

# COMUNICACION SOCIAL

1992

Universidad Nacional  
de Quilmes

EXPEDIENTE Nro. 151/0124/92.-

QUILMES, 11 de Mayo de 1992.-

VISTO el Decreto N° 2604/91 del Poder Ejecutivo Nacional, por el cual se designa a cargo del Rectorado de la Universidad Nacional de Quilmes al Director Nacional de Coordinación de Asuntos Universitarios del Ministerio de Cultura y Educación y se establece que la Dirección de Coordinación de Asuntos Universitarios se constituirá en organismo asesor y operativo permanente del funcionario designado, y

#### CONSIDERANDO:

Que efectuada la evaluación de los proyectos de carreras implementadas por la Universidad Nacional de Quilmes, se consideró necesaria la revisión de los mismos.

Que para dicha revisión se realizaron consultas y se requirió asesoramiento a distintos especialistas y personalidades destacadas en las disciplinas y ciencias involucradas en estos proyectos.

Que se efectuaron estudios comparados con planes de estudio de otras Universidades e Instituciones del país que conducen a la formación de profesionales con iguales o similares características.

Que las profesionales de la mencionada Dirección, asignadas al estudio de la carrera de Comunicación Social, realizaron el análisis del diseño curricular con el Coordinador de la citada carrera a fin de obtener mayor información acerca del proyecto y de los perfiles de los egresados.

Que sobre esta base, se consideró que correspondería otorgar el título de Licenciado en Comunicación Social y de Técnico Universitario en Comunicación Social y se reelaboró el mencionado diseño.

Que, asimismo, se ha procedido a reformular las incumbencias profesionales de los citados títulos.

Por ello,

EL DIRECTOR NACIONAL DE COORDINACION DE ASUNTOS UNIVERSITARIOS A  
CARGO DEL RECTORADO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES

#### RESUELVE:

ARTICULO 1°.- Aprobar el plan de estudios correspondiente a la carrera de Comunicación Social, para los ingresantes 1991 y 1992, el que como Anexo 1 integra la presente Resolución.

ARTICULO 2°.- Establecer como títulos a otorgar a quienes cumplimenten los requisitos previstos en el plan de estudios, los de Técnico Univer



*Universidad Nacional  
de Quilmes*

sitario en Comunicación Social y Licenciado en Comunicación Social.

ARTICULO 3°.- Proponer como incumbencias de los títulos a los que se hace mención en el artículo 2°, las actividades profesionales que se enuncian en el Anexo II.

ARTICULO 4°.- Regístrese y elévese a consideración del Señor Ministro de Cultura y Educación de la Nación. Cumplido, comuníquese a las áreas académicas correspondientes y archívese.

Resolución Nro. 213/92.-



**LIC. IGNACIO PALACIOS HÍBALGO**  
DIRECTOR NACIONAL  
A CARGO DE RECTORADO  
UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES



Universidad Nacional  
de Quilmes

ANEXO I

Título. LICENCIADO EN COMUNICACION SOCIAL

(duración 5 años)

PLAN DE ESTUDIOS

| ASIGNATURAS                                            | CUATRIMESTRE | CORRELATIVAS |
|--------------------------------------------------------|--------------|--------------|
| 1.- Historia Social General                            | 1º           | ---          |
| 2.- Teoría de la Comunicación                          | 1º           | ---          |
| 3.- Lengua                                             | 1º           | ---          |
| 4.- Técnicas de la Comunicación I                      | 1º           | ---          |
| 5.- Taller de Problemática de la Comunicación          | 1º           | ---          |
| 6.- Elementos de Economía                              | 2º           | ---          |
| 7.- Técnicas de la Comunicación II                     | 2º           | 4            |
| 8.- Taller optativo                                    | 2º           | ---          |
| 9.- Fundamentos de Sociología                          | 3º           | ---          |
| 10.- Comunicación Popular                              | 3º           | 2-5          |
| 11.- Semiótica I                                       | 3º           | 2-3          |
| 12.- Técnicas de la Comunicación III                   | 3º           | 3-7          |
| 13.- Taller de Formación en recepción crítica          | 3º           | 5-7          |
| 14.- Historia Social Argentina y Latinoamericana       | 4º           | 1-6          |
| 15.- Fundamentos de Psicología                         | 4º           | ---          |
| 16.- Técnicas de la Comunicación IV                    | 4º           | 12           |
| 17.- Taller Optativo                                   | 4º           | ---          |
| 18.- Corrientes Ideológicas Contemporáneas             | 5º           | 14           |
| 19.- Psicología Social                                 | 5º           | 9-15         |
| 20.- Semiótica II (Análisis del discurso)              | 5º           | 11           |
| 21.- Técnicas de la Comunicación V                     | 5º           | 11-16        |
| 22.- Taller Optativo                                   | 5º           | ---          |
| 23.- Historia Social del Arte                          | 6º           | 14           |
| 24.- Sociología de la Comunicación                     | 6º           | 10-19        |
| 25.- Técnicas de la Comunicación VI                    | 6º           | 21           |
| 26.- Taller Optativo                                   | 6º           | ---          |
| 27.- Legislación y Ética                               | 7º           | 18-24        |
| 28.- Comunicación y Educación                          | 7º           | 20-24        |
| 29.- Metodología y Técnicas de la Investigación Social | 7º           | 20-24        |
| 30.- Taller Optativo                                   | 7º           | ---          |





## Universidad Nacional

### de Quilmes

12.

|                                                          |          |          |
|----------------------------------------------------------|----------|----------|
| ✓ 31.- Historia de los Medios y Sistemas de Comunicación | 80       | 18-24    |
| - 32.- Métodos de Investigación en Comunicación          | 80       | 29       |
| 33.- Tecnología de los Medios                            | 80       | 25       |
| ✓ 34.- Taller Optativo                                   | 80       | ---      |
| 35.- Publicidad y Propaganda                             | 90       | 28       |
| 36.- Políticas y Planificación en Comunicación           | 90       | 27-32    |
| ✓ 37.- Taller Optativo                                   | 90       | ---      |
| 38.- Taller de elaboración del trabajo final             | 90 y 100 | 28-32    |
| 39.- Organización de la empresa informativa              | 100      | 20-33-36 |
| ✓ 40.- Taller Optativo                                   | 100      | ---      |

Talleres Optativos: podrán incorporarse otros y/o sustituirse los que se mencionan a continuación, en función de posibilidades y demandas. Las asignaturas, cuya aprobación se requiere para realizar los talleres, se establecerán en oportunidad de su implementación y para cada uno de ellos.

- Archivo y documentación
- Diagramación y diseño gráfico
- Expresión oral
- Fotografía
- Historieta
- Comunicación popular
- Comunicación institucional
- Periodismo y comunicación científica
- Periodismo interpretativo
- Producción de video
- Radio y televisión en proyectos educativos
- Producción de espectáculos populares

Las correlatividades corresponden a asignaturas aprobadas.

La dedicación horaria para las asignaturas es de 5 hs. semanales.

#### Otros requisitos para la obtención del título

3 niveles de Inglés

2 niveles de Computación

TRABAJO FINAL



INCUMBENCIAS PROFESIONALES PARA EL TITULO DE LICENCIADO EN  
COMUNICACION SOCIAL.

- Realizar estudios e investigaciones relativos a los sistemas, modelos y procesos comunicacionales, los medios de comunicación social, y la estructura, organización y significado de los diversos mensajes.
- Asesorar acerca de los sistemas, modelos y procesos comunicacionales, los medios de comunicación social y la estructura, organización y significado de los diversos mensajes.
- Diseñar modelos de comunicación social y planificar, implementar y evaluar sistemas comunicacionales.
- Producir, elaborar, interpretar y evaluar mensajes y discursos.
- Efectuar diagnóstico comunicacional en medios masivos, grupos e instituciones.
- Planificar, implementar y evaluar campañas comunicacionales.
- Realizar arbitrajes y peritajes relacionados con sistemas y modelos comunicacionales y la contextualidad de los mensajes.

INCUMBENCIAS PROFESIONALES PARA EL TITULO DE TECNICO UNIVERSITARIO EN COMUNICACION SOCIAL

- Producir y elaborar mensajes.
- Colaborar en la realización de estudios e investigaciones relativos a los medios de comunicación social y a la estructura, organización y significado de los mensajes.
- Colaborar en la planificación, implementación y evaluación de medios de comunicación y de sistemas comunicacionales.
- Colaborar en la planificación, implementación y evaluación de campañas comunicacionales.





*Universidad Nacional*  
*de Quilmes*

Título: TECNICO UNIVERSITARIO EN COMUNICACION SOCIAL

(duración 3 años)

PLAN DE ESTUDIOS

| ASIGNATURAS                                      | CUATRIMESTRE CORRELATIVO |       |
|--------------------------------------------------|--------------------------|-------|
| 1.- Historia Social General                      | 1Q                       | ---   |
| 2.- Teoría de la Comunicación                    | 1Q                       | ---   |
| 3.- Lengua                                       | 1Q                       | ---   |
| 4.- Técnicas de la Comunicación I                | 1Q                       | ---   |
| 5.- Taller de Problemática de la Comunicación    | 1Q                       | ---   |
| 6.- Elementos de Economía                        | 2Q                       | ---   |
| 7.- Técnicas de la Comunicación II               | 2Q                       | 4     |
| 8.- Taller Operativo                             | 2Q                       | ---   |
| 9.- Fundamentos de Sociología                    | 3Q                       | ---   |
| 10.- Comunicación Popular                        | 3Q                       | 2-5   |
| 11.- Semiótica I                                 | 3Q                       | 2-3   |
| 12.- Técnicas de la Comunicación III             | 3Q                       | 3-7   |
| 13.- Taller de Formación en recepción crítica    | 3Q                       | 5-7   |
| 14.- Historia Social Argentina y Latinoamericana | 4Q                       | 1-6   |
| 15.- Fundamentos de Psicología                   | 4Q                       | ---   |
| 16.- Técnicas de la Comunicación IV              | 4Q                       | 12    |
| 17.- Taller Operativo                            | 4Q                       | ---   |
| 18.- Corrientes Ideológicas Contemporáneas       | 5Q                       | 14    |
| 19.- Psicología Social                           | 5Q                       | 9-15  |
| 20.- Semiótica II (Análisis del discurso)        | 5Q                       | 11    |
| 21.- Técnicas de la Comunicación V               | 5Q                       | 11-16 |
| 22.- Taller Operativo                            | 5Q                       | ---   |
| 23.- Historia Social del Arte                    | 6Q                       | 14    |
| 24.- Sociología de la Comunicación               | 6Q                       | 10-19 |
| 25.- Técnicas de la Comunicación VI              | 6Q                       | 21    |
| 26.- Taller Operativo                            | 6Q                       | ---   |
| 27.- Legislación y Ética                         | 7Q                       | 18-24 |

Las correlativas corresponden a asignaturas aprobadas.

La dedicación horaria para las asignaturas es de 5hs. semanales.

Se deberán cumplimentar los niveles de Inglés y Computación correspondientes.



Universidad Nacional  
de Quilmes

LICENCIATURA EN COMUNICACION SOCIAL: CONTENIDOS MINIMOS

Historia Social General

Principales aspectos económicos, sociales y políticos que acompañan el desarrollo del capitalismo en Europa. Revolución Industrial. Las Revoluciones burguesas, desarrollo de las clases sociales, ascenso de la burguesía y desarrollo del movimiento obrero. Expansión colonial e imperialismo. La revolución rusa. Primera y Segunda Guerra Mundial. La evolución del capitalismo de post-guerra.

X Teoría de la comunicación

La comunicación social como fenómeno político-económico. La concepción funcionalista norteamericana. La investigación empírica: audiencia, efectos y análisis de contenido. Las concepciones críticas. La escuela de Frankfurt: industria cultural y desarrollo capitalista. Las reflexiones culturológicas europeas. Los análisis latinoamericanos: crítica al difusionismo desarrollista. De la teoría de la dependencia a la teoría de la manipulación en el área de las comunicaciones. Aproximaciones económico-sociales y político-ideológicas al desarrollo de los sistemas de MCS. Reformulaciones actuales.

X Lengua

Introducción a la problemática del lenguaje: lenguaje, lengua y habla. La problemática del signo lingüístico. Arbitrariedad del signo. Signo y sistema. Relaciones sintagmáticas y paradigmáticas. La estructura de la comunicación verbal y las funciones del lenguaje. Signo lingüístico y signo ideológico: factores extra verbales de la comunicación verbal.

Gramática de la oración. Nociones básicas de morfosintaxis castellana.

Normativa de la lengua. Corrección y adecuación. Ortografía. Corrección de agramaticalidades más habituales: discordancias, dequeísmo, anomalías de subordinación y combinación, etc.





Universidad Nacional

de Quilmes

12.

Técnicas para el mejoramiento de la expresión oral y escrita. Ajustes y correspondencias entre estructura lógica y estructura discursiva. Figuras retóricas, segmentación del discurso y efectos buscados.

Periodismo y literatura: contactos y mezclas discursivos.

#### Técnicas de la Comunicación I

La comunicación social. El fenómeno comunicacional entre los medios escritos y el público. La prensa como factor de poder.

El mensaje escrito. Variedad. Características. Lenguaje: administrativo e informativo. Estilo Literario. Estilo periodístico. El diario. La noticia. Las agencias informativas nacionales y extranjeras.

#### Taller de Problemática de la Comunicación

Cultura tradicional y cultura de masas.

Medios de Comunicación Social: crecimiento o manipulación Apocalípticos, integrados y críticos.

Comunicación y poder. La explosión informática. Industrialización de las comunicaciones.

Flujos de información y soberanía nacional. Un solo mundo: ¿voces múltiples?

Comunicación y cultura. Derecho a la comunicación. Medios de comunicación "informales". Medios alternativos y/o populares de comunicación.

Comunicación y democracia. Multimedios. El complejo telemático. Ecología de la Comunicación.

#### Elementos de Economía

El problema económico. Principio de la escasez. Micro y Macro-economía. Modelos económicos. Conceptos básicos. Consumo, producción, precios y mercados, precio de los factores. Medición de la actividad económica. P.B.I., valor agregado, distribución del ingreso. Variables macroeconómicas: consumo, ahorro, inversión, gasto público.





Universidad Nacional

de Quilmes

13.

Dinero, emisión y crédito. Dinero y precios: valor del dinero, inflación, política monetaria y fiscal. La inflación en la Argentina. Desarrollo y sub-desarrollo: teorías del crecimiento económico, dependencia, el problema en América Latina y Argentina. Planificación función del Estado. Clases de planes. Liberalismo y planificación.

#### Técnicas de la Comunicación II

Géneros periodísticos: crónica, artículo, reportaje y comentarios. Análisis de su trascendencia, eficacia y utilidad social.

Gacetilla. Comunicación institucional. Conferencia de prensa. Publicaciones empresarias. Oficinas de prensa en empresas e instituciones.

El lenguaje publicitario dentro del fenómeno comunicacional y su repercusión social.

#### Fundamentos de Sociología

Elementos teórico-metodológicos que posibilitan la comprensión de la dimensión social de la conducta. Categorías conceptuales más significativas. Estructura y proceso social: diferenciación social, conflicto y cambio; poder y dominación. Los procesos de evolución y cambio de las estructuras sociales.

#### Comunicación popular

Concepto y definiciones afines. Experiencias alternativas de comunicación en A.L. El "Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación" y la comunicación popular. Democratización de la comunicación y derecho a la comunicación. Comunicación y transformación tecnológica. Características de la comunicación popular. Voluntad de cambio y utopía. El mensaje de la comunicación popular. Comunicación popular, cultura y modernidad.

#### Semiótica I

Los fundamentos saussureanos de la semiología. Semiótica y semiología. De la lingüística como semiótica de la lengua a la



Universidad Nacional  
de Quilmes

14.

semiótica de otros sistemas de signos. Signo y señal. Revisión de la pertinencia de las categorías lingüísticas para un análisis de producciones culturales y comunicacionales no verbales.

Distinción entre semióticas denotativas y connotativas (Hjelmslev). Desarrollos ulteriores del saussurismo: Barthes, Buyssens y otros. Charles S. Peirce y la semiosis: esquemas ternarios y relación signica. Charles Morris y el behaviorismo de Bloomfield. Cultura, sistemas de signos y comunicación; paso de información o interpretación del mensaje; las teorías de Umberto Eco.

Semiótica de los códigos visuales. El signo icónico en los códigos de la cultura de masas. Semiótica de los códigos cinematográfico, televisivo, publicitario. Análisis integral del código periodístico como combinación compleja y variable de códigos diversos.

X Técnicas de la Comunicación III

La comunicación oral. Caracteres de la lengua hablada. El arte de la palabra. Teoría y fines de la elocuencia. La ética y la palabra.

El orador. Su formación. Sus cualidades. La voz humana.

La audiencia. Su psicología. Interlocutor, público y masa.

Géneros de comunicación oral. Interpretación, conversación entrevista, disertación, deliberación. Práctica intensiva.

X Taller de formación en recepción crítica

El ser crítico. Desarrollo de la conciencia crítica. Educación y medios de comunicación: propuestas para una pedagogía de la recepción. De las teorías críticas a las prácticas críticas. La "lectura" crítica en la escuela. Desarrollo, aplicación y evaluación de técnicas y métodos de recepción crítica. Método "semiótico-cultural".

X Historia Social Argentina y Latinoamericana

La herencia Colonial. Inserción de América Latina en el mercado internacional y la configuración de los sistemas políticos. Movimientos sociales y políticos en la primera mitad del Siglo XX. Dinámica rural y procesos campesinos. Movimientos obreros. Etnia y Clase





Universidad Nacional

de Quilmes

15.

ses en América Latina. Diversas formas de inserción en la economía mundial durante el siglo XX. Evolución de la población. Crisis Social y pobreza urbana. Evolución de las relaciones con los países industrializados. La utopía de la modernidad periférica. La creación del mercado latinoamericano.

#### Fundamentos de Psicología

Aspectos estructurales y dinámicos del psiquismo humano. Diferentes categorías conceptuales en el abordaje de la singularidad psíquica: su significación en el contexto de los marcos teóricos a las que pertenecen.

El sistema intra-intersubjetivo. El modelo psicoanalítico. Aparato psíquico. La relación yo - mundo.

#### Técnicas de la Comunicación IV

La radio. Especificidad del medio. Limitaciones, posibilidades y recursos. El Lenguaje radiofónico. Los "ruidos" en la comunicación radiofónica. La comunicación de retorno.

Los formatos radiofónicos.

La información radial. El guión radiofónico. Producción y programación de un programa tipo.

Educación y radio.

Breve historia de la radio en Argentina. Características técnicas.

Ondas y frecuencias. Clases de emisoras y su poder comunicacional.

#### Corrientes ideológicas contemporáneas

La matriz filosófica de la modernidad: la autonomía del pensamiento laico. Desarrollo del humanismo y las nuevas visiones ideológicas. El concepto de soberanía. Contractualismo. Iluminismo. Utilitarismo. Las tradiciones filosófico-políticas del Siglo XIX: Idealismo, materialismo, utilitarismo inglés. El romanticismo. Las concepciones sobre el Estado: el Estado absoluto, la democracia liberal; el marxismo. La teoría del estado social. La crisis del es-

tado liberal: comunismo, fascismos, los desarrollos del Estado de Bienestar. La social democracia. Las respuestas periféricas. El caso latinoamericano.

+ Psicología Social

Los fenómenos grupales e institucionales. Diferentes - perspectivas, y niveles en el análisis de lo grupal: estructura y dinámica, lo manifiesto y lo latente. Momentos en la tarea grupal: obstáculos, resistencia y proyecto. Algunos indicadores para la lectura de la dinámica y el proceso. Diferentes puntos de vista en el abordaje de lo institucional. Las relaciones sociales en el marco institucional y en el contexto socio-político. La cuestión del poder en las instituciones.

+ Semiótica II (Análisis del discurso)

Modelos teóricos para el análisis del discurso. Límites del modelo lingüístico-estructural: la problemática del enunciado. Enunciación y contexto. Subjetividad en y por el lenguaje: deixis y subjetivemas. Sujetos de discurso. Sujeto hablante, locutor y enunciadores. Enunciadores y puntos de vista. Dimensión dialógica del enunciado: discurso e ideología.

Cohesión, consistencia y coherencia. Semántica, significado y sentido; concepto y referente. Uso e indeterminación del significado; denotación y connotación. Significado léxico, gramatical y contextual. Estructuras discursivas y sentido. Macroestructuras y superestructuras. Estructuras narrativas y argumentativas.

El problema de la lectura y la recepción. Problematicidad del concepto de interpretación. Las prácticas discursivas y comunicacionales como dispositivos políticos: las pragmáticas y la noción de uso (s) como horizonte conceptual de las teorías contemporáneas.

+ Técnicas de la comunicación y

Naturaleza, estructura y lenguaje de la imagen. Sus signos.





*Universidad Nacional*  
*de Quilmes*

17.

Diseño gráfico: publicitario (afiches, avisos, etc.), educativo (textos y material didáctico), industrial (envases, etiquetas, códigos universales de instrumental, etc.), vial (código universal de señales, etc.).

La fotografía: el lenguaje de la fotografía. Valor comunicacional del material gráfico. Reportajes y artículos gráficos. La fotografía publicitaria. Ética y fotografía.

+ Historia Social del Arte

Análisis de la naturaleza de la obra de arte: autonomía y estructura de sentido, lógica interna e interpretación. Enfoques interpretativos que devienen en formulaciones históricas. Historia de los estilos: descripción de la evolución de las diferentes líneas artísticas; los creadores. Los individuos como creadores, las obras como manifestación de su problemática personal y la interpretación como proyección de estructuras psicológicas individuales y grupales. La biografía psicológica como clave. La correspondencia simbólica como método de decodificación. Historia Social del Arte: límites y posibilidades. Indagación de la relación marco social-creaciones artísticas. Diferentes formas en cada arte. Creaciones artísticas y estilos; su relación con las formas de la estructura social, grupos sociales, sectores de poder. El proceso ideológico y la obra de arte. Periodos artísticos y periodos históricos. Cambio social y cambio artístico. Aportes formalistas y psicologistas.

+ Sociología de la Comunicación

Los distintos campos de la sociología. La sociología de la comunicación como parte de la ideología nacional.

Comunicación de masas. Su naturaleza, objetivos y funciones. Necesidad social o mercancía. Los diferentes sistemas de comunicación de masas.

Efectos de la comunicación de masas. Reforzamiento o conversión.

Predisposiciones de la audiencia. Mediadores. Propaganda política.

Opinión pública y manipulación. Líderes de opinión.

11.

18.

Comunicación de masas y cultura. Cultura de masas. Penetración cultural y dominación. Comunicación y cambio social.

Desarrollo y comunicación. Teorías y métodos de la acción comunicacional participativa.

Democratización del acceso a la producción y consumo de comunicación.

#### Técnicas de la Comunicación VI

El cine: su lenguaje. El fenómeno social. Su historia. Distintas escuelas. Cine y sociedad. Cine publicitario. Ética y cine.

La televisión: su lenguaje. Información televisiva. Contenidos. Interpretación de la realidad. Material nacional y extranjero. Programas periodísticos formadores de opinión: en vivo, grabados, - mesas redondas, reportajes. Ética y TV.

#### Legislación y Ética

Función social del comunicador social. Rol del comunicador en la sociedad. Valoración ética de sus funciones. La libertad del comunicador social. Ética y deontología del comunicador social. Propiedad y pertenencia del mensaje.

Pautas legales que rigen la actividad del comunicador social en el orden nacional e internacional: Estatuto del Periodista. Ley de Radiodifusión, colegiación, agremiación.

Derecho a informar y a ser informado. Derecho a réplica. Censura y autocensura. El delito en la comunicación.

El derecho a la información en la Constitución Nacional y en las Provinciales.

Derecho a la privacidad y a la intimidad.

#### Comunicación y Educación

El proceso de socialización. Sus agentes.

Sistemas comunicacionales y sistemas educativos.

Comunicación y apropiación del conocimiento.

Estímulos a la creatividad o "identificación" con el modelo





Medios de comunicación y modelo dialógico.  
"Mass-media" e instituciones educativas. Complementariedad o antagonismo.

Pedagogía de la recepción de mensajes escritos y audiovisuales.

Pedagogía de la producción de mensajes.

El periódico en la escuela. Análisis y perspectivas.

Educación a distancia.

### Metodología y técnicas de la Investigación Social

Los problemas epistemológicos de las ciencias sociales y su influencia en la constitución de una lógica especial de investigación diferente a la de otras ciencias fácticas. Discusión actual sobre el valor de la utilización de la Hipótesis como forma de aproximación a la identificación de un "problema". Los límites de la precisión del lenguaje científico.

Procedimientos usuales para recoger, procesar y analizar información empírica. Identificación de un objeto de investigación, el estudio de sus antecedentes, su vinculación con un marco teórico; dimensiones y variables: selección y elaboración de instrumentos de recolección de datos. Fuentes primarias y secundarias. Elementos de Estadística. Lectura e interpretación de cuadros.

### Historia de los medios y Sistemas de comunicación

La comunicación como fenómeno socio cultural. Las técnicas de producción social de mensajes. La imprenta en Europa y su difusión en América Latina. La prensa periódica y su influencia política. El "diarismo", su desarrollo empresario. La radio y el cine: su aparición, su desarrollo y configuración como industria cultural. La televisión como fenómeno social, político y económico. Complementariedad de los sistemas de medios: redes intensivas y extensivas. Políticas sociales y políticas empresarias en medios de comunicación.



### X Métodos de Investigación en Comunicación

Enfoque global y atomístico del proceso de comunicación. Modelos y antecedentes históricos en la investigación de procesos y sistemas comunicacionales. Diversas opciones teóricas y metodológicas: lectura ideológica, análisis de usos sociales, de los re cursos estéticos, etc.

Situación actual y perspectivas. Elaboración de un proyec y análisis crítico del mismo.

### + Tecnología de los medios

Soportes técnicos de la comunicación.

Técnica gráfica: métodos de composición (fotocomposición y sistemas "laser"). Diagramación y armado. Diagramación en pantalla. Tipografía. Policulado. Impresión monocromática y policromática. Distintos sistemas. Papeles. Encuadernación.

Telecomunicación y comunicación satelital. Uso de la red mundial de cables, teléfono, télex, telefoto, telefax, etc. Digit lización de la información.

Radio y TV: su técnica, frecuencias, potencia, producción y realización. TV color. Escenografía, ilustraciones, sonido, iluminación, redes, repetidoras.

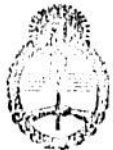
Fotografía: película, sensibilidad, revelado, copia. Parámetros elementales. Foco, velocidad, profundidad de campo. Reglas básicas de composición. Técnicas de laboratorio.

### X Publicidad y propaganda

La propaganda: religiosa, política, institucional. Antecedentes en cada campo. La opinión pública como concepto teórico y su uso generalizado.

La publicidad: su origen y fundamentación en el capitalismo avanzado. Funciones económicas, sociales y políticas en el sistema. Técnicas de difusión usuales en publicidad y propaganda.





Universidad Nacional

de Quilmes

111.

### Políticas y planificación en comunicación

Concepto de planificación. Teorías sobre la relación entre el Estado y la planificación. De la planificación económica a la planificación en el campo de la cultura y la comunicación. La planificación en los diferentes sistemas políticos y económicos. Análisis de casos. Políticas nacionales e internacionales de comunicación frente a la expansión de nuevas tecnologías. Políticas y planes regionales de comunicación. Planificación de medios. "target". Nivel socio-económico del receptor. Pautas de programación. Sistemas de medición de audiencia.

### Taller de elaboración del trabajo final

En este taller, el alumno elaborará con la orientación y guía de un profesor, el anteproyecto de un estudio o investigación. Su desarrollo deberá comprender las siguientes etapas: 1) Delimitación del tema 2) formulación del marco teórico o conceptual 3) técnicas a utilizar 4) informes periódicos de su evolución. 5) cronograma de trabajo. Culmina con la aprobación del TRABAJO FINAL.

### Organización de la Empresa Informativa

Caracteres. Peculiaridades.

Su inserción en la sociedad. Su ubicación frente al poder político y económico.

Legislación nacional y extranjera acerca de su funcionamiento.

Los multimedios.

Propietarios, capital, fuentes de mantenimiento y control. (Publicidad y venta directa).

Estructura básica de toda empresa de comunicación. Dirección-gerencia. Administración. Producción. Técnicas de difusión. Equipo humano. Capacitación profesional.

### Talleres optativos

Técnicas expresivas y uso de equipos propios de las distin



*Universidad Nacional  
de Quilmes*

112.

tas formas comunicacionales. Búsqueda, análisis e interpretación crítica de artículos, programas y medios de comunicaciones.

Niveles de Inglés y Computación

Se requerirán al Departamento correspondiente de acuerdo con las necesidades emergentes del desarrollo de las actividades e ducativas.