formatos periodísticos en la radio. Fases de producción, redacción, edición y emisión de los contenidos periodísticos. La producción en radio.

### **Taller de Periodismo Televisivo**

Formatos informativos. Noticieros. Programas de actualidad. Directo/diferido. Programas de investigación periodística. Ciclos de entrevista. Debates. De conversación. Opinativos. Educativos. De divulgación o de comunicación pública de la ciencia. Jerarquización de la información en televisión. Establecimiento de la agenda. Nuevos escenarios detrás de las noticias. El noticiero cinematográfico. La



información en el advenimiento democrático. Nuevos formatos informativos. La televisión por cable. Segmentación de señales. Los canales de noticias. Etapas de producción en la información. Narrativas informativas. La noticiabilidad audiovisual. La información audiovisual en internet.

### **Taller de Producción en Formatos Multimedia**

Competencias relacionadas a la adaptación y transferencia de un determinado tipo de información a diversos formatos multimedia. Estándares de optimización para la publicación de archivos de imagen fija digital. Estándares de optimización para la publicación de archivos de sonido digital. Producción de interfaces gráficas para discos ópticos, Formatos de Streaming Media para TV y radio online.

### **Taller de Realización Audiovisual Documental**

El documental. Acercamientos conceptuales al género. Evolución de los recursos estilísticos. Las modalidades de representación de la realidad. Las formas básicas de organizar textos documentales. Los patrones organizativos dominantes. Historia del cine documental. El Cine Documental en Argentina y América Latina. Etapas de producción. El documental cinematográfico. El documental televisivo. La imagen documental. Narrativas documentales. Elaboración de proyectos documentales. La investigación, título, sinopsis, propuesta estética, punto de vista narrativo, guión, plan de rodaje, postproducción.

### **Teorías de la opinión pública y construcción de la agenda**

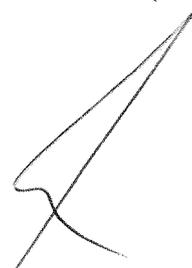
Definiciones de opinión pública (sujeto-objeto-ámbito). Las características de la opinión pública. Influencia de los medios y conducta política: información, gratificación y persuasión. La comunicación política y el cambio actitudinal: de la media-malaise al círculo virtuoso. La espiral del silencio. Agenda pública, agenda mediática y agenda política. Teorías de los efectos (el establecimiento de la agenda y construcción de perspectivas. Abordaje teórico, historia y estudios de casos). La construcción de la agenda de los medios (la agenda-building). La



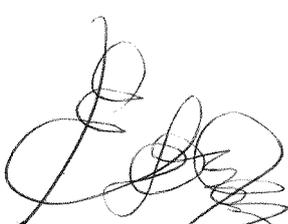
noticia como construcción (los “valores-noticia”). El gatekeeper. Los medios y las fuentes de información (indexing). Análisis de las agendas mediáticas (la metodología del análisis de contenido). Técnicas de relevamiento de información (entrevistas, grupos focales, estudios de caso, métodos de observación). Medición de la opinión pública, las técnicas cuantitativas: sondeos de opinión, encuestas, entrevistas, cuestionarios.



ANEXO RESOLUCIÓN (CS) N°: 175/14



Mg. Alfredo Alfonso  
Secretario General  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES



Mario E. Lozano  
Rector  
Universidad Nacional de Quilmes