



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

0173

ORDENANZA N°

NEUQUÉN, 11 FEB 2003

VISTO; el Expediente N° 02952/02; y,

CONSIDERANDO:

Que, por Resolución N° 0155/02 el Consejo Directivo de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales solicita al Consejo Superior la modificación del Plan de Estudios de la carrera "Comunicación Social";

Que, el Plan de Estudios vigente de la carrera Comunicación Social fue aprobado mediante Ordenanza N° 0791/93 y su reordenamiento Ordenanza N° 0343/95;

Que, dicha modificación surge de la necesidad de adecuar objetivos, contenidos, cargas horarias ó régimen de correlatividades;

Que, la Dirección de Administración Académica informa que habiéndose realizado las correcciones sugeridas, no existen observaciones administrativas para acceder a lo solicitado por la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales;

Que, la Comisión de Docencia y Asuntos Estudiantiles emitió despacho aconsejando aprobar las modificaciones propuestas, en tanto las mismas no presuponen un cambio en la denominación del título, de las incumbencias y del perfil del egresado;

Que, el Consejo Superior en sesión ordinaria de fecha 12 de Diciembre de 2002 trató el despacho de la comisión y aprobó por unanimidad el cambio del Plan de Estudios;

Por ello:

**EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DEL COMAHUE
ORDENA:**

ARTICULO 1°: Aprobar el Plan de Estudios de la carrera "Comunicación Social" perteneciente a la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, de acuerdo al Anexo Único de la presente.-

ARTICULO 2°: Establecer que el Plan de estudios aprobado comienza a regir a partir del año 2003.-

ARTICULO 3°: Regístrese, comuníquese y archívese.-

Silvia Horne
Secretaría Consejo Superior
Universidad Nac. del Comahue

Dra. Ana María Pechén de D'Angelo
RECTORA
Universidad Nacional del Comahue



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

1. PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

1.1. Introducción

Desde la alborada del primate hasta la actualidad, las prácticas comunicativas son una constante que merece ser estudiada con la mayor atención, reparando en sus alcances, intencionalidades, estilos expresivos, formas de interpretar y recrear la realidad, modos de proyectar la imaginación y desarrollar la creación artística.

Esas prácticas tienen lugar en un entramado social que hay que conocer por cuanto es origen y resultado de ellas. En consecuencia, un contexto autoritario e intolerante propiciará una comunicación impositiva, opresiva e incapaz de comprender, mientras que una sociedad democrática produce y es producto de una comunicación pluralista y participativa.

En nuestro tiempo, la comunicación constituye un elemento vital en tanto aumenta las posibilidades de supervivencia del ser humano y contribuye a mejorar su calidad de vida y a dignificar su existencia.

Por esta razón, y por encima de cualquier interpretación tecnocrática, instrumental o utilitaria, la comunicación es un fenómeno propio de la humanidad y su abordaje no puede realizarse prescindiendo de ella.

El hombre, en diálogo consigo mismo, en contacto con otro o en relación con otros es el objeto de interés prioritario para las carreras que se imparten en el Departamento de Comunicación Social. Esta oferta educativa procura abordar con perspectiva crítica nuestra proteica cotidianeidad y proveer sólida formación académica a sus estudiantes de:

Licenciatura en Comunicación Social	Profesorado en Comunicación Social
<ul style="list-style-type: none">* con mención en Periodismo* con mención en Gestión y Producción* con mención en Locución	



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

1. 2. Criterios de estructuración del plan de estudios

La carrera que culmina con el grado de **Licenciado** se desarrolla en cuatro años que comprenden un ciclo introductorio de un año, un ciclo básico de dos años y un ciclo superior de un año que proveen al alumno de conocimientos, habilidades y destrezas para cumplir actividades de producción, investigación y planificación de la comunicación social a través de dos ejes fundamentales: una formación básica en Ciencias Humanas y una formación profesional y técnica. A partir del ciclo básico el alumno podrá optar – según su vocación y aptitudes- por especializarse en una orientación que va a dominar por contenido y práctica y que se corresponde con la **Mención** de la titulación:

- Con Mención en **Periodismo**
- Con Mención en **Gestión y Producción**
- Con Mención en **Locución**

La Licenciatura con mención en Periodismo a partir del ciclo básico aspira a lograr destrezas en la elaboración de productos informativos para prensa escrita, medios audiovisuales y digitales y capacidades para investigar, analizar y evaluar la realidad social en sus distintas dimensiones. Para ello propone: el estudio del lenguaje como herramienta expresiva fundamental del periodista, abordando tanto el análisis como la producción de textos vinculados en particular con la comunicación de actualidad; el aprendizaje de las características técnicas y expresivas de los medios escritos, radiales, televisivos y digitales, especialmente en lo relacionado con la comunicación de actualidad; el abordaje crítico de las distintas teorías y problemáticas de la comunicación y en particular, las vinculadas al periodismo; el estudio de las distintas disciplinas científicas y humanísticas que permitan una amplia formación para el ejercicio de la profesión. El ciclo superior se orienta a la investigación y a la especialización mediante seminarios específicos.

La Licenciatura con mención en Gestión y Producción a partir del ciclo básico aspira a compartir propuestas conceptuales, metodológicas y experienciales en torno a la gestión de la comunicación en el espacio público y en las organizaciones; desarrollar competencias para la producción de mensajes en diferentes soportes, comprender críticamente las relaciones entre planificación y comunicación en los contextos sociales; reconocer metodologías de diagnóstico, planificación y ejecución de proyectos comunicacionales. El ciclo superior tiene el propósito de impulsar estudios específicos en el campo de la planificación y gestión de medios de comunicación y proyectos comunicacionales en áreas del Estado, empresas, organizaciones y sistematizar



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N°0173.....

conocimientos en materia de planificación, producción y gestión de la comunicación a través de la investigación aplicada.

La Licenciatura en Comunicación Social con Mención en Locución a partir del Ciclo Básico proporciona instrumentos teóricos y prácticos para manejar los soportes tecnológicos por los que fluye la comunicación pública oral y las técnicas de expresión del mensaje atendiendo a las particularidades de los distintos canales. El ciclo superior tiene como objetivo perfeccionar las habilidades y destrezas adquiridas en el ciclo básico en la realización de prácticas concretas en diferentes medios audiovisuales, como así también propiciar la reflexión sobre las problemáticas afines a la profesión.

Los estudiantes de la carrera podrán optar por el **Profesorado en Comunicación Social**, que los habilita para planificar, conducir y evaluar los procesos de enseñanza-aprendizaje en todos los niveles del sistema educativo, que se ofrece con una currícula propia, pero compatible con la establecida para la Licenciatura con la que comparte el ciclo introductorio y las asignaturas correspondientes a la formación disciplinar y complementaria..

La carrera tiene una duración de cuatro años y su currícula atiende a los tres ejes curriculares establecidos para las carreras de formación docente que se dictan en la Universidad Nacional del Comahue y que comprenden formación disciplinar, formación complementaria y formación pedagógica-didáctica..



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

2. Plan de Licenciatura en Comunicación Social

2.1. Título a otorgar

Licenciado en Comunicación Social

- Con Mención en Periodismo
- Con Mención en Gestión y Producción
- Con Mención en Locución

Las menciones constarán en un certificado expedido por la Facultad y refrendado por Rectorado.-

2.2. Duración de la carrera

4 años

2.3. Perfil del Licenciado en Comunicación Social

El Licenciado en Comunicación Social es un profesional:

- Que conoce la importancia de la comunicación como elemento de promoción humana y dinamización social.
- Que ejerce su profesión en consonancia con las necesidades y las problemáticas de las comunidades en las que se inserta con una actitud ética.
- Que posee habilidades y conocimientos para crear contenidos comunicativos y producir mensajes de diversos formatos y géneros en diferentes soportes tecnológicos, reconocer los contextos sociales y culturales en los que se inserta la comunicación, identificar las particularidades de sus destinatarios y la capacidad performativa de su interacción desde la esfera pública
- Que maneja hábilmente los soportes tecnológicos por los que fluye la comunicación pública (radio y televisión analógica, radio digital, prensa escrita y soportes digitales multimediales) y las técnicas de expresión del mensaje.
- Que posee competencias para investigar e intervenir en el campo de la comunicación social.

Handwritten signature and initials.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

2. 4. Alcances del título de Licenciado en Comunicación Social

- Planificador, diseñador, ejecutor y/o asesor de políticas y programas comunicacionales.
- Investigador y/o analista en el campo de la comunicación.
- Conductor y/o integrante de equipos de comunicación en organizaciones.
- Productor y realizador en medios de comunicación escritos, radiofónicos, televisivos y digitales.

2. 4.1. Alcances específicos de las Menciones a otorgar por la UNCo.

Mención en Periodismo

- Productor y realizador de mensajes periodísticos de tipo informativo, interpretativo y de opinión en medios de comunicación.

Mención en Gestión y Producción

- Comunicador social en instituciones, organizaciones y empresas.
- Productor y realizador de contenidos comunicativos en diversos géneros, formatos y soportes con fines específicos.

Mención en Locución

- Difusor de mensajes informativos, publicitarios, promocionales e institucionales en medios audiovisuales.
- Conductor y animador de audiciones radiofónicas, producciones audiovisuales y como maestro de ceremonias públicas y privadas.

2.5. Fundamentación

La Comunicación Social, como disciplina ampliamente reconocida y desarrollada en el mundo moderno, surge como consecuencia de la especial importancia que se le asigna a la organización de las estructuras comunicacionales, como condición relevante para la evolución científica, y tecnológica y base para los planes de desarrollo económico y social.

El egresado de la Licenciatura en Comunicación Social debe poseer una adecuada formación humanística, una sólida competencia en los alcances de la disciplina y conocimientos básicos sobre los diferentes medios y sistemas de comunicación con cierto grado de especialización.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

2. 5.1. Licenciatura en Comunicación Social con Mención en Periodismo

El trabajo del periodista, su posición en la sociedad y las funciones que desarrolla han variado de manera extraordinaria en las últimas décadas.

La realidad del periodista de hoy es la de un profesional que desarrolla una amplia variedad de tareas y de influencias: en primer lugar, ejerce la función informativa, es decir, narra y describe el acontecer social; en segundo lugar, es un intelectual que proporciona a la sociedad conjuntos importantes de representaciones simbólicas, en virtud de las cuales sujetos y grupos acceden a dotar de sentido su realidad; en tercer lugar, expresa y contribuye a construir la opinión pública. Por estas tres vías, los periodistas -actores políticos privilegiados- intervienen en el espacio público, al que contribuyen a modelar y transformar de manera sustancial.

Esta ampliación del área de competencias e intervenciones propias del periodismo obligan a replantear el perfil de formación de los profesionales desde el ámbito universitario con un mayor grado de especialización pero que simultáneamente amplíe su cosmovisión con una mirada crítica.

El comunicador-periodista debe ser un profesional que maneje hábilmente los soportes tecnológicos por los que fluye la comunicación pública y las técnicas de expresión del mensaje. Pero además, que posea habilidades para crear contenidos comunicativos, reconocer y manejar los contextos sociales y culturales en los que se inserta su comunicación, conocer las particularidades de sus destinatarios y la capacidad performativa de su interacción desde la esfera pública. Es decir, que disponga de herramientas que le permitan materializar la comprensión del rol social de su profesión.

Vivimos en un periodo de profundas transformaciones en diversos órdenes. Los cambios en la informática y la transnacionalización de la economía han interconectado al mundo a través de redes y los mercados. Simultáneamente el trabajo se flexibiliza e inestabiliza; lo que era seguro pasa a ser precario. Las dimensiones témporo-espaciales se dislocan y rearmen dando lugar a nuevas configuraciones cuya estabilidad es frágil. Estos procesos de orden político, económico, y comunicacional implican transformaciones también a nivel de la cultura y de los sujetos, del trabajo de los usos y consumos los que deben adaptarse a las nuevas circunstancias donde la fragmentación y la precariedad se instalan como parte del cotidiano.

Frente a esto, una adecuada formación de periodistas debe contemplar algunas cuestiones esenciales: capacitación permanente, especialización, sólida formación académica y flexibilidad:

La centralidad de los circuitos informativos mundiales exige el uso simultáneo de todas nuestras facultades. Una de las consecuencias del impacto de la revolución tecnológica es la necesidad de un aprendizaje continuo y la confluencia de dos ámbitos que frecuentemente han constituido fases separadas en la vida.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

Las actuales relaciones en el mercado de trabajo exigen profesionales aptos para introducirse en nuevos campos o crear sus propias fuentes de empleo. Para ello, es imprescindible una especialización técnica y una sólida formación académica. Las ciencias sociales, las ciencias de la comunicación y las humanidades deberán proveer los conocimientos e instrumentos que permitirán encarar los fenómenos sociales y culturales desde una perspectiva amplia, entendiendo la interdependencia que existe entre ellos, con el apoyo de métodos y procedimientos sistemáticos. Esta mayor especialización no debe entenderse como acumulación enciclopédica de conocimientos, sino como capacidad de búsqueda de la información a través de diversas fuentes y capacidad de selección, análisis y contextualización.

Finalmente, es necesario desarrollar en los estudiantes disposición para abordar los problemas de modo flexible, permitiéndoles encontrar respuestas creativas y esto pasa por fomentar el fortalecimiento de sus potencialidades individuales y por entregarles herramientas que les permitan tanto obtener información relevante como discriminar lo esencial de lo superfluo. En definitiva, profesionales reflexivos, críticos y autónomos frente al poder.

El advenimiento de Internet ha modificando los procesos de acceso, elaboración y difusión de la información. Dicho fenómeno obliga a un balance sobre los modelos de formación posibles: formación de periodistas para los nuevos medios digitales o formación de periodistas para la era digital. Aunque puedan parecer modelos similares, no lo son. En el primer caso, el de los periodistas formados para medios digitales, la formación se entiende como un proceso de capacitación instrumental desintegrado de la requerida para otros medios tradicionales; lo que se busca es que el futuro periodista sea técnicamente capaz de responder a las nuevas exigencias instrumentales del medio digital. En el segundo caso, el de la formación de periodistas para la era digital, lo que se pretende sobre todo es integrar el empleo de los recursos como una parte connatural a la práctica periodística, sea cual fuere su soporte final (medios tradicionales o digitales) y en cualquiera de sus fases de producción (documentación, elaboración y difusión).

La presente currícula se orienta en esta dirección: se aspira a formar profesionales versátiles y con criterio, centrados en la mejora de la calidad de la información periodística gracias a las mayores posibilidades de documentación, análisis, amplitud y rapidez que propician los recursos digitales. Por eso, el principal cambio de esta propuesta curricular frente a las precedentes, es que en ésta se prioriza la adquisición de destrezas profesionales dirigidas a enfrentar la superabundancia de información y a distinguir lo significativo de lo irrelevante.

Estos y otros objetivos curriculares se encaminan a formar profesionales que entiendan las tecnologías digitales como herramientas connaturales a cualquier actividad. Periodistas que desarrollen un criterio capaz de enfrentarse a la superabundancia de información y con agilidad suficiente para actuar en procesos de elaboración informativa cada vez más acelerados. Periodistas



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

capaces de dotar de sentido una realidad cada vez más tecnificada y desestructurada. Periodistas, en suma, con compromiso ético.

2. 5.2. Licenciatura en Comunicación Social con Mención en Gestión y Producción

Tanto el estudio como la práctica de la comunicación se concentraron por mucho tiempo en los medios masivos y en la resolución de problemas de imagen de las organizaciones en relación con aquéllos. Sin embargo hay nuevos espacios de la comunicación que se visualizan desde el estudio de las organizaciones y la compleja urdimbre de las redes sociales. Esta necesidad de observación y estudio es condición imprescindible para una comprensión más holística de la Comunicación Social.

El campo de la salud y de la educación, los programas asistenciales, los sindicatos y mutuales, los partidos políticos, las entidades que se vinculan con el comercio, la industria, el agro o el deporte, las ONG y, por supuesto, el campo mismo de los medios gráficos y audiovisuales y los diferentes grupos que se organizan institucionalmente son sectores sociales crecientemente necesitados de expertos en diseño, planificación y operacionalización de estrategias de intervención social y comunicacional.

A la aplicación de las artes y oficios de la comunicación -como productores- y al análisis de los discursos -como consumidores, receptores, usuarios- es necesario incorporar la capacidad de diagnosticar (y/o orientar la elaboración de diagnósticos desde los actores sociales directos de las organizaciones con las que se interactúa) y, consecuentemente, diseñar la planificación estratégica necesaria para resolver las problemáticas identificadas, potenciar la organización y promover su desarrollo para contribuir al logro de sus objetivos sin prescindencia de las características de los diferentes cortes témporo-espaciales de los escenarios sociales en los que se actúa.

En cuanto a la acción puramente mediática es pertinente considerar que los medios no sólo informan, comentan, analizan y opinan. También comunican sensaciones, ideas, críticas, creaciones, pasiones y efectos psíquicos que no son informativos o interpretativos o que pueden no serlo.

De este modo, la producción en comunicación, ya sea en radio, televisión, medios gráficos o soportes informáticos, engloba numerosos mensajes que a la dimensión "periodística" le resulta difícil contener, tales como el entretenimiento, la sensibilización o la formación cultural de los públicos.

La Licenciatura en Comunicación Social con mención en Gestión y Producción tiene como finalidad sistematizar y operacionalizar conocimientos en ámbitos que reclaman la asistencia de profesionales de la especialidad y constituye una respuesta a la demanda específica o necesidad latente de comunicadores en el área del Estado, medios de comunicación, organizaciones comunitarias, instituciones sociales y empresas. Su propósito es formar expertos en diagnóstico,

slc
@



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

planificación, producción y gestión en sectores de la actividad que demanden estrategias globales de comunicación.

Para ello, las prácticas comunicativas a escala individual, grupal y colectiva recibirán una consideración de cuño humanista antes que tecnocrático. El abordaje de los procesos comunicativos plantea la genuina necesidad de un desarrollo epistemológico que trascienda el sesgo instrumental. En el caso de la cuestión tecnológica, esta preocupación contribuirá a entenderla como una construcción social, histórica y concreta, enmarcada en determinadas relaciones sociales de producción.

Este plan se funda en la convicción de que el fenómeno tecnológico constituye un proyecto histórico-social en el cual una sociedad y los intereses dominantes proyectan lo que tienen el propósito de hacer con los hombres y con las cosas. Cuando el estudio no considera la relación de la tecnología con los individuos, aquella se sustancializa y pasa a concebirse separadamente de la producción social y las relaciones sociales entre los hombres.

Por esta razón es imperioso asumir el examen y la reflexión acerca de temas tan significativos como la transformación de la cotidianeidad a propósito de las prácticas comunicativas en auge; la reconfiguración de los espacios en medio de la tensión entre lo local y lo global; la resignificación de sentidos y valores a partir de la acción comunicativa del ecosistema medial; la redefinición de las esferas pública y privada a consecuencia de innovaciones como Internet; las estrategias discursivas y los recursos estilísticos que traza una sociedad en determinado período y sus modos de estructurar una agenda temática.

2. 5. 3. Licenciatura en Comunicación Social con Mención en Locución

Para que los medios de comunicación, a través de la información objetiva y de la interpretación racional constructiva, estén al servicio de la sociedad se requiere que los actores que en ellos desarrollan sus actividades laborales sean profesionales con una sólida formación que estimule el sentido crítico y la capacidad de asumir con responsabilidad y claridad conceptual las decisiones emergentes del rol que se les asigna.

En el complejo y competitivo mercado multimediativo, el locutor, por su grado de exposición en la difusión de hechos conmocionantes y situaciones de alto grado de conflictividad, la necesidad de adaptación a las sucesivas transformaciones tecnológicas de comunicación y las demandas de nuevas competencias que habiliten su desempeño en la conducción y animación de los espacios de entretenimiento provenientes de las empresas y el propio público, es un ejemplo paradigmático de un profesional cuyos niveles de capacitación en el ámbito de la educación tradicional resultan superados por la realidad del contexto social y laboral.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

En respuesta a los requerimientos de los medios de la región patagónica de dar continuidad a la formación de profesionales de la locución, actividad iniciada en la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional del Comahue desde el año 1992 (Ord. 791/92) tras la suscripción de un convenio con el Instituto Superior de Enseñanza Radiofónica dependiente del COMFER y como resultado de una evaluación de la currícula original (carrera de pre-grado con formación predominantemente técnica) y sus incumbencias limitadas, se ha considerado la conveniencia de jerarquizar dicha formación transformando la carrera en una orientación dentro de la Licenciatura en Comunicación Social, para lo cual la capacitación específica para la locución es solamente el perfil diferenciador con respecto a las otras orientaciones con las cuales comparte su núcleo duro de formación académica.

En este nuevo diseño curricular se concibe que el egresado de la carrera debe poseer una adecuada formación humanística, una sólida competencia en los alcances de la disciplina, conocimientos básicos sobre los diferentes medios de comunicación, dominio de técnicas fonológicas y fonéticas, y desarrollo de aptitudes vocales y control corporal para una óptima comunicación oral de mensajes. Dichas competencias específicas, sumadas a la confluencia de conocimientos, habilidades y destrezas de diferente naturaleza lo habilitan tanto para la producción e investigación en el campo de la Comunicación Social como para actuar como transmisor de mensajes y conductor/animador en acontecimientos sociales y medios de comunicación radiales y televisivos.

hl
Oeeef



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

2. 6. ESQUEMA DEL PLAN DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

CICLO INTRODUCTORIO		
I AÑO		
<p>Introducción al Periodismo Introducción a la Gestión y Producción en Comunicación Introducción a la Comunicación Visual Introducción a la Locución Comunicación Social I Antropología Cultural Sociología Lengua y Discurso I Lengua y Discurso II</p>		
CICLO BASICO		
II AÑO		
<p>Comunicación Social II Historia de las Ideas Arte y Literatura Lengua y Discurso III Informática para Medios de Comunicación</p>		
Orientación Periodismo	Orientación Gestión y Producción	Orientación Locución
Redacción Periodística I Periodismo Radiofónico	Comunicación Radiofónica Comunicación Interpersonal y Grupal Cine	Comunicación Radiofónica Comunicación Interpersonal y Grupal Foniatría I Locución I Pronunciación de Lenguas Modernas
III AÑO		
<p>Comunicación Social III Semiótica Historia Argentina Contemporánea Investigación de la Comunicación I Investigación de la Comunicación II</p>		
Orientación Periodismo	Orientación Gestión y Producción	Orientación Locución
Redacción Periodística II Periodismo Televisivo Diseño Editorial Elementos de Economía	Producción Radiofónica Comunicación Audiovisual Comunicación en las Organizaciones Identidad y Diseño	Práctica Integral de Radio Comunicación. Audiovisual Locución II Foniatría II

Handwritten signature and initials.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

CICLO SUPERIOR		
IV AÑO		
Economía Política de la Comunicación Comunicación y Organización Jurídico-Institucional Filosofía de la Cultura Legislación de la Comunicación		
Orientación Periodismo	Orientación Gestión y Producción	Orientación Locución
Periodismo de Investigación Periodismo Digital	Comunicación en Multimedia Producción Audiovisual Planificación y Gestión de la Comunicación	Práctica Integral de Televisión Doblaje Fundamentos de Tecnología
Seminarios		
Medios, Periodismo y Política Infografía Periodismo Deportivo Periodismo Cultural	Comunicación y Cultura Comunicación y Educación Política y Opinión Pública Comunicación Empresarial	Comunicación y Cultura Política y Opinión Pública
Taller de Diseño y Elaboración de Tesis		
Tesis		

sd
Oveef



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

2. 6.1. LISTADO DE ASIGNATURAS PARA ACCEDER AL TITULO DE "LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL" (CON MENCIÓN EN PERIODISMO)

ASIGNATURA	REGIMEN Anual / Cuatrimestral (C)	HS.SEMA NALES	TOTAL HS. ANUA- LES
I AÑO			
Introducción al Periodismo	Anual	2 hs	64 hs.
Introducción a la Gestión y Producción en Comunicación	Anual	2 hs.	64 hs.
Introducción a la Comunicación Visual	Anual	4 hs.	128 hs.
Introducción a la Locución *	Anual	4 hs.	128 hs.
Comunicación Social I	1er. C	4 hs.	64 hs.
Antropología Cultural	2do. C	4 hs.	64 hs.
Lengua y Discurso I	1er. C	4 hs.	64 hs.
Lengua y Discurso II	2do.C	4 hs.	64 hs.
Sociología	Anual	4 hs.	128 hs.
*Obligatoria para alumnos que aspiren a continuar en la Orientación Locución, extracurricular para los demás alumnos.			
II AÑO			
Lengua y Discurso III	Anual	2 hs.	64 hs.
Arte y Literatura	Anual	2 hs	64 hs.
Historia de las Ideas	1er. C	4 hs.	64 hs.
Comunicación Social II	2do. C	4 hs.	64 hs.
Informática para Medios de Comunicación	Anual	2 hs.	64 hs.
Redacción Periodística I	Anual	4 hs.	128 hs.
Periodismo Radiofónico	Anual	4 hs.	128 hs.
Idioma Requisito: Inglés Nivel I		Anual	3 hs. 96 hs.
III AÑO			
Comunicación Social III	Anual	2 hs.	64 hs.
Semiótica	Anual	2 hs.	64 hs.
Historia Argentina Contemporánea	1er. C	4 hs.	64 hs.
Elementos de Economía	2do. C	4 hs.	64 hs.
Investigación de la Comunicación I	1er. C	4 hs.	64 hs.
Investigación de la Comunicación II	2do.C	4 hs.	64 hs.
Redacción Periodística II	Anual	4 hs.	128 hs.
Periodismo Televisivo	Anual	4 hs.	128 hs.
Diseño Editorial	Anual	2 hs.	64 hs.
Idioma Requisito. Inglés Nivel II		Anual	3 hs. 96 hs.
IV AÑO			
Economía Política de la Comunicación	1er. C	4 hs.	64 hs.
Filosofía de la Cultura	2do. C	4 hs.	64 hs.
Comunicación y Organización Jurídico-Institucional	1er. C	4 hs.	64 hs.
Legislación de la Comunicación	2do. C	4 hs.	64 hs.
Periodismo de Investigación	Anual	2 hs.	64 hs.
Periodismo Digital	Anual	2 hs.	64 hs.
Medios, Periodismo y Política	Seminario		40 hs.
Infografía	Seminario		40 hs.
Periodismo Cultural	Seminario		40 hs.
Periodismo Deportivo	Seminario		40 hs.
Taller de Diseño y Elaboración de Tesis	Anual	4 hs.	128 hs.
Total de Horas			128 hs.
			2.720

Handwritten signature and initials.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

2. 6.2. LISTADO DE ASIGNATURAS PARA ACCEDER AL TÍTULO DE "LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL" (CON MENCIÓN EN GESTIÓN Y PRODUCCIÓN)

ASIGNATURA	REGIMEN Anual / Cuatrimestral	HS.SEMA NALES	TOTAL HS. ANUA- LES
I AÑO			
Introducción al Periodismo	Anual	2 hs	64 hs.
Introducción a la Gestión y Producción en Comunicación	Anual	2 hs.	64 hs.
Introducción a la Comunicación Visual	Anual	4 hs.	128 hs.
Introducción a la Locución *	Anual	4 hs.	128 hs.
Comunicación Social I	1er. C	4 hs.	64 hs.
Antropología Cultural	2do. C	4 hs.	64 hs.
Lengua y Discurso I	1er. C	4 hs.	64 hs.
Lengua y Discurso II	2do. C	4 hs.	64 hs.
Sociología	Anual	4 hs.	128 hs.
* Obligatoria para alumnos que aspiren a continuar en la Orientación Locución, extracurricular para los demás alumnos.			
II AÑO			
Lengua y Discurso III	Anual	2 hs.	64 hs.
Arte y Literatura	Anual	2 hs	64 hs.
Historia de las Ideas	1er. C	4 hs.	64 hs.
Comunicación Social II	2do. C	4 hs.	64 hs.
Informática para Medios de Comunicación	Anual	2 hs.	64 hs.
Comunicación Interpersonal y Grupal	Anual	2 hs.	64 hs.
Comunicación Radiofónica	Anual	4 hs	128 hs.
Historia Argentina Contemporánea	1er. C	4 hs.	64 hs.
Cine	2do C	4 hs..	64 hs.
Idioma Requisito: Inglés Nivel I	Anual	3 hs.	96 hs.
III AÑO			
Comunicación Social III	Anual	2 hs.	64 hs.
Semiótica	Anual	2 hs.	64 hs.
Investigación de la Comunicación I	1er. C	4 hs.	64 hs.
Investigación de la Comunicación II	2do. C	4 hs.	64 hs.
Comunicación en las Organizaciones	Anual	2 hs.	64 hs.
Producción Radiofónica	Anual	4 hs.	128 hs.
Comunicación Audiovisual	Anual	4 hs.	128 hs.
Identidad y Diseño	Anual	2 hs.	64 hs.
Idioma Requisito. Inglés Nivel II	Anual	3 hs.	96 hs
IV AÑO			
Economía Política de la Comunicación	1 er. C	4 hs.	64 hs.
Filosofía de la Cultura	2do. C	4 hs.	64 hs.
Comunicación y Organización Jurídico-Institucional	1er. C	4 hs.	64 hs.
Legislación de la Comunicación	2do. C	4 hs.	64 hs.
Planificación y Gestión de la Comunicación	Anual	4 hs.	128 hs.
Comunicación en Multimedia	1er. C	4 hs.	64 hs.
Producción Audiovisual	2do. C	4 hs.	64 hs.
Comunicación y Cultura	Seminario		40 hs.
Comunicación y Educación	Seminario		40 hs.
Comunicación Empresarial	Seminario		40 hs.
Política y Opinión Pública	Seminario		40 hs.
Taller de Diseño y Elaboración de Tesis	Anual	4 hs.	128 hs.
Total de horas			2.848

[Handwritten signature]



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

2.6. 3.LISTADO DE ASIGNATURAS PARA ACCEDER AL TITULO DE "LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL" (CON MENCIÓN EN LOCUCION)

ASIGNATURA	REGIMEN Anual / Cuatrimestral	HS.SEMA NALES	TOTAL HS. ANUA- LES
I AÑO			
Introducción al Periodismo	Anual	2 hs	64 hs.
Introducción a la Gestión y Producción en Comunicación	Anual	2 hs.	64 hs.
Introducción a la Comunicación Visual	Anual	4 hs.	128 hs.
Introducción a la Locución *	Anual	4 hs.	128 hs.
Comunicación Social I	1er. C	4 hs.	64 hs.
Antropología Cultural	2do. C	4 hs.	64 hs.
Lengua y Discurso I	1er. C	4 hs.	64 hs.
Lengua y Discurso II	2do.C	4 hs.	64 hs.
Sociología	Anual	4 hs.	128 hs.
* Obligatoria para alumnos que aspiren a continuar en la Orientación Locución, extracurricular para los demás alumnos.			
II AÑO			
Lengua y Discurso III	Anual	2 hs.	64 hs.
Arte y Literatura	Anual	2 hs	64 hs.
Historia de las Ideas	1er. C	4 hs.	64 hs.
Comunicación Social II	2do. C	4 hs.	64 hs.
Informática para Medios de Comunicación	Anual	2 hs.	64 hs.
Comunicación Radiofónica	Anual	4 hs.	128 hs.
Comunicación Interpersonal y Grupal	Anual	2 hs.	64 hs.
Locución I	Anual	2 hs	64 hs.
Foniatría I	Anual	2 hs.	64 hs.
Pronunciación de Lenguas	Anual	2 hs	64 hs.
Idioma Requisito: Inglés Nivel I	Anual	3 hs.	96 hs.
III AÑO			
Comunicación Social III	Anual	2 hs.	64 hs.
Semiótica	Anual	2 hs.	64 hs.
Historia Argentina Contemporánea	1er. C	4 hs.	64 hs.
Cine	2do. C	4 hs.	64 hs.
Investigación de la Comunicación I	1er. C	4 hs.	64 hs.
Investigación de la Comunicación II	2do.C	4 hs.	64 hs.
Práctica Integral de Radio	Anual	4 hs.	128 hs.
Locución II	Anual	2 hs.	64 hs.
Foniatría II	Anual	2 hs.	64 hs.
Idioma Requisito. Inglés Nivel II	Anual	3 hs.	96 hs.
IV AÑO			
Economía Política de la Comunicación	1 er. C	4 hs.	64 hs.
Filosofía de la Cultura	2do. C	4 hs.	64 hs.
Comunicación y Organización Jurídico-Institucional	1er. C	4 hs.	64 hs.
Legislación de la Comunicación	2do. C	4 hs.	64 hs.
Comunicación Audiovisual	Anual	4 hs.	128 hs.
Práctica Integral de Televisión	Anual	4 hs.	128 hs.
Fundamentos de Tecnología	1er. C	4 hs.	64 hs.
Doblaje	2do. C	4 hs.	64 hs.
Comunicación y Cultura	Seminario		40 hs.
Política y Opinión Pública	Seminario		40 hs.
Taller de Diseño y Elaboración de Tesis	Anual	4 hs.	128 hs.
Tesis			
Total de hs.			128 hs.
			3088

Handwritten signatures and initials.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

3. PLAN DEL PROFESORADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

3.1. Título que otorga

Profesor en Comunicación Social

3.2. Perfil del egresado

El Profesor en Comunicación Social es un profesional preparado para:

- Comprender la incidencia del fenómeno comunicacional en la educación.
- Operar sus conocimientos teórico-prácticos situándolos en el entrecruzamiento de los saberes y quehaceres del comunicador y educador.
- Desempeñar su trabajo tanto en el ámbito de la educación polimodal como en la educación superior y/o universitaria (en la currícula de Comunicación Social y de otras carreras que requieran de su competencia).
- Alentar en sus alumnos una mirada crítica de la realidad sociocultural y potenciar sus capacidades comunicacionales para el mejoramiento de los ámbitos que habita.

3.3. Alcances de título de Profesor en Comunicación Social

- Organizar y coordinar los procesos de enseñanza-aprendizaje de las problemáticas comunicacionales en los distintos niveles y modalidades educativas.
- Analizar, producir, administrar y evaluar, con criterio pedagógico y comunicacional, distintos medios de enseñanza con distintos grados de complejidad.

3.4. Duración de la carrera:

4 años



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

3.5. Fundamentación

La carrera de Profesorado en Comunicación Social tiene como objetivo ofrecer a estudiantes y graduados de la carrera de Comunicación Social una alternativa académica orientada a la formación y capacitación para el ejercicio de la docencia.

Esta instancia de Profesorado aspira a dar respuesta a la demanda de recursos humanos para cubrir las necesidades de la universidad, de institutos superiores de enseñanza y especialmente el nivel medio, donde reformas curriculares llevadas a cabo en la última década establecen la Comunicación Social como una de sus áreas centrales de conocimiento y de graduados y alumnos que entienden el ejercicio docente como una parte decisiva para canalizar vocaciones y accesos a fuentes de trabajo que requieren calificación profesional por conducto de las universidades.

El egresado de la carrera debe poseer una adecuada formación humanística, una sólida competencia en los alcances de la disciplina, conocimientos básicos sobre los diferentes medios de comunicación y habilidades, conocimientos y destrezas para cumplir actividades de docencia en todos los niveles de enseñanza en instituciones nacionales y provinciales, oficiales y privadas, en todo el territorio nacional.

El plan de estudios comprende los tres ejes curriculares establecidos para las carreras de formación docente que se dictan en la Universidad Nacional del Comahue y que comprenden formación disciplinar, formación complementaria y formación pedagógica-didáctica.

El presente proyecto tiene como antecedente en el anterior Plan de estudios aprobado por Ordenanza N° 0575/96 que contemplaba la carrera de Profesorado en Comunicación Social

FL
@



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

3.6.LISTADO DE ASIGNATURAS PARA ACCEDER AL TITULO DE PROFESOR EN COMUNICACIÓN SOCIAL

ASIGNATURA	REGIMEN Anual / Cuatrimestral	HS.SEMA NALES	TOTAL HS. ANUA- LES
I AÑO			
Introducción al Periodismo	Anual	2 hs	64 hs.
Introducción a la Gestión y Producción en Comunicación	Anual	2 hs.	64 hs.
Introducción a la Comunicación Visual	Anual	4 hs.	128 hs.
Comunicación Social I	1er. C	4 hs.	64 hs.
Antropología Cultural	2do. C	4 hs.	64 hs.
Lengua y Discurso I	1er. C	4 hs.	64 hs.
Lengua y Discurso II	2do.C	4 hs.	64 hs.
Sociología	Anual	4 hs.	128 hs.
Introducción a la Locución*	Anual	4 hs.	128 hs.
* Obligatoria para los estudiantes de la Orientación Locución de la Licenciatura, extracurricular para los restantes.			
II AÑO			
Lengua y Discurso III	Anual	2 hs.	64 hs.
Pedagogía	1er. C	6 hs.	96 hs.
Comunicación Social II	2do. C	4 hs.	64 hs.
Informática para Medios de Comunicación	Anual	2 hs.	64 hs.
Redacción Periodística	Anual	4 hs.	128 hs.
Comunicación Radiofónica	Anual	4 hs.	128 hs.
Psicología I	1er.C	6 hs.	96 hs.
Cine	2do.C	4 hs	64 hs.
Idioma Requisito: Inglés Nivel I	Anual	3 hs.	96 hs.
III AÑO			
Comunicación Social III	Anual	2 hs.	64 hs.
Psicología II	1er. C	6 hs.	96 hs.
Comunicación Audiovisual	Anual	4 hs.	128 hs.
Diseño Editorial	Anual	2 hs.	64 hs.
Política Educacional Argentina	1er. C	6 hs.	96 hs.
Didáctica General	2do.C	6 hs.	96 hs.
Arte y Literatura	Anual	2 hs.	64 hs.
Idioma Requisito. Inglés Nivel II	Anual	3 hs.	96 hs
IV AÑO			
Comunicación Interpersonal y Grupal	Anual	2 hs.	64 hs.
Semiótica	Anual	2 hs.	64 hs.
Comunicación en Multimedia	1er.C	4 hs.	64 hs.
Filosofía de la Cultura	2do.C	4 hs.	64 hs.
Comunicación y Cultura	Seminario		40 hs.
Comunicación y Educación	Seminario		40 hs.
Análisis, Producción y Evaluación de Materiales y Medios en Comunicación	Seminario		40 hs.
Política y Opinión Pública	Seminario		40 hs.
Didáctica Especial y Residencia	Anual	10 hs.	320 hs
Total de horas			2688 hs.

mc

(Circular stamp)



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

4. ORGANIZACIÓN DE LA CURRICULA Y REGIMEN DE CORRELATIVIDADES

La currícula se organiza con materias de cursado anual o cuatrimestral cuyas correlatividades respetan la secuencia que indican las áreas.

A significa “tener cursada para cursar”

B significa “tener aprobada para cursar”

C significa “tener aprobada para rendir”

a. El Area de Comunicación Social agrupa e investiga lineamientos teóricos generales de la comunicación. Es responsable de las materias troncales teóricas de la carrera. Sostiene una perspectiva crítica y no necesariamente centrada en los medios, prestando especial atención a la base material, a las relaciones de poder en la sociedad, a la historicidad y al contexto más amplio dentro del cual se inscriben los procesos comunicativos estudiados.

En los niveles más avanzados se apunta a las problemáticas contemporáneas: tecnologías de información y comunicación, transformaciones del trabajo, prácticas espaciales, nuevos circuitos de producción y consumo cultural. Pone énfasis en el estudio de la organización territorial y los procesos culturales de la Patagonia Argentina, tomando en consideración tanto factores estructurales como subjetivos. Provee al estudiante de herramientas metodológicas para abordar su propia investigación. Profundiza en el análisis de los procesos de orden comunicacional que tienen lugar en los campos de la economía, la política y la cultura.

Comunicación Social I aborda los diferentes modos de comunicación, desde la tradición oral, la comunicación interpersonal y la escritura hasta la comunicación masiva y los medios que resultan de nuevas convergencias, exponiendo algunos de los modelos de uso frecuente en el campo. **Comunicación Social II** se concentra en las principales teorías, analizando contextos de enunciación, enfoques, supuestos y particularidades. **Comunicación Social III** aborda los problemas actuales de la comunicación, la reestructuración de los espacios públicos, la globalización de la cultura y modelos de desarrollo y comunicación. **Economía política de la Comunicación** incluye el tratamiento de problemas más complejos, como economía de la información y su relación con el trabajo y las tecnologías que le dan sostén. **Investigación de la Comunicación I** introduce al estudiante en el aprendizaje de los métodos cuantitativos de investigación aplicados al campo de la comunicación social. **Investigación de la Comunicación II** avanza hacia la apropiación crítica de metodologías desde la elucidación de sus supuestos teóricos y hacia la aplicación de las herramientas de investigación en el área de interés del estudiante.

hl
00001



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

0173

ORDENANZA N°

Introducción a la Locución pretende, en el ciclo introductorio, mostrar al alumno las particularidades de la especialidad al mismo tiempo que se propone proveer de habilidades y destrezas a aquellos que tienen capacidad vocal natural para que puedan superar la Prueba de Aptitud Vocal –instancia del examen final de la materia -requisito obligatorio para ingresar a la Orientación.

Locución I y II, cada una con una complejidad diferente, aspiran a desarrollar las habilidades que el alumno hubiese demostrado durante la Introducción con propuestas propias del trabajo diario del locutor en medios de comunicación audiovisuales, frente a diversos auditorios. **Práctica Integral de Radio y Práctica Integral de Televisión** proporcionan espacios para la adquisición de recursos técnicos-expresivos de la voz, al mismo tiempo que propician la participación en la creación del mensaje hablado. **Doblaje** brinda espacio curricular para la interpretación y la calidad en el sincronismo doblajístico. **Fundamentos de Tecnología** introduce en el conocimiento de soportes e instrumentos propios de la profesión. **Foniatría I y II** complementan la formación del locutor proporcionando técnicas para una conveniente respiración e impostación de la voz. **Pronunciación de Lenguas Modernas** provee instrumentos para pronunciar correctamente los idiomas más utilizados en los medios de comunicación.

d. Vivimos en un universo atravesado de signos, discursos y lenguajes, pero hacemos un uso poco reflexivo de los mismos. El **Area de los Lenguajes** intenta ofrecer, a través del recorrido teórico y la propuesta de trabajo de las materias que la integran, un panorama de temas aparentemente diversos pero estrechamente vinculados entre sí: signos de distinta naturaleza, códigos, discursos, estéticas, funciones, consumos, etc.

La problemática en torno a los lenguajes, sus diferentes manifestaciones y el uso social que se hace de estos remite a la puesta en funcionamiento de los sistemas sígnicos – verbales, visuales, etc.- por un acto de apropiación de sujetos concretos que persiguen propósitos específicos. **Lengua y Discurso I y II** abordan, desde la producción y recepción- mediante la dinámica de un taller de lecto-escritura- todas las variedades de discursos desde una perspectiva retórica –qué insumos seleccionan en sus inventos, qué estructura identifica sus dispositivos y qué elaboración lingüística caracteriza sus elocutios; **Lengua y Discurso III** se interesa por dos tipos particulares de discurso –el explicativo epistémico y el explicativo doxático-. **Arte y Literatura** también se interesa por los lenguajes (de la literatura, la plástica y la música), pero desde la perspectiva de las estéticas que los originan y determinan las condiciones de su producción, circulación y consumo. **Semiótica**, finalmente, propone una metodología científica para dar cuenta de la multiplicidad de los lenguajes sociales.

SK
@ceaf



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

e. El **Area de Comunicación Audiovisual** aborda el estudio de los medios de comunicación como espacios de construcción de sentido, las representaciones y configuraciones de contenidos, las redes de interrelación e interacción y los medios y la prefiguración y construcción de audiencias.

Introducción a la Comunicación Visual sitúa al alumno en este campo de conocimiento de la comunicación a través de la imagen fija. Proporciona herramientas para su análisis y profundiza en la especificidad del lenguaje de la comunicación visual. Se propone a través del conocimiento del alfabeto visual potenciar las capacidades perceptuales. **Comunicación Audiovisual** aborda los procedimientos de imagen en movimiento, sonoros y de montaje de los diversos géneros y formatos, y analiza su capacidad de impacto, su vigencia en los más diversos órdenes y niveles de la realidad. **Producción Audiovisual** es un espacio destinado a la producción y realización de mensajes audiovisuales con fines específicos. **Cine** brinda conocimientos sobre las escuelas, movimientos estéticos y teorías del cine con el propósito de dotar a los alumnos de competencias para el análisis crítico del medio. **Periodismo Televisivo** se interesa en continuar la profundización del tratamiento de la información de actualidad, mediante el análisis y la producción de mensajes de diferentes géneros, formatos y estilos propios del medio televisivo..

f- La radio genera aportes que trascienden lo periodístico y comunicativo, para avanzar sobre lo educativo, vincular-relacional, identitario, cultural. Las asignatura del **Area de la Comunicación Radiofónica, Comunicación Radiofónica y Producción radiofónica** se interesan por su comportamiento; el grado de relación con su tiempo y su contexto y la interrelación entre radio y audiencia.

En la radio existen numerosos mensajes que no tienen finalidad informativa, sino que pretenden fundamentalmente el entretenimiento o la formación cultural de las audiencias, categorías que al término "*periodístico*" le resulta difícil contener. Por esta razón, **habilitamos** la designación de "*comunicación radiofónica*" para todas aquellas producciones cuya vocación excede el preciso marco de lo informativo. Para este tipo de comunicación se destaca la necesidad de concebir una producción capaz de alojar la sensibilidad, tanto para actuar receptivamente ante las impresiones sensoriales, como para dejarse llevar por los componentes afectivos y emocionales de la realización. En este sentido, la expresividad es un objetivo para cuya consecución la radio utiliza una gama de recursos dirigidos a vivificar su discurso, dotándolo de plenitud y procurando obtener la mayor gratificación perceptual posible por parte del oyente. **Periodismo Radiofónico** profundiza sobre los géneros y formatos del tratamiento de la actualidad y sobre aspectos vinculados a la praxis periodística en el medio.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

g. El **Area de Diseño** comprende **Diseño Editorial, Identidad y Diseño** y el seminario de **Infografía** que se ocupan de códigos específicos de la comunicación visual: la tipografía, la infografía, la identidad visual de diarios, revistas o sitios en la Web.

h. El **Área de Gestión** ingresa al universo de los diferentes modos de relación y comunicación, a la promoción del desarrollo de las aptitudes propias e identificables de un grupo, una organización o una institución para, desde esas reconocidas características que permiten su identificación, diseñar y concretar las estrategias más aptas para cada situación particular, formar y estimular redes entre organizaciones, y producir materiales mediáticos y personalizados.

Esta área comprende **Introducción a la Gestión y Producción en Comunicación**, materia donde se introduce al alumno a las nociones de gestión y planificación de la comunicación ; **Comunicación Interpersonal y Grupal** es un espacio para la indagación en todos los recursos de la vinculación comunitaria, la noción de grupo y de comunicación humana en sus fases intra e interpersonal; lo lúdico y las formas expresivas orales, gestuales y corporales son los ejes transversales; en **Comunicación en las Organizaciones** se trabaja con las nociones de actor y escenario social, imagen externa e interna de la organización y las formas pasiva y activa del diagnóstico; **Planificación y Gestión de la Comunicación** proporciona saberes técnicos y metodológicos para la construcción de proyectos de planificación estratégica comunicacional y la fundamentación de políticas que la sustentan, elaboradas desde la conciencia de su propia cultura organizacional.

El área ofrece un seminario de **Comunicación Empresarial** que se propone desarrollar planes y proyectos de distinta magnitud en función de utilizar la comunicación como herramienta de cambio en empresas lucrativas e instituciones con especial énfasis en microempredimientos y pequeñas y medianas empresas..

i- El **Area de Informática** contempla contenidos que refieren a las variables que definen la construcción e interpretación de la realidad de la información basada en la concepción de Marcovf y de Bolle, modelo comunicacional y concepción de los dispositivos y la inteligencia aplicada a ellos, el ajuste a la especificidad operacional según el soporte en el que se inserta dicha realidad, muchas veces virtual. Sus ejes conceptuales son la información acerca del hardware y del software, las aplicaciones y sus soportes. Comprenden las materias **Informática para Medios de comunicación y Comunicación en Multimedia.**

ML
@eeef



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

Los **Seminarios** tienen 40 horas de duración y se dictan en el último año de la carrera. Solamente tendrán acceso a éstos los alumnos que tengan **cursadas todas las materias de los cursos precedentes**. El Departamento acordará con sus docentes e inscriptos las frecuencias de los encuentros (quincenales, mensuales, intensivos durante una semana, etc.). No tendrán examen final y se promocionarán mediante la entrega de trabajos monográficos. De los mismos podrán participar graduados pues su finalidad es brindar un capacitación permanente en áreas específicas de las orientaciones. Podrán ser reemplazados por otros seminarios, con su debida fundamentación, cuando las necesidades de la formación así lo aconsejen.

El **Taller de Diseño y Elaboración de Tesis** es un espacio de orientación para la redacción del trabajo final de tesis. Este taller estará conducido por los Coordinadores de Area, quienes serán responsables de suscribir el acta de promoción. Para acreditar la totalidad de horas, los coordinadores requerirán a los Directores de Tesis dos Informes de Avance en el transcurso del año y la asistencia a cursos y/o seminarios extracurriculares relevantes para la temática elegida.

La **Licenciatura**, cualquiera sea la Orientación que se siga, se aprueba con la presentación de una **TESIS** cuya normativa se establece en anexos.

Los alumnos del **Profesorado**, en el último año de la carrera, con las herramientas teóricas y prácticas de las que se han apropiado en el cursado de las asignaturas del área pedagógica y de las áreas vinculadas con la Comunicación Social, realizan las **PRACTICAS DE RESIDENCIA**.

SM
Oscar



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

0173

ORDENANZA N°

5. Organización de las Areas y Correlatividades

N°	ASIGNATURA	CURSADO	HS	A	B	C
AREA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL						
01	Comunicación Social I	Cuatrim.	4 hs			
02	Comunicación Social II	Cuatrim.	4 hs	01		01
03	Comunicación Social III	Anual	2 hs	02	01	02
04	Economía Política de la Comunicación	Cuatrim.	4 hs	03	02	03
05	Investigación de la Comunicación I	Cuatrim.	4 hs	02		02
06	Investigación de la Comunicación II	Cuatrim.	4 hs	05	02	05
07	Comunicación y Cultura	Seminario	40 hs			
08	Comunicación y Educación	Seminario	40 hs			
09	Política y Opinión Pública	Seminario	40 hs			
AREA DE PRENSA						
10	Introducción al Periodismo	Anual	2 hs			
11	Redacción Periodística I	Anual	4 hs	10		10
12	Redacción Periodística II	Anual	4 hs	11-49	10	11-49
13	Periodismo de Investigación	Anual	2 hs	12-44-41		12-44-41
14	Periodismo Digital	Anual	2 hs	12-49	11	12-49
15	Medios, Periodismo y Política	Seminario	40 hs			
16	Periodismo Cultural	Seminario	40 hs			
17	Periodismo Deportivo	Seminario	40 hs			
AREA DE LA GESTION						
18	Introd. a la Gestión y Producción en Comunicación	Anual	2 hs			
19	Comunicación Interpersonal y grupal	Anual	2 hs	18		18
20	Comunicación en las Organizaciones	Anual	2 hs	19		19
21	Planificación y Gestión de la Comunic.	Anual	2 hs	20		20
22	Comunicación Empresarial	Seminario	40 hs			
AREA DE LA LOCUCION						
23	Introducción a la Locución	Anual	4 hs			
24	Locución I	Anual	2 hs		23	23
25	Práctica Integral de Radio	Anual	4 hs	24		24
26	Foniatría I	Anual	2 hs	23		23
27	Locución II	Anual	2 hs	24		24
28	Práctica Integral de Televisión	Anual	4 hs	27		27
29	Foniatría II	Anual	2 hs	26		26
30	Pronunciación de Lenguas Modernas	Anual	2 hs			
31	Fundamentos de Tecnología	Cuatrim.	4 hs			
32	Doblaje	Cuatrim	4 hs		27-29	27-29

Handwritten signatures and initials.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

0173

ORDENANZA N°

N°	ASIGNATURA	CURSADO	HS	A	B	C
AREA DE LOS LENGUAJES						
33	Lengua y Discurso I	Cuatrim.	4 hs			
34	Lengua y Discurso II	Cuatrim.	4 hs	33		33
35	Lengua y Discurso III	Anual	2 hs	34	33	34
36	Arte y Literatura	Anual	2 hs	35		35
37	Semiótica	Anual	2 hs	36		36
AREA DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL						
38	Introducción a la Comunicación Visual	Anual	4 hs			
39	Cine	Cuatrim	4 hs	38		38
40	Comunicación Audiovisual	Anual	4 hs	39		39
41	Periodismo Televisivo	Anual	4 hs	44	10	10-44
42	Producción Audiovisual	Cuatrim.	4 hs	40		40
AREA DE LA COMUNICACIÓN RADIOFONICA						
43	Comunicación Radiofónica	Anual	4 hs	18		18
44	Periodismo Radiofónico	Anual	4 hs	10		10
45	Producción Radiofónica	Anual	4 hs	43		43
AREA DEL DISEÑO						
46	Diseño Editorial	Anual	2 hs	49	38	49
47	Infografía	Seminario	40 hs			
48	Identidad y Diseño	Anual	2 hs	49	38	49
AREA DE INFORMATICA						
49	Informática para Medios de Comunic.	Anual	2 hs			
50	Comunicación en Multimedia	Anual	2 hs	49		49
AREA DE EDUCACION						
51	Pedagogía	Cuatrim.	6 hs			
52	Política Educacional Argentina	Cuatrim.	6 hs			
53	Psicología I	Cuatrim.	6 hs			
54	Didáctica General	Cuatrim.	6 hs	51		51
55	Psicología II	Cuatrim.	6 hs		53	53
56	Didáctica Especial y Residencia	Anual	8 hs	54		54
57	Análisis, producción y evaluación de materiales y medios en educación	Seminario	40 hs			
AREA DE LAS CONTEXTUALES						
58	Antropología Cultural	Cuatrim.	4 hs			
59	Sociología	Anual	4 hs			
60	Historia de las Ideas	Cuatrim.	4 hs			
61	Historia Argentina Contemporánea	Cuatrim.	4 hs			
62	Elementos de Economía	Cuatrim.	4 hs			
63	Comunicación y Organización Jurídico-Institucional	Cuatrim.	4 hs			
64	Legislación de la Comunicación	Cuatrim.	4 hs			
65	Filosofía de la Cultura	Cuatrim.	4 hs			

SR
00000



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

Plan de correlatividades de la "Licenciatura en Comunicación Social" (con Mención en Periodismo)

ASIGNATURA	A	B	C
10. Introducción al Periodismo			
18. Introducción a la Gestión y Producción en Comunicación			
38. Introducción a la Comunicación Visual			
23. Introducción a la Locución			
01. Comunicación Social I			
58. Antropología Cultural			
33. Lengua y Discurso I			
34. Lengua y Discurso II	33		33.
59. Sociología			
35. Lengua y Discurso III	34	33	34.
36. Arte y Literatura	35		35
60. Historia de las Ideas			
02. Comunicación Social II	01		01
49. Informática para Medios de Comunicación			
11. Redacción Periodística I	10		10
44. Periodismo Radiofónico	10		10
03. Comunicación Social III	02	01	02
37. Semiótica	36		36
61. Historia Argentina Contemporánea			
62. Elementos de Economía			
05. Investigación de la Comunicación I	02		02
06. Investigación de la Comunicación II	05	02	05
12. Redacción Periodística II	11-49	10	11-49
41. Periodismo Televisivo	44	10	44-10
46. Diseño Editorial	49	38	49-38
04. Economía Política de la Comunicación	03	02	03
65. Filosofía de la Cultura			
63. Comunicación y Organización Jurídico-Institucional			
64. Legislación de la Comunicación			
13. Periodismo de Investigación	12-44-41		12-44-41
14. Periodismo Digital	12-49		12-49
15. Medios, Periodismo y Política			
47. Infografía			
16. Periodismo Cultural			
17. Periodismo Deportivo			
Taller de Diseño y Elaboración de Tesis			
Tesis *			

* Para su presentación se requiere tener aprobadas todas las materias del plan.

SR
Coee



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

Plan de correlatividades de la "Licenciatura en Comunicación Social" (con Mención en Gestión y Producción)

ASIGNATURA	A	B	C
10. Introducción al Periodismo			
18. Introducción a la Gestión y Producción en Comunicación			
38. Introducción a la Comunicación Visual			
23. Introducción a la Locución			
01. Comunicación Social I			
58. Antropología Cultural			
33. Lengua y Discurso I			
34. Lengua y Discurso II	33		33
59. Sociología			
35. Lengua y Discurso III	34	33	34
36. Arte y Literatura	35		35
60. Historia de las Ideas			
02. Comunicación Social II	01		01
49. Informática para Medios de Comunicación			
19. Comunicación Interpersonal y Grupal	18		18
43. Comunicación Radiofónica	18		18
61. Historia Argentina Contemporánea			
39. Cine	38		38
03. Comunicación Social III	02	01	02
37. Semiótica	36		36
05. Investigación de la Comunicación I	02		02
06. Investigación de la Comunicación II	05	02	05
20. Comunicación en las Organizaciones	19		19
45. Producción Radiofónica	43		43
40. Comunicación Audiovisual	39		39
48. Identidad y Diseño	49	38	49
04. Economía Política de la Comunicación	03	02	03
65. Filosofía de la Cultura			
63. Comunicación y Organización Jurídico-Institucional			
64. Legislación de la Comunicación			
21. Planificación y Gestión de la Comunicación	20		20
50. Comunicación en Multimedia	49		49
42. Producción Audiovisual	40		40
07. Comunicación y Cultura			
08. Comunicación y Educación			
22. Comunicación Empresarial			
09. Política y Opinión Pública			
Taller de Diseño y Elaboración de Tesis			
Tesis*			

* Para su presentación se requiere tener aprobadas todas las materias del plan.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

Plan de correlatividades de la “Licenciatura en Comunicación Social” (con Mención en Locución)

ASIGNATURA	A	B	C
10.Introducción al Periodismo 18.Introducción a la Gestión y Producción en Comunicación 38.Introducción a la Comunicación Visual 23.Introducción a la Locución 01.Comunicación Social I 58.Antropología Cultural 33.Lengua y Discurso I 34.Lengua y Discurso II 59.Sociología	33		33
35.Lengua y Discurso III 36.Arte y Literatura 60.Historia de las Ideas 02.Comunicación Social II 49.Informática para Medios de Comunicación 43.Comunicación Radiofónica 19.Comunicación Interpersonal y Grupal 24.Locución I 26.Foniatría I 30.Pronunciación de Lenguas Modernas	34 35 01 18 18 23	33 23	34 35 01 18 18 23
03.Comunicación Social III 37.Semiótica 61.Historia Argentina Contemporánea 39.Cine 05.Investigación de la Comunicación I 06.Investigación de la Comunicación II 25.Práctica Integral de Radio 27.Locución II 29.Foniatría II	02 36 38 02 05 24 24 26	01 02	02 36 38 02 05 24 24 26
04.Economía Política de la Comunicación 65.Filosofía de la Cultura 63.Comunicación y Organización Jurídico-Institucional 64.Legislación de la Comunicación 40.Comunicación Audiovisual 28.Práctica Integral de Televisión 31.Fundamentos de Tecnología 32.Doblaje 07.Comunicación y Cultura 09.Política y Opinión Pública Taller de Diseño y Elaboración de Tesis	03 39 27	02 27-29	03 39 27 27-29
Tesis*			

* Para su presentación se requiere tener aprobadas todas las materias del plan.

GR

Dececel



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

0173

ORDENANZA N°

Plan de correlatividades del Profesorado en Comunicación Social

ASIGNATURA	A	B	C
10. Introducción al Periodismo			
18. Introducción a la Gestión y Producción en Comunicación			
38. Introducción a la Comunicación Visual			
01. Comunicación Social I			
58. Antropología Cultural			
33. Lengua y Discurso I			
34. Lengua y Discurso II	33		33
59. Sociología			
35. Lengua y Discurso III	34	33	34
51. Pedagogía			
02. Comunicación Social II	01		01
49. Informática para Medios de Comunicación			
11. Redacción Periodística	10		10
43. Comunicación Radiofónica	18		18
53. Psicología I			
39. Cine	38		38
03. Comunicación Social III	02	01	02
55. Psicología II		53	53
40. Comunicación Audiovisual	39		39
46. Diseño Editorial	49	38	49
52. Política Educativa Argentina			
54. Didáctica General	51		51
36. Arte y Literatura	35		35
19. Comunicación Interpersonal y Grupal	18		18
37. Semiótica	36		36
50. Comunicación en Multimedia	49		49
65. Filosofía de la Cultura			
07. Comunicación y Cultura			
08. Comunicación y Educación			
57. Análisis, Producción y Evaluación de Materiales y Medios en Comunicación			
09. Política y Opinión Pública			
50. Didáctica Especial y Residencia	54		54

M
Qeeel



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

6. Listado de Materias de la Curricula de la Licenciatura y Profesorado

01. COMUNICACIÓN SOCIAL I

Objetivos

- Presentar y delimitar el campo de estudio
- Identificar los procesos de interacción y su importancia para la reproducción social
- Exponer y relacionar las disciplinas y principales corrientes de investigación pertinentes al estudio de la comunicación.

Contenidos mínimos

La comunicación humana. La comunicación no verbal. La comunicación como experiencia de la vida cotidiana y como acción social. Lenguaje y sociedad. Perspectiva histórica. La comunicación como objeto de estudio: el fenómeno de la comunicación mediada en el marco de la emergencia de la sociedad de masas y la ciudad industrializada. Modelos de la comunicación. Las teorías que fundan el campo y sus problemas y enfoques (perspectiva general). Las diversas áreas en las que se inserta la comunicación hoy.

02. COMUNICACIÓN SOCIAL II

Objetivos

- Presentar las escuelas y teorías que habitualmente se consideran propias del campo comunicacional.
- Ofrecer un panorama de los problemas, interrogaciones y perspectivas que caracterizan a la investigación de procesos comunicativos, con especial énfasis en las corrientes de pensamiento con mayor gravitación en Latinoamérica
- Analizar los supuestos, fundamentos y límites de estas corrientes y los contextos en los que fueron enunciadas
- Reconocer los diferentes enfoques en la investigación sobre medios y otras prácticas simbólicas, identificando los orígenes, fundamentos, diferencias y ejes en los debates actuales.

Contenidos mínimos

- Medios, poder y espacio en el siglo XIX. Primeras teorías sociológicas. Ciudades, multitudes y los orígenes de la *Mass Communication Research*. El modelo hipodérmico, esquemas lineales de información y teorías sobre efectos. El modelo modernizador de posguerra: transferencia de tecnología. Difusión de innovaciones: aplicaciones, visiones y críticas. La audiencia como objeto de estudio y como mercado político. El debate del NOMIC y las políticas nacionales de comunicación. Teorías y escuelas: afinidades y diferencias. Funcionalismo, teoría de "usos y gratificaciones", estudios sobre recepción de medios. Estudios culturales: hegemonía vs dominación, la recepción, la cultura de los sectores subalternos.

03. COMUNICACIÓN SOCIAL III

Objetivos

- Ofrecer un panorama de los problemas actuales del campo de la comunicación
- Proporcionar herramientas teóricas para la interpretación de fenómenos comunicacionales y su vinculación con la economía y la cultura partiendo de un enfoque transdisciplinario
- Analizar nuevas formas de organización espacial y temporal basadas en la reorganización de circuitos de consumo, con especial énfasis en la región patagónica
- Fortalecer la base teórica para formular proyectos de desarrollo local desde la comunicación

SR
Deeef



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

Contenidos mínimos

Medios, organización espacial y vida cotidiana. Comunicación y suburbanización. Desterritorialización y cuestiones de identidad. Cambios de sensibilidad, adaptaciones, conflictos y estrategias. Transformaciones y convergencias tecnológicas, videoculturas. Globalización y mundialización de la cultura. Reconfiguraciones del espacio público. Nuevos Paradigmas. La agenda global de los medios y estructuras de propiedad. La comunicación en el campo de las significaciones: ideologías, representaciones, imaginarios. Estudios (post)coloniales, culturales y economía política de la comunicación comparados. Progresismo, modernización, teorías de desarrollo y discurso económico: análisis, críticas y alternativas en el debate actual.

04. ECONOMIA POLITICA DE LA COMUNICACION

Objetivos

- Identificar escuelas y discutir diferencias, afinidades y problemas (economía política clásica, institucional y crítica)
- Exponer desafíos y paradojas de las políticas de comunicación y cultura a nivel local, regional, nacional e internacional
- Revisar enfoques y debates actuales sobre el concepto de “información” y “economía de la información”
- Analizar texto(s) y contexto(s) de la producción social del espacio
- Analizar las transformaciones del trabajo (trabajo intelectual, trabajo inmaterial, valores simbólicos, capital cultural)

Contenidos mínimos

Límites y alcances de las teorías instrumentales y deterministas de la comunicación: la información como unidad de cálculo, como mercancía, como producto, como elemento de control social. El mercado como escenario de la comunicación e intercambio de información, las utopías de “equilibrio” y la preponderancia del valor de cambio sobre el valor de uso. Introducción a las nociones de necesidades materiales y no materiales. Modificaciones estructurales y prácticas espaciales en perspectiva histórica. Comunicación, tecnologías de la información y relaciones de poder. Crisis de acumulación y flexibilización: taylorismo, fordismo y reestructuraciones del capital. Crisis y desarrollo desigual. Organización simbólico-material del espacio, comercio internacional de servicios y nuevos circuitos de producción y consumo cultural. Espacios constituyentes de autonomía social.

05. INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN I

Objetivos

- Presentar los problemas, demandas y tareas de la investigación en ciencias sociales, con especial énfasis en la comunicación.
- Desarrollar las herramientas y los pasos básicos de una investigación empírica.
- Presentar y comparar investigaciones realizadas desde esta perspectiva.

Contenidos mínimos

La investigación en ciencias sociales. El método científico. El problema de la objetividad en ciencias sociales. El proceso de investigación. Planteamiento de un problema de investigación. Teoría y datos: hipótesis, conceptos, definiciones, variables, indicadores, índices. Problemas de validación y verificación. Tipos de diseño. Muestras. Técnicas de observación y recolección de datos. Errores más comunes. Análisis de contenido, análisis estadístico. El experimento, el análisis motivacional, el grupo-panel y la investigación de efectos de los medios. La encuesta en los estudios de opinión.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

06. INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN II

Objetivos

- Identificar y valorar críticamente las perspectivas de investigación en comunicación.
- Desarrollar los principales pasos de diseño de una investigación cualitativa.
- Presentar investigaciones relevantes realizadas en el campo desde esta perspectiva.
- Aplicar las herramientas metodológicas a problemas de investigación concretos

Contenidos mínimos

Las distintas aproximaciones teórico-metodológicas en investigación social. La investigación en el marco de la cultura. Las relaciones interpersonales y las relaciones sociales como objeto de conocimiento. Metodología cualitativa: construcción del objeto de investigación. Selección de casos: muestreo teórico o intencional. Perspectiva del actor. Método etnográfico. Observación participante, entrevista en profundidad, historias de vida, biografías, estudios de caso. Análisis de entrevista. Enfoque interpretativista. Etnometodología. Comunicación en organizaciones: el diagnóstico. Registro y organización de la información. Triangulación de datos.

07. COMUNICACIÓN Y CULTURA

Objetivos

- Comprender los procesos comunicacionales dentro del marco general de la cultura
- Reconocer la genealogía del concepto de cultura, sus distintas apropiaciones y la vía de aproximación al campo comunicacional
- Presentar la complejidad y conflictividad de los procesos socioculturales

Contenidos mínimos

La problemática comunicacional en el seno de la cultura: antecedentes. El enfoque de las distintas ciencias sociales y sus aportes al campo: antropología sociocultural, historia de las mentalidades, estudios culturales. Definición del concepto según las distintas apropiaciones. La marca del romanticismo alemán. Culturas populares, cultura de clase. Espacios simbólicos comunes y contradicciones sociales. La perspectiva del círculo de Bajtín. Crítica a las teorías culturalistas y sus usos en América Latina.

08. COMUNICACIÓN Y EDUCACION

Objetivos

- Proporcionar elementos para el análisis comunicacional del procesos de escolarización y de las prácticas educativas
- Comprender los aportes de la cultura mediática: reestructuración en la percepción, la socialización y los modos de aprender.

Contenidos mínimos

Diferentes modos de relacionar a la Comunicación y la Educación. El problema de las mediaciones pedagógicas. Prácticas de comunicación educativa, de comunicación en el campo educativo y de educación mediada por los medios. Las matrices culturales y la construcción de identidades desde la perspectiva pedagógica. Las hibridaciones culturales en el escenario urbano y su emergencia en ámbitos educativos. La aparición en la escena educativa de las transformaciones en la sensibilidad, la socialidad y el consumo cultural.

fn
Qeeey



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

09. POLITICA Y OPINION PUBLICA

Objetivos

- Profundizar en las relaciones entre la política y el campo de la comunicación
- Entender la actividad de los medios en su capacidad estructurante de la esfera política
- Reproblematizar las cuestiones que esto abarca, a la luz de los procesos actuales

Contenidos mínimos

La relación comunicación-política. Opinión pública y definición del espacio de lo público. La constitución del mundo político en la sociedad moderna: revisión de tradiciones. El papel de los medios. La construcción de la subjetividad. Ingeniería política, mercadotecnia. La lucha por la representación en los discursos mediáticos. Videopolítica: un debate abierto. Política y medios en la escena pública contemporánea.

10. INTRODUCCION AL PERIODISMO

Objetivos

- Introducir al alumno al campo del periodismo como una forma de comunicación.
- Relacionar el periodismo con la Modernidad.
- Asociar el capitalismo industrial con el periodismo y las nuevas formas de circulación de información.
- Establecer los nexos del periodismo con la libertad de expresión y la ética.
- Reflexionar sobre el papel del periodista en el siglo XXI.
- Realizar análisis comparativos de la producción periodística nacional y mundial.
- Brindar métodos de ponderación de la información de actualidad.
- Producir textos periodísticos en el género informativo.

Contenidos mínimos

El periodismo y la comunicación de actualidad. Antecedentes históricos, económicos, culturales y políticos. Capitalismo y periodismo. Libertad de prensa y ética periodística. Géneros periodísticos. Evolución. El interés y la importancia. Fuentes. Periodismo americano y periodismo europeo. Agencias informativas. El texto informativo. Características. Texto literario. Diferencias. Reconocimiento de la noticia. Selección y jerarquización de los elementos informativos. Los elementos del paratexto. La noticia: distintos conceptos. Escuelas. Técnicas redaccionales. Redacción de noticias. Criterios de titulación de noticias. La crónica: evolución y concepción actual. Redacción de crónicas. Una aproximación a la entrevista, reportaje, comentario y editorial.

11. REDACCIÓN PERIODISTICA I

Objetivos

- Desarrollar conocimientos y habilidades para el tratamiento periodístico de la información.
- Producir textos periodísticos del género informativo.
- Conocer cómo se hace el armado de una página y de una publicación.
- Debatir sobre la función y rol del periodista en la sociedad y en las empresas periodísticas.

Handwritten signature



Contenidos mínimos

El periodismo: ficción y realidad. El estilo periodístico: definición, características. Reformulaciones según los códigos del mercado. La incidencia de la TV y de otros medios en el periodismo escrito. El periodismo y el poder. Periodismo cívico. El nuevo periodismo. La noticia. Origen. Fuentes. Su reformulación en la actualidad. La noticia como discurso: organización y distribución de la información. Del orden cronológico al orden lógico en la redacción. La entrevista. Modelos de entrevista. Técnicas y estrategias. El reportaje. La cotidianeidad como fuente informativa. Cómo se pregunta y cómo se escucha. La valoración y la interpretación. Las historias de vida. Definición, tendencias, importancia, usos. Lo público y lo privado: límites. El derecho a la información y el derecho a réplica.

12. REDACCIÓN PERIODÍSTICA II

Objetivos

- Analizar la evolución del periodismo desde sus inicios hasta la actualidad identificando las distintas corrientes en su contexto histórico.
- Ofrecer las herramientas teóricas y técnicas para la evaluación y producción de textos periodísticos.
- Producir textos informativos, de explicación y de opinión en tiempo real y en situación similar a una redacción de un medio regional.
- Discutir sobre los criterios para la selección, ponderación y jerarquización de noticias.
- Estudiar y debatir los textos algunos de los autores más representativos del periodismo, analizando la vida personal del autor y el contexto de producción de sus textos.

Contenidos mínimos

Teoría general del periodismo. Cambios, evolución y tendencias. Las escuelas o corrientes. El periodismo escrito y la vida institucional de la Argentina. Investigaciones sobre medios. La prensa informativa. Fuentes. Estilos y lenguajes. El periodismo explicativo o de interpretación. Información, base de datos e interpretación. Antecedentes y proyecciones. Ponderación. Nuevas tendencias en el periodismo. Cambios en la tematización. Periodismo de Servicio y de Servicios. Periodismo público o periodismo cívico. Periodismo Interactivo. El género de opinión. El editorial. "Artículo de fondo". El editorial como representación del pensamiento oficial del medio. El estilo. Introducción al periodismo de investigación. Investigación científica e investigación periodística. Introducción al periodismo digital. Características básicas del periódico digital. Exploración del nuevo medio. Los periódicos más visitados: comparaciones. Desarrollo de la noticia en el periódico digital. Técnicas redaccionales periodísticas. Noticia, crónica, entrevista, encuestas, informes especiales, periodismo de servicio, periodismo interactivo, periodismo de investigación, artículo de opinión, editorial. Trabajo periodístico en tiempo real. Funcionamiento de una redacción.

13. PERIODISMO DE INVESTIGACION

Objetivos

- Reconocer al Periodismo de Investigación (PI) como inherente a la libertad de expresión y al derecho a la información.
- Profundizar sobre la importancia del PI en el control de los asuntos públicos.
- Relacionar el PI con la búsqueda de la verdad y revisar casos relevantes.
- Estudiar las similitudes y diferencias entre el PI en América, Europa y Argentina. Señalar deformaciones destacadas.
- Abordar el PI desde el punto de vista de la ética.
- Proponer un cuerpo teórico y metodológico destinado a la producción de textos de PI.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N°

Contenidos mínimos

- Definición de Periodismo de Investigación (PI). Antecedentes. Historia del PI. Casos resonantes. PI en tiempos de autoritarismo y democracia. Reconstrucción del pasado con impacto en el presente. Aspectos éticos y legales del periodismo de investigación. Temas a investigar. El trabajo documental. Bancos de datos. Internet y periodismo de investigación. Casos. Formulación de hipótesis. Acotamiento del tema. Técnicas de periodismo de investigación. Planificación del PI. Uso de fuentes de información. Trabajo de campo. Equipos de trabajo. Evaluación del proceso. Confrontación de datos. Redacción y publicación o emisión del PI. Técnicas de redacción. Correcciones. Publicación o emisión única o seriada. Medición del impacto.

14. PERIODISMO DIGITAL

Objetivos

- Ubicar al periódico digital en el contexto de la era de la información, estableciendo relaciones entre la evolución tecnológica y los momentos históricos que le dieron origen.
- Reconocer las características del periódico digital como nuevo medio de comunicación, identificando las diferencias que presenta con los otros medios en la construcción de la actualidad y descubriendo algunas de sus características en los medios que lo antecedieron.
- Establecer un perfil del lector/usuario del periódico digital y debatir los alcances y las consecuencias de la brecha digital.
- Producir relatos de actualidad para un periódico digital, buscando explorar y explotar todas las potencialidades interactivas del medio.
- Abordar los servicios de Internet como recursos informativos y de comunicación para el periodista.

Contenidos mínimos

Historia de un nuevo medio. Origen y evolución de Internet. Algunos servicios de Internet. Perfil de los lectores del periódico digital. La brecha digital. Antecedentes del periódico digital: el videotex, el teletexto y otros. Evolución en el periódico digital: del periódico cartel (mural) al periódico digital interactivo. Características del periódico digital. Medios analógicos y medios digitales: comparaciones. La interactividad en el periódico digital. El hipertexto en el periodismo. La comunicación multimedia. Los géneros en el periodismo digital. Los contenidos en el nuevo medio: periodismo de servicio y periodismo en profundidad. La *actualidad múltiple* en el periódico digital. La personalización de contenidos. Escritura para la red. Tipos de estructuras y enlaces hipertextuales. Diseño de un *storyboard*. Internet como fuente de información del periodista. Buscadores automáticos, especializados y temáticos. Ejemplos de medios digitales en el mundo. Medios alternativos en la red.

15. MEDIOS, PERIODISMO Y POLÍTICA

Objetivos

- Relacionar la construcción comunicativa de medios masivos de comunicación con los grandes momentos de la vida institucional argentina desde 1930 hasta 1976.
- Reconocer, desde el discurso de los medios, posiciones, críticas y consensos frente a los cambios políticos sociales y económicos de fuerte impacto en la vida nacional. Asociar momentos clave del periodismo nacional con libertad de expresión y libre circulación de información.
- Vincular el *rol* de la prensa y los movimientos populares desde 1930.
- Producir un trabajo de investigación sobre prensa y política en Argentina en el lapso histórico acotado.

SC

Qeej



Contenidos mínimos

La vida institucional mirada desde el periodismo. La crisis de 1930 y la participación de la prensa escrita. Principales medios. Propiedad. Vínculos internos y externos. Discurso previo y post crisis. Los medios y el nacimiento del peronismo. La Revolución de 1943, la radio y la prensa. Posiciones. Medios y peronismo. El peronismo en el poder 1946-1955. Cadena de radios. La prensa tradicional. Nuevos medios. Confrontación y crisis. Autoritarismo I: La revolución de septiembre de 1955. El poder militar. Censuras y prohibiciones. El periodismo tradicional. Discurso para los vencidos. El desarrollismo y la esperanza. La crisis radical y la apertura frondicista. El proyecto frondo-frigerista, la proscripción peronista y los medios políticos de coyuntura. EL partido militar. Internas, enfrentamientos armados y elecciones. El gobierno de la UCR. Gobierno de Illia. La promesas electorales. Conspiración cívico militar. El papel de semanarios y la prensa diaria. Derrocamiento. Autoritarismo II : La Revolución Argentina. La vuelta al pasado. Censuras, prohibiciones y cierres de medios. La vuelta del peronismo. Fin de la Revolución Argentina y retorno del justicialismo. Cámpora-Perón-Isabel Perón. La construcción del un nuevo discurso en la prensa gráfica. Crisis y destitución cívico militar. La mirada de los medios más influyentes. Cobertura del golpe

16. PERIODISMO CULTURAL

Objetivos

- Establecer las reglas básicas del llamado periodismo cultural, tanto en la prensa gráfica como en los medios audiovisuales y a través de la Red

Contenidos mínimos

Definiciones de cultura en la sociedad contemporánea. Qué se entiende por periodismo cultural. La importancia del periodismo cultural en los medios de comunicación. Principales formatos del periodismo cultural: reportaje, nota de opinión, crítica y comentario. Modos de comentar una exposición, un recital, una obra de teatro, una película o un programa de TV. Diferencias entre crítica literaria y comentarios de libros. Los suplementos culturales en la prensa gráfica y en la prensa digital.

17. PERIODISMO DEPORTIVO

Objetivos

- Establecer las reglas básicas del periodismo abocado a la información deportiva, tanto para prensa gráfica como para los medios audiovisuales e Internet.

Contenidos mínimos

Qué es el deporte. El deporte como juego, como espectáculo y como negocio. Qué es el periodismo deportivo. Orígenes del periodismo deportivo. Las primeras revistas y la evolución hasta el diario deportivo. La importancia del periodismo deportivo en los medios de comunicación del mundo. La particularidad de los diferentes formatos en el periodismo deportivo: noticia, crónica, reportaje y entrevista, editorial, comentario, análisis, opinión, ensayo, relato histórico. La mesura en la crítica y en el elogio. La estructura de una redacción de deportes. El periodismo deportivo en la Red.

18. INTRODUCCION A LA GESTION Y PRODUCCION EN COMUNICACION

Objetivos

- Aproximarse a las nociones de gestión y planificación de la comunicación.
- Conocer la naturaleza y características del ecosistema de medios.
- Destacar la función social de los medios en tanto herramienta de desarrollo y vehículo de cultura popular.

SR
Qeeey



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

- Motivar la reflexión acerca de la actitud del comunicador frente a las necesidades, expectativas y gustos del público.
- Sentar las bases teóricas que permitirán efectuar producciones y análisis con la mayor fluidez y solvencia en las posteriores asignaturas de la carrera.

Contenidos mínimos

El concepto de planificación. Experiencias en Argentina y América latina. Las políticas nacionales de comunicación. Gestión de la comunicación. Especificidad y funciones del ecosistema medial. Sistemas de explotación. Comunicación y vida cotidiana. Nuevas tecnologías. Necesidades y competencias del comunicador social. Características de los lenguajes de los medios. Caracterización de géneros y formatos. Roles y actividades de producción. La comunicación en las organizaciones. La comunicación como elemento de dinamización social, desarrollo comunitario y promoción humana.

19. COMUNICACIÓN INTERPERSONAL Y GRUPAL

Objetivos

- Desarrollar la creatividad y la percepción del macro y el micro entorno y lograr transmitirlo.
- Estimular lo imaginativo y la reflexión desde lo lúdico.
- Indagar en los recursos de la vinculación comunicativa.
- Comprender la necesidad de la calificación cultural dentro del proceso comunicativo.
- Adquirir destrezas para planificar hechos comunicativos y estrategias de diversos modos y a través de diferentes soportes.

Contenidos mínimos

El dominio de lo cotidiano. Percepción y capacidad de observación. Creatividad. Inteligencia emocional. Comunicación intrapersonal e interpersonal. El grupo: sus actores y sus vínculos. Rasgos

predominantes del proceso comunicativo en grupos. Patrimonio cultural. Identidad y pertenencia. Investigación y análisis de nuevas formas de comunicación para pequeños grupos. Creatividad en la generación de productos comunicacionales. Lo lúdico y la comunicación. La oralidad, el texto, el gesto y el cuerpo como herramientas comunicativas.

20. COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

Objetivos

- Capacitar para la actuación de analistas y agentes de promoción y/o asesoramiento comunicacional en organizaciones.
- Identificar los paradigmas que caracterizan la investigación aplicada en las organizaciones.
- Comprender las características estructurales de las organizaciones y valorar su aporte en la construcción de la sociedad civil.
- Diseñar diagnósticos y autodiagnósticos comunicacionales de las entidades en las que se actúa.

Contenidos mínimos

Comunicación organizacional. Grupo, barrio, comunidad. Organización e institución. Actores sociales y escenario social. Roles, tensiones y comportamientos. Diagnóstico y autodiagnóstico comunicacional para el cambio social. Identificación y características de los actores involucrados. Datos del contexto. Herramientas metodológicas para el diagnóstico desde la comunicación. Imagen, identidad, pertenencia y cultura organizacional.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

21. PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Objetivos

- Conocer las teorías que validan desarrollos de proyectos en y desde las organizaciones.
- Adquirir saberes técnicos y metodologías para planificar, gestionar y evaluar proyectos de comunicación en organizaciones y en el ámbito de la gestión pública.

Contenidos mínimos

Paradigmas teóricos de la planificación: normativa, estratégica, prospectiva. Planificación y gestión. Aspectos teóricos de la gestión de proyectos comunicacionales en organizaciones e instituciones. Definición de estrategias de comunicación. Mercado de medios. Planificación de medios y modos comunicacionales. Planificación, gestión y evaluación de proyectos integradores para el desarrollo de organizaciones. Políticas públicas de comunicación.

22. COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

Objetivos

- Analizar la función de la comunicación en el contexto de la empresa.
- Establecer los alcances de los proyectos empresariales y la producción de bienes y servicios.
- Relacionar la empresa /comunicación como herramienta de cambio.
- Desarrollar propuestas de integración entre organizaciones y públicos.

Contenidos mínimos

Comunicación empresarial e institucional. Diferencias y similitudes. Empresas lucrativas. Asociaciones civiles, no gubernamentales y oficiales. Sinergia. La comunicación como proceso, intercambio, registro y guarda de mensajes en el marco de un sistema con objetivos determinados. La comunicación como herramienta de cambio en la pequeña y mediana empresa (PYME). Diagnóstico. Públicos internos y externos. Planes estratégicos de comunicación. Plan de crisis. Políticas de comunicación en la empresa. Cultura empresarial. Imagen. Identidad. Dirección de comunicación. Prensa: interna y externa. Bancos de datos. Publicaciones clásicas y digitales. Medios audiovisuales. Publicidad institucional.

23. INTRODUCCION A LA LOCUCION

Objetivos

- Adquirir habilidades y destrezas en correctos manejos de tipo respiratorio y fonatorio.
- Adquirir una base técnico-práctica locutiva para ser aplicada en futuras materias específicas.

Contenidos mínimos

El locutor nacional: definición, funciones. Obligaciones y derechos. Identificación de su trabajo en los distintos medios de comunicación. La voz humana: sus características. El aparato fonador. El lenguaje articulado: características de los fonemas. Articulación, dicción. El vocabulario. Vicios de dicción.

sn
@eeel



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

24. LOCUCIÓN I

Objetivos

- Adquirir técnicas adecuadas para el correcto uso de la voz en el mensaje articulado
- Distinguir las incorrecciones frecuentes del lenguaje vulgar
- Desarrollar la expresión oral articulada según el texto propuesto
- Distinguir entre “leer” y “decir”
- Lograr la desinhibición interpretativa del estudiante

Contenidos mínimos

La naturalidad de la expresión oral. La cadena hablada. El vocabulario: su ampliación. Vicios de pronunciación. Articulación del mensaje. Aplicación en los diferentes géneros narrativos. Oído interno y oído externo. Tonalidad y atonalidad. El énfasis contextual. Diferenciación interpretativa. La estética de la voz.

25. PRACTICA INTEGRAL DE RADIO

Objetivos

- Lograr el desenvolvimiento profesional del locutor y el correcto uso de las herramientas del medio
- Distinguir géneros y formatos a través de la interpretación oral del estudiante
- Desarrollar las técnicas locutivas aplicadas a la publicidad y a la información
- Capacitar para adaptar mensajes al lenguaje radiofónico
- Lograr la creación interactiva de microaudiciones
- Perfeccionar la capacidad comunicativa con el oyente a través de la conducción oral

Contenidos mínimos

Desarrollo informativo oral: el flash, el boletín, el panorama. Desarrollo publicitario oral: el aviso agrupado (tanda), el aviso grabado, el aviso institucional, el aviso propagandístico. Desarrollo narrativo oral: el relato, la narración: prosa y poesía. Estilos radiofónicos: identificación. Microaudiciones: recreativas, narrativas, informativas. Audiciones: de interés general o radio revista, informativas, recreativas, narrativas. Diferencias rítmicas y adaptación al tiempo y a la forma radiofónica.

26. FONIATRÍA I

Objetivos

- Conocer el instrumento de trabajo: la voz
- Conocer la anátomo-fisiología que sustenta la fonación
- Comprender la interacción de todos los sistemas que intervienen en la fonación
- Tomar conciencia de los hábitos que están en la base de la fonación
- Identificar la personalidad de la voz

Contenidos mínimos

Ontogénesis vocal. Vías respiratorias, deglutorias y fonatorias. Aparato respiratorio y fonatorio. Fisiología de la caja torácica y de la fonación. Tono y relajación muscular. Técnicas posturales y respiratorias. El oído. Sistema nervioso. Sistemas articulatorios y de resonancia. Sensaciones internas de la fonación.

fn
0000



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

27. LOCUCIÓN II

Objetivos

- Identificar variantes estilísticas del mensaje articulado
- Perfeccionar la capacidad auditiva del estudiante
- Lograr calidad de matices y tonos emotivos adecuados del mensaje hablado
- Desarrollar aptitudes oratorias ante diferentes públicos

Contenidos mínimos

La intención del contenido narrativo en la voz profesional según los distintos autores. Estilos: vibrante, brillante, sobrio, coloquial, formal, íntimo, reflexivo. Ritmos locutivos. La improvisación.. Comprensión e interpretación de textos. El locutor conductor: variantes. Interacción con otros profesionales de la comunicación radiofónica. Radioteatro: el locutor como personaje interpretativo.

La dramatización de los textos. Intensidad de sonido y pausa. Improvisación: elementos fundamentales. Técnicas de oratoria. Locución en actos públicos. El locutor conductor: variantes. Interacción con otros profesionales de la comunicación radiofónica. Radioteatro: el locutor como personaje interpretativo.

28. PRACTICA INTEGRAL DE TELEVISIÓN

Objetivos

- Lograr el desenvolvimiento profesional del locutor frente a las cámaras y el correcto uso de las herramientas del medio
- Distinguir géneros y formatos a través de la interpretación oral y corporal del estudiante
- Desarrollar las técnicas locutivas aplicadas a la publicidad y a la información a cámara y en aif
- Capacitar para adaptar mensajes al lenguaje televisivo a cámara y en off

Contenidos mínimos

El locutor y su imagen televisiva. El estudio de televisión (set) y la cabina en aif. Ubicación espacial. El trabajo de pie, sentado y el desplazamiento. Planos y cuadros. Vestimenta y maquillaje profesional. El lenguaje postural. El lenguaje gestual. La desinhibición frente a las cámaras. La mirada a cámara. La vista al monitor. El trabajo interactuado: operadores, camarógrafos, switchers, sonidistas, microfonistas e iluminadores. Publicidad: el aviso comercial, el aviso institucional, el aviso propagandístico a una y dos cámaras. Desarrollo informativo televisivo: el flash, el boletín, el panorama a una y dos cámaras. Desarrollo narrativo oral en off: el relato, la narración: prosa y poesía, el documental. Presentaciones y desarrollo de espectáculos culturales.

29. FONIATRÍA II

Objetivos

- Incorporar la técnica correcta de respiración e impostación matizando y utilizando la voz en función de una comunicación social.
- Conseguir una adecuada emisión vocal frente al micrófono

Sn
@



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

Contenidos

Anatomía fonoarticulatoria normal. Incorporación en forma de hábitos de las técnicas y posturas corporales específicas. Apoyo respiratorio costoabdominal con dominio del soplo respiratorio, cuello y laringe. Inspiración suficiente y silenciosa. Postura adecuada de la lengua. Postura adecuada de la faringe. Proyección vocal. El lenguaje oral y el lenguaje corporal acorde.

30. PRONUNCIACION DE LENGUAS MODERNAS

Objetivos

- Obtener una correcta pronunciación de nombres y frases habituales en lenguas extranjeras.

Contenidos mínimos

El medio fónico como manifestación espontánea del habla. Fonología y fonética. Fonemas y alófonos. Características en la emisión fónica de los sonidos del inglés, francés, italiano, portugués y alemán. Fonética articulatoria, acústica y auditiva.

31. FUNDAMENTOS DE TECNOLOGIA

Objetivos

- Proporcionar conocimientos sobre los aspectos técnicos de las comunicaciones y las nuevas tecnologías
- Proveer de competencias para salvar los obstáculos técnicos que se presentan en la manipulación de medios audiovisuales

Contenidos mínimos

Espectro electromagnético. Banda sonora y espectro radioeléctrico. Características de las ondas. Generación y propagación. Bandas de transmisión. Formas de transmisión de información. Equipos móviles. Infraestructura de una emisora radial y una emisora televisiva. Programas de computación disponibles en el mercado: criterios de selección.

32. DOBLAJE

Objetivos

- Lograr el histrionismo necesario para interpretar personajes
- Manejar diferentes posibilidades vocales
- Combinar interpretación y perfección en el sincronismo doblajístico

Contenidos mínimos

Conocimiento de los elementos técnicos de la disciplina. Personas intervinientes. Análisis de los personajes a doblar. Doblaje de películas, publicidades, propaganda, documentales. Ruidos y onomatopeyas. Diálogos. Doblaje de uno mismo. Colocación adecuada para doblar dibujos animados, alienígenas y otros personajes no humanos.

Sm
@ccccel



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173.....

33. LENGUA Y DISCURSO I

Objetivos

- Transitar por una intensa práctica en el uso de la lengua materna que le permita al alumno conocer reflexivamente las condiciones de producción e interpretación de sus mensajes.
- Desarrollar técnicas de trabajo intelectual
- Emplear adecuadamente recursos y estrategias retóricas en la producción textual.
- Favorecer mediante el estudio sistemático de la lengua la reflexión sobre la propia actuación lingüística

Contenidos mínimos

La lengua como instrumento de comunicación. Componentes del proceso comunicativo. La lengua como sistema: morfosintaxis del español. Cuestiones normativas. Léxicogenesia. Aspectos pragmáticos del lenguaje. El texto. Técnicas de trabajo intelectual: subrayado, esquema de contenido, resumen, síntesis, informe de lectura. La retórica como perspectiva de análisis y producción de textos informativos. La jerarquización de la información en el texto. Coherencia. Procesos de macroestructuración textual. Macroestructura semántica y Superestructura. Rasgos lingüísticos del texto informativo.

34. LENGUA Y DISCURSO II

Objetivos

- Exponer a los estudiantes a una intensa práctica escrituraria que les permita acrecentar su competencias discursivas.
- Ejercitar las habilidades adquiridas en Lengua y Discurso I y confrontarlas con las propias del discurso expresivo.
- Iniciarlos en el análisis de los recursos y estrategias retóricas del texto literario
- Favorecer, mediante su uso activo, la reflexión sobre los aspectos morfosintácticos, semánticos y normativos propios de la lengua escrita
- Conocer los aspectos pragmáticos que determinan en el uso determinado tipo de discurso

Contenidos

La función expresiva del lenguaje y su realización en el discurso literario. La narrativa. Cómo se escribe un cuento, un relato, una fábula: historia y discurso. Núcleos y catálisis, indicios e informaciones. Los actantes y su relaciones. Las posibilidades del narrador. Tiempo del relato. Técnicas tradicionales, innovaciones. La dramática. Cómo se escribe un texto teatral: texto dramático y representación escénica Estructura del proceso dramático: conflicto, acción, intriga, secuencia. Los personajes. La función poética. Su uso en la poesía lírica, en la publicidad y en las titulaciones periodísticas. Las figuras Normativa : uso de los signos de puntuación. El discurso referido. Otros aspectos morfosintácticos. La pragmática: los actos de habla, presuposiciones e implicaturas. El uso de los operadores pragmáticos. El lenguaje como un juego.

Handwritten signature



35. LENGUA Y DISCURSO III

Objetivos

- Sistematizar diferentes aportes teóricos para definir y caracterizar el discurso argumentativo en dos de sus modalidades: los géneros editorializantes de la prensa y el discurso académico.
- Esbozar tipologías de ambas modalidades.
- Identificar la especificidad retórica de cada formato.
- Emplear adecuadamente recursos y estrategias retóricas en la producción de textos argumentativos en las dos modalidades especificadas.

Contenidos mínimos

La argumentación: diferentes concepciones teóricas. La argumentación según su intencionalidad. Operaciones retóricas en una argumentación: inventio, dispositio y elocutio. Tipología de los discursos argumentativos. El discurso argumentativo en los massmedia: discursos deliberativos, judiciales y epidícticos. El discurso académico. Tipología del texto académico: monografía de compilación, monografía informe, monografía investigativa. Textos vinculados con la monografía de investigación: publicaciones (reseñas de libros, artículos en revistas científicas, artículos de divulgación) y comunicaciones en eventos científicos (abstract, ponencia, póster). El ensayo. La heurística y la hermenéutica como ámbitos de producción intelectual.

36. ARTE Y LITERATURA

Objetivos

- Sensibilizar al alumno frente al hecho artístico, induciéndolo a la apreciación de la obra de arte en sí misma y como expresión significativa de contenidos históricos, estéticos, ideológicos y simbólicos propios de las culturas y los autores que las crearon.
- Sistematizar las características fundamentales de las estéticas que se sucedieron hegemónicamente hasta el siglo XX, en particular las de las vanguardias y neovanguardias.
- Analizar el fenómeno de la producción, circulación y consumo de la obra de arte desde una perspectiva comunicacional.

Contenidos mínimos

En las artes plásticas: Clasicismo. Románico y gótico. Renacimiento. Barroco. Neoclasicismo. Las estéticas del siglo XIX: idealismo vs realismo. Las primeras vanguardias del siglo XX. Las neovanguardias. La transvanguardia. El arte digital. En la literatura: De las estéticas clásicas a las estéticas modernas. Las primeras vanguardias europeas. Las vanguardias de posguerra. Las postvanguardias. En la música: La música en el medioevo. El Renacimiento. El Barroco. El clasicismo. La música en el siglo XX: la aparición de las vanguardias; de la reacción antirromántica a la crisis de la tonalidad; el dodecafonismo. Lo electroacústico. Otras tendencias.

37. SEMIOTICA

Objetivos

- Posibilitar el acercamiento a las principales corrientes semióticas para poder incursionar, con un adecuado bagaje conceptual, en áreas específicas que requieren el conocimiento de términos y métodos provenientes del estructuralismo, la semiótica peirceana, la teoría de los discursos sociales, la semiótica de la cultura, la pragmática o el análisis del discurso.
- Abordar la lectura reflexiva de artículos provenientes de la semiótica que se ocupan de géneros asociados a la comunicación de masas y proporcionar instrumentos de análisis semiótico, con la finalidad de advertir la particularidad de las investigaciones que los abordan desde esta perspectiva.

fn
@



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

0173

ORDENANZA N°

- Realizar el análisis semiótico de los corpus que se propongan para demostrar el conocimiento de los modelos y metodologías oportunamente expuestos.

Contenidos mínimos

Definición de la Semiótica. Objeto de la semiótica. Semiótica general y semióticas particulares. Principales concepciones semióticas: el modelo binario de la semiolingüística (Saussure, Barthes, Greimas); el modelo triádico (Peirce); la teoría de los Códigos y la Teoría de la Producción de Signos (Eco); la teoría de la discursividad (Verón); la Semiótica de Enunciados Magariños de Morentin); la semiótica cultural (Lotman). Los aportes de la Pragmática y el Análisis del Discurso. Semiótica aplicada.

38. INTRODUCCION A LA COMUNICACIÓN VISUAL

Objetivos

- Comprender el funcionamiento de las variables que determinan la construcción de las imágenes
- Analizar los elementos que intervienen el proceso de la comunicación visual
- Reconocer las interrelaciones entre imagen y sociedad e imagen y tecnología

Contenidos mínimos

El universo de las imágenes producidas con intencionalidad comunicativa. El proceso de comunicación visual inmerso en un ambiente complejo que determina el sentido, la forma y el uso. La selección de la realidad: Teorías de la Percepción. La Representación visual: elementos morfológicos, dinámicos y escalares. La articulación y composición de las imágenes. El análisis de las imágenes. El papel del espectador: la significación de la imagen. La imagen en el periodismo.

39. CINE

Objetivos

- Incentivar el análisis cinematográfico y el reconocimiento de su gramática a través de la lectura de textos filmicos.
- Conocer las teorías de cine y los grandes movimientos que componen su historia.
- Estimular la visión del material audiovisual para facilitar el desarrollo de análisis críticos.
- Hacer fundamental hincapié en la temática cinematográfica latinoamericana en general y Argentina y patagónica en particular, tanto en cine documental como en el de ficción.
- Acercar al estudiante a una temática conocida por todos en cuanto a su proyección masiva pero menos difundida en los análisis académicos en nuestro país.

Contenidos mínimos

Historia del cine. De la pantalla muda a la sonora y del blanco y negro al technicolor. Principales teorías y escuelas. Movimientos cinematográficos: expresionismo, neorrealismo, *nouvelle vague*, etc. Superproducciones y cine clase B. Hollywood y la factoría de sueños. El star system. Géneros cinematográficos: western, policial, comedia, ciencia-ficción, terror, romántico. Figuras célebres en la historia del cine.

fn
Obispo



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

40. COMUNICACION AUDIOVISUAL

Objetivos

- Situar al alumno en el complejo campo del lenguaje audiovisual
- Visualizar las partes que componen este lenguaje a través de los procedimientos filmicos sonoros y de montaje
- Reconocer los modos de representación audiovisual e identificar sus posibilidades como espejo de la realidad o como constructora de otras realidades
- Comprender las posibilidades cognitivas, de comunicación y de información del lenguaje audiovisual.
- Reconocer las aptitudes de la imagen secuencial para la comparación, el análisis y la síntesis.

Contenidos mínimos

El lenguaje audiovisual: lenguaje de nuestro tiempo. Funciones creadoras de la cámara, el sonido y montaje. El relato audiovisual. La dimensión espacial. La dimensión temporal. Sonido e iluminación. Géneros y formatos. Códigos. El relato audiovisual: herramienta de trabajo en la cultura del espectáculo. Espectáculo continuo y formatos ambiguos. Productos audiovisuales y educación: sus posibilidades como recurso didáctico. Medios audiovisuales y promoción social. Medios audiovisuales de comunicación y sociedad. Relación con la cultura. Estudios e investigaciones de audiencia. Adaptación y aplicación a la realidad regional.

41. PERIODISMO TELEVISIVO

Objetivos

- Situar al alumno frente a las posibilidades de presentar e interpretar la realidad de manera audiovisual.
- Producción de géneros periodísticos audiovisuales
- Indagar las posibilidades que abre el video digital en el campo del periodismo
- Analizar producciones periodísticas en los medios audiovisuales
- Reflexionar acerca de las construcciones periodísticas audiovisuales como ocultamiento, apariencia o autenticación de la realidad.

Contenidos mínimos

Presentación y representación de la realidad: El mito de la objetividad: selección de contenidos, selección y de códigos. Guión y producción periodística en medios audiovisuales. Los actores de la información. Roles y funciones Pre-producción, producción y pos-producción. Géneros Periodísticos: informativos, interpretativos. Recursos tecnológicos. Nuevas modalidades del periodismo

42. PRODUCCION AUDIOVISUAL

Objetivos

- Introducir a la problemática de la Realización y Producción Audiovisual.
- Desarrollar técnicas y Métodos de planificación, producción y realización.
- Incentivar el reconocimientos de los códigos de significación de la representación audiovisual.
- Desarrollar capacidades técnicas, expresivas de la narración audiovisual.
- Profundizar la articulación del lenguaje sonoro y visual.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

Contenidos

Una aproximación a la escritura audiovisual. El relato audiovisual, su relación con lo cultural, lo educativo, lo social. La estructura de las técnicas y los métodos de una planificación y su articulación con la producción y la realización audiovisual. El plan de planificación y realización. El trabajo en equipo: los roles y las funciones. Precisiones sobre el mensaje televisivo, sus funciones. La estructura audiovisual, diferentes formatos

43. COMUNICACION RADIOFONICA

Objetivos

- Construir conocimientos relacionados con el funcionamiento de una emisora de radio.
- Analizar las interrelaciones que se tejen entre radio-contexto-audiencia.
- Lograr la visualización y comprensión de los géneros informativo e interpretativo.
- Informar acerca de los formatos que pueden vehicular la producción radiofónica que adscribe a esos géneros
- Analizar los modos en que se constituye la expresividad en la radio.

Contenidos mínimos

La radio hoy. Su relación con las audiencias. Participación. Perfiles de audiencia. Estética del discurso radiofónico. Combinación de los cuatro elementos constitutivos del discurso. La observación de lo cotidiano como materia de jerarquización y eficacia del lenguaje. La personalización como recurso ante la abstracción. El encadenamiento acústico: comprensión de los relieves. Criterio cinemático. El concepto de sinestesia. Guión: noción de estructura. Roles y equipos de producción. Conducción. Géneros informativo e interpretativo: definiciones y características. Sus respectivas estructuras de producción (formatos).

44. PERIODISMO RADIOFONICO

Objetivos

- Profundizar el conocimiento respecto de la realización y el análisis de la producción periodística radiofónica.
- Conocer las posibilidades expresivas del periodismo en radio.
- Analizar las características de la tematización en el medio radiofónico.

Contenidos mínimos

El género informativo y sus formatos. Fuentes noticiosas. La redacción periodística para radio. Estructura de la información radiofónica. El móvil. El género interpretativo y sus formatos. Planificación de la tarea periodística en equipo, de acuerdo con la especificidad del medio radial. Agendas temáticas. Conferencia de prensa. Recursos tecnológicos en la tarea periodística en el medio radial. Estrategias de planificación de la tarea periodística en la radio local, en la meso y y la megaradio. Producción de periodismo radiofónico para Internet.

45. PRODUCCION RADIOFONICA

Objetivos

- Comprender de qué forma se establecen los criterios de una programación radiofónica.
- Profundizar la visualización y comprensión del género interpretativo.
- Lograr la visualización y comprensión del género recreativo.
- Informar acerca de los formatos que pueden vehicular la producción radiofónica que adscribe a este género.
- Profundizar en el análisis acerca de los modos en que se constituye la expresividad en la radio.

Handwritten signature and initials.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

Contenidos mínimos

Gestión de una emisora: estructura y recursos materiales, técnicos y humanos. Equipo de trabajo. La actualización tecnológica. Las estrategias programáticas de emisoras con diferente estructura de propiedad. Fragmentación conceptual. Segmentación de audiencias. Gestión de una emisora: estructura y recursos materiales, técnicos y humanos. Equipo de trabajo. Roles y equipos de producción. Género recreativo: definiciones y características. Sus estructuras de producción (formatos). Radio y educación. Radio y acción terapéutica. Radio y promoción social.

46. DISEÑO EDITORIAL

Objetivos

- Introducir al alumno en el campo de la comunicación gráfica por medio del análisis y la realización de piezas para el área de diseño editorial.
- Posibilitar la percepción de la gráfica como un espacio emergente y particular de los mass media existente en nuestra cultura.
- Proporcionar categorías conceptuales para comprender el fenómeno gráfico y organizarlo funcional y estéticamente.
- Propender a la creatividad individual y grupal de un espacio sistematizado del diseño gráfico.

Contenidos mínimos

Función del diseño periodístico. Criterios morfológico-semánticos. Relación texto-imagen. Imagen editorial. Funciones de la imagen. Tipografía. Análisis morfológico y semántico. Familias tipográficas variables. Diseño de imagen global de diario o periódico. Concepto y desarrollo de marca. Componentes de la estructura de diseño. Infografía: origen y desarrollo. Características básicas. Elaboración y construcción. Diseño en revistas. Criterios de resolución y propuestas comunicacionales. Diseño gráfico para la web. Estructura de los sitios. Análisis y comparación de los medios gráficos.

47. INFOGRAFIA

Objetivos

- Introducir en el campo de la comunicación gráfica por medio del análisis y la realización de piezas de infografía
- Percibir la infografía como un espacio emergente y particular de los mass media existente en nuestra cultura
- Incorporar categorías conceptuales para comprender el fenómeno gráfico y organizarlo funcional y estéticamente
- Propender a la creatividad individual a partir de la combinación de diseño, ilustración y periodismo
- Seleccionar las técnicas y las herramientas básicas para el desarrollo de proyectos
- Distinguir y analizar los lenguajes producto de las herramientas digitales

Contenidos mínimos

Función de la infografía en los medios gráficos. Origen y desarrollo. Características básicas. Criterios morfológico-semánticos. Relación diseño-ilustración-periodismo. Tipografías: variables. Criterios de resolución. Descripción y síntesis. Investigación y relevamiento. Aplicación en diarios y revistas. Infografías atemporales e inmediatas como complemento de la información. Infografía para la web.

Handwritten signature and initials.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

48. IDENTIDAD Y DISEÑO

Objetivos

- Alcanzar un conocimiento crítico para analizar una determinada identidad corporativa en sus componentes visuales;
- Integrar esta identidad visual al conjunto de estrategias identitarias de una institución;
- Incorporar categorías conceptuales para acceder a los mecanismos generadores de identidades visuales;
- Proveer técnicas y habilidades para organizar emprendimientos periodísticos/comunicacionales sustentados en tecnologías digitales destinadas a la producción de publicaciones con distintos soportes.
- Incorporar técnicas dirigidas a posibilitar la realización de planes estratégicos de comunicación y de identidad corporativa.

Contenidos mínimos

Aproximación a la génesis de la imagen de la organización. Sistema de la identidad corporativa. Formación de la imagen mental. Estructura de la imagen. Qué es la identidad corporativa. Concepto tradicional de marca. Los signos de identidad. Cómo se elabora un programa de identidad. Posición de la identidad visual en las comunicaciones de la organización. Nuevo programa de identidad y cómo llevarlo a término. Conceptos y técnicas de identidad visual. La civilización de la imagen. El logotipo. El símbolo. La gama cromática. El sistema de diseño. Implantación y control de la nueva identidad. El manual de identidad. El programa de implementación. Las empresas e instituciones: planes de comunicación. Producción de mensajes internos y externos, soportes tradicionales y virtuales. Práctica en organizaciones. Evaluación de resultados.

49. INFORMÁTICA PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Objetivo

- Desarrollar habilidades para el aprovechamiento de los programas informáticos que se aplican en el campo de la comunicación.

Contenidos mínimos

Recursos informáticos para la tarea periodística, la producción de audio y video, el diseño gráfico y de sitio web, el acceso a información y su procesamiento para actividades de investigación.

50. COMUNICACIÓN EN MULTIMEDIA

Objetivos

- Aprender los conceptos básicos de la estructura narrativa del lenguaje multimedia
- Reconocer la función comunicativa y de apoyo pedagógico para la reflexión en torno de las características que ofrece este soporte y su lenguaje
- Promover la habilidad para la escritura de textos con soporte multimedia



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

Contenidos mínimos

Producción, puesta en el espacio y actualización del sitio Web de un grupo o una organización. Concepción, elaboración, diseño y guión de un CD Rom. Concepto de red. Inclusión en redes para el desarrollo de la comunicación interorganizacional. Concepto de grupos informativos y foros de discusión. Seguridad informática. Base de datos: Concepción, manejo de programas más aptos para este registro y su actualización periódica.

51. PEDAGOGIA

Objetivos

- Reconocer la función social de la educación a efectos de posibilitar su comprensión como proceso sujeto a múltiples condicionamientos/determinaciones.
- Favorecer el análisis de la relación pedagógica y del sistema educativo, ubicando los problemas significativos para comprender el origen, desarrollo y estado actual de la problemática educativa en función de diferentes contextos histórico-sociales y político-educativos.
- Favorecer el desarrollo de una conciencia reflexiva y crítica que permita la elaboración de respuestas alternativas, en vistas a la construcción de una sociedad más justa y solidaria.

Contenidos mínimos

Distintas perspectivas de análisis de la relación educación-sociedad y su expresión en las teorías pedagógicas. Educación y educación institucionalizada. Las prácticas escolares y los procesos de reproducción y transformación. La escuela como espacio de contradicciones y lucha entre lo hegemónico y lo alternativo. Relación pedagógica y relaciones sociales. Problemas y perspectivas: el fracaso escolar; el curriculum como proyecto político educativo; los contenidos que transmite la escuela; la práctica docente.

52. POLITICA EDUCACIONAL ARGENTINA

Objetivos

- Promover la comprensión de los procesos socio-políticos y político-pedagógicos que animaron la constitución y el desarrollo del Sistema Educativo Nacional y de los Sistemas Educativos de las provincias de Río Negro y Neuquén.
- Describir, analizar y comparar situaciones educativas ubicándolas en el contexto social, cultural, político y económico en el cual se desarrollan, identificando los principales problemas y las respuestas político-educativas elaboradas en distintos momentos y contextos y por distintos sectores sociales y políticos.
- Identificar los aspectos políticos en las prácticas educacionales, promoviendo un amplio debate sobre la responsabilidad social que le cabe al sector docente en la construcción de una sociedad más justa, solidaria y democrática.

Contenidos mínimos

Organización, desarrollo y expansión del Sistema Educativo Nacional y de los Sistemas Educativos de las provincias de Río Negro y Neuquén. Contextos socio-políticos y políticas educativas. Los debates y los proyectos de reformas educativas en los ámbitos nacional y provinciales. Las principales tendencias en materia de políticas educativas. Políticas y legislación educativa. Ley de Transferencias; Ley Federal de Educación; Ley de Educación Superior. Legislación educativa en las provincias de Río Negro y Neuquén. Gobierno, Financiamiento, Administración y Estructura Institucional del Sistema Educativo, como expresión de políticas educativas. El nivel medio de educación y el subsistema de superior historia, tendencias y debate actual. Políticas educativas y el sector docente como sector profesional en Educación



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

53. PSICOLOGIA I

Objetivos

- Analizar las teorías Psicológicas actuales que, por su importancia histórica y relevancia científica resultan significativas para el conocimiento de la problemática psicológica y pedagógica.
- Analizar los modelos psicológicos que se vinculan con el aprendizaje.
- Incluir el desarrollo humano como dimensión significativa de los procesos psíquicos.

Contenidos mínimos

Introducción Epistemológica: lugar de la Psicología en el discurso científico; constitución de la Psicología como ciencia independiente; influencia del modelo físico-natural. Teorías Psicológicas Contemporáneas: Conductismo, Psicología Genética. Psicología Socio Histórica, Psicoanálisis. Aportes de la psicología al campo de la informática. La Psicología Cognitiva como metáfora del funcionamiento mental. Procesamiento de la información. Perspectivas actuales. Fundamentos epistemológicos de la Psicología del Desarrollo. Aspectos socio afectivos del desarrollo durante la infancia. Perspectiva del desarrollo y su vinculación con el aprendizaje. Los procesos de interacción humana. Aportes de la psicología al campo de la informática. La Psicología Cognitiva como metáfora del funcionamiento mental. Procesamiento de la información. Perspectivas actuales.

54. DIDACTICA GENERAL

Objetivos

- Comprender la función social del docente como profesional.
- Comprender el papel de la didáctica en la práctica educativa.
- Organizar experiencias de enseñanza y aprendizaje en el marco de una propuesta curricular.

Contenidos mínimos

El campo disciplinar de la Didáctica. Los componentes de la situación didáctica: docentes, contexto. alumnos, y sus interrelaciones. La profesión docente. Los elementos de trasposición. El Currículum. La planificación.

55. PSICOLOGIA II

Objetivos

- Analizar los marcos teóricos que abordan la problemática del adolescente y del adulto, desde una perspectiva psicoanalítica, psicogenética y socio-cultural.
- Comprender la relevancia del campo de la psicología del sujeto en la tarea docente.

Contenidos mínimos

Adolescencia con autonomización en el plano cognitivo, afectivo y social. La perspectiva psicoanalítica: la constitución del Sujeto. La perspectivas de la Psicología Genética; desarrollo intelectual en la adolescencia: el pensamiento. La perspectiva socio-cultural: adolescente y familia, adolescente y escuela, adolescente y trabajo. Adolescencia y aprendizaje. La adultez como momento de gran complejidad.

SIL
@



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

56. DIDACTICA ESPECIAL Y RESIDENCIA

57. ANALISIS, PRODUCCION Y EVALUACION DE MATERIALES Y MEDIOS EN EDUCACION

Objetivos

- Proporcionar diferentes visiones sobre los procesos educativos y el papel de los materiales y medios en ellos
- Analizar, elaborar y adaptar materiales gráficos, audiovisuales e informáticos para las necesidades áulicas

Contenidos mínimos

Los materiales didácticos como mediadores en los procesos educativos. La diversificación de los medios: implicancias para la representación, transmisión y acceso al conocimiento. Procesos educativos y materiales y medios. Análisis, elaboración y adaptación de materiales gráficos, audiovisuales e informáticos para la educación formal, no formal, masiva y a distancia. Evaluación e investigación de medios y materiales en educación: perspectivas epistemológicas y metodológicas.

58. ANTROPOLOGIA CULTURAL

Objetivos

- Posibilitar el acceso a los marcos teóricos y metodológicos de las Ciencias del Hombre.
- Facilitar el conocimiento y utilización del lenguaje técnico de la disciplina.
- Propiciar la adquisición de fluidez en el manejo conceptual y en relación de las ideas.
- Transmitir la especificidad de la mirada antropológica.
- Vincular los conceptos básicos de la Antropología con el campo de la Comunicación.
- Aplicar las conceptualizaciones adquiridas en la observación crítica del propio contexto cultural.

Contenidos mínimos

La Antropología como disciplina científica: la triple pertenencia. Campo epistémico y ciencia explícita. Configuración histórica. Caracterización teórica y metodológica de la perspectiva antropológica. Construcción del concepto de "otredad". Polisemia del concepto de cultura. Aproximación al conocimiento interétnico: etnocentrismo y relativismo cultural. Alcances y limitaciones. Problemáticas derivadas del nuevo contexto internacional: la globalización financiera y mundialización cultural, reducción de los Estados nacionales, expansión tecnológica, comunidades virtuales. Comunicación y cultura. Capital cultural. Medios Masivos de comunicación y aprendizajes culturales. Desigualdad y diferencia: su construcción.

59. SOCIOLOGÍA

Objetivos

- Introducir al alumno en las principales corrientes del pensamiento social.
- Analizar las relaciones entre sociedad, cultura, política y comunicación.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

Contenidos mínimos

El sistema social mundial y la Nueva economía Informativa Global. Sus procesos generativos y sus elementos constitutivos. Las redes de información, riqueza y poder. Los efectos en la sociedad vinculados sistémicamente al surgimiento del informacionalismo y consecuentemente a la reorganización de las relaciones económicas, de las relaciones de poder y de las relaciones de experiencia. Acción humana, Acción social y Prácticas colectivas. Generación, y reproducción o transformación del sistema social.

60. HISTORIA DE LAS IDEAS

Objetivos

- Introducir al alumno en los hechos históricos más relevantes de la modernidad.
- Proporcionar un soporte ideológico desde donde comprender e interpretar los fenómenos económicos, políticos y sociales de la actualidad.

Contenidos mínimos

La política como ciencia. Relación entre Ética y Política. La política como actividad autónoma. Contractualismo. Estado de naturaleza. El Contrato Social. Sociedad Civil y Sociedad Política: propiedad, derechos y deberes de los ciudadanos. Relación entre Sociedad Civil y Estado en los siglos XIX y XX.

61. HISTORIA ARGENTINA CONTEMPORANEA

Objetivos

- Conocer, en su vinculación con el contexto latinoamericano e internacional, los hechos fundamentales de la historia de nuestro país, como base para la comprensión de la actualidad.
- Proveer una visión global y orgánica de los medios masivos y de las características que fueron adoptando en correlación con los cambios experimentados por la sociedad argentina.

Contenidos mínimos

Organización de la Argentina "Moderna". El rol del periodismo desde la Revolución de Mayo hasta la formación de los partidos políticos contemporáneos. El Radicalismo. Crisis del 30. El Peronismo. Comunicación y poder La nueva política y los nuevos medios de comunicación. Alternancia cívico-militar. Revolución de 1966. Relación entre sectores militares, sindicatos y prensa. Dictadura del proceso de reorganización nacional. Los medios y la propaganda como estrategia política. Caso Malvinas. Retorno a la Democracia. Protagonismo de los medios en la vida política, institucional, social y económica de la Argentina frente al Nuevo milenio.

62. ELEMENTOS DE ECONOMIA

Objetivos

- Brindar elementos que permitan superar la visión "ordinaria" y construir un abordaje científico de los fenómenos económicos.
- Contribuir al proceso de generación de competencias en el manejo de categorías económicas.

SM
Cooper



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

Contenidos mínimos

Caracterización de los problemas fundamentales que aborda la economía, la evolución histórica de su objeto de estudio y las alternativas de su método. Historia del pensamiento económico: sus principales líneas y grandes controversias ideológicas y teóricas. Diferentes modelos de comportamiento de los agentes económicos: empresas y consumidores. El enfoque macro del sistema económico, el Sistema de Cuentas Nacionales y las diferentes visiones teóricas que explican el comportamiento a corto plazo. Evolución del papel del Estado en la actividad económica: diferentes abordajes teóricos sobre el tema. El subsistema financiero. El funcionamiento del Banco Central y la banca privada. El sistema económico internacional. El proceso de globalización. La posición de los países centrales y periféricos. La dinámica de largo plazo del sistema económico. Modelos de Crecimiento económico. Teoría del desarrollo económico. Problemas socio-económicos fundamentales: Empleo, Educación, Salud, Ambiente, Género.

63. COMUNICACIÓN Y ORGANIZACIÓN JURÍDICO-INSTITUCIONAL

Objetivos

- Introducir al alumno en los conocimientos básicos del Derecho Constitucional y Administrativo.
- Comprender su operatividad en orden regional, nacional e internacional.

Contenidos mínimos

Formas de Gobierno. Postulados del Constitucionalismo. Legalidad, representación, separación de poderes y libertad individual. Poder Ejecutivo Nacional. Poder Judicial. Organos extra-poder . El Derecho Ambiental y Derecho de los Consumidores y Usuarios. Garantías Constitucionales Amparo, Hábeas Corpus, Hábeas Data. Organizaciones civiles. La Nación, las Provincias y los Municipios. Distribución de Competencias. Jurisdicción. Derecho Administrativo. Distinción entre derechos meramente declarados y derechos operativos. Descentralización política y administrativa. Contratos Administrativos. Organizaciones civiles. Servicios Públicos. Poder de Policía.. Tratados con Jerarquía Constitucional. Organismos Internacionales: ONU, OEA, FMI, CEPAL, MERCOSUR.

64. LEGISLACION DE LA COMUNICACION

Objetivos

- Proporcionar un panorama sobre la normativa legal y reglamentaria que regula los distintos aspectos de la materia.
- Proveer elementos para interpretar dichas normas e incluso, llegado el caso, asesorar en la redacción de las mismas.

Contenidos mínimos

Legislación sobre prensa y radiodifusión. Derecho de informar y preservación del sistema democrático. Libertad de información y censura. Libertad de expresión y derechos personalísimos. Responsabilidad por la difusión de noticias inexactas. Noticias falsas y noticias erróneas. Alcance sustancial y procesal. Ejercicio abusivo de la libertad de prensa. La obtención de información por medios ilícitos. Intimidad e imagen. Acceso a los medios de comunicación y responsabilidad penal de los editores o directores. Responsabilidad por informaciones de actualidad policiales y judiciales. Derecho de respuesta o réplica.

SK

Comandante



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

65. FILOSOFIA DE LA CULTURA

Objetivos

- Establecer un análisis de las teorías antropológicas que permita una reflexión sobre la crítica de la Identidad, a partir de la ambivalencia de la interrogación sobre el sujeto en el ámbito de las Ciencias Sociales entendiendo la pregunta por el hombre, en el presente, como articuladora de la Filosofía de la Cultura.
- Analizar y revisar los discursos antropológicos que cuestionan los posicionamientos esencialistas y representan una genealogía de los discursos actuales acerca de los modos en que lo humano se reconoce como tal.
- Abordar el carácter problemático de lo humano como tarea de competencia filosófica que como tal, requiere de una reflexión en tanto problema de conocimiento.

Contenidos mínimos

El Giro Antropológico y condiciones de posibilidad históricas del surgimiento de las Ciencias Humanas. Elementos configurativos del sujeto político. La formación del ciudadano. Individuo y Estado. Teorías del Sujeto y Filosofía de la Cultura: objeto, ámbito y procedimientos. Replanteo de la concepción de Sujeto. Modos de constitución de los sujetos y la cuestión de la subjetividad en intersección con procesos y acontecimientos históricos. Problematicación de la actualidad. Interrogación de los modos de expresión y modos de reconocimiento de lo humano. Filosofía de la Cultura, Ciencias Sociales y Comunicación ante la pregunta por el hombre en el presente.

JK

000001



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

7. Plan de EQUIVALENCIAS con Plan Ord. N° 0343/95

Plan 343/95

AREA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL		
01	Comunicación Social I	Introducción a la Comunicación Social
02	Comunicación Social II	Comunicación Social I
03	Comunicación Social III	Comunicación Social II
04	Economía Política de la Comunicación	Economía Política- Comunicación Social II
05	Investigación de la Comunicación I	Metodología de la Investigación
06	Investigación de la Comunicación II	Metodología de la Investigación
07	Comunicación y Cultura	
08	Comunicación y Educación	
09	Política y Opinión Pública	
AREA DE PRENSA		
10	Introducción al Periodismo	Comunicación Escrita
11	Redacción Periodística I	Redacción Periodística I
12	Redacción Periodística II	Redacción Periodística II
13	Periodismo de Investigación	Redacción Periodística II
14	Periodismo Digital	
15	Medios, Periodismo y Política	
16	Periodismo Cultural	
17	Periodismo Deportivo	
AREA DE LA GESTION		
18	Introd. a la Gestión y Producción en Comunicación	Comunicación Comunitaria e Institucional- Comunicación Radiofónica I
19	Comunicación en las Organizaciones	Comunicación Comunitaria e Institucional
20	Comunicación Interpersonal y Grupal	Introducción a la Comunicación Social
21	Planificación y Gestión de la Comunic.	
22	Comunicación Empresarial	

SL



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

AREA DE LOS LENGUAJES		
33	Lengua y Discurso I	Comunicación Escrita
34	Lengua y Discurso II	Comunicación Escrita
35	Lengua y Discurso III	Redacción Periodística I
36	Arte y Literatura	Arte y Literatura
37	Semiótica	Semiología
AREA DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL		
38	Introducción a la Comunicación Visual	Introducción a la Comunicación Visual
39	Cine	Comunicación Audiovisual I
40	Comunicación Audiovisual	Comunicación Audiovisual I
41	Periodismo Televisivo	Comunicación Audiovisual I
42	Producción Audiovisual	Comunicación Audiovisual II
AREA DE LA COMUNICACIÓN RADIOFONICA		
43	Comunicación Radiofónica	Comunicación Radiofónica I
44	Periodismo Radiofónico	Comunicación Radiofónica II
45	Producción Radiofónica	Comunicación Radiofónica II
AREA DEL DISEÑO		
46	Diseño Editorial	Diseño editorial y comunicación gráfica
47	Infografía	
48	Identidad y Diseño	Diseño editorial y Comunicación Gráfica
AREA DE INFORMATICA		
49	Informática para Medios de comunicación	Taller de Informática I
50	Comunicación en Multimedia	
AREA DE LAS CONTEXTUALES		
58	Antropología Cultural	Introducción a las Ciencias Sociales
59	Sociología	Sociología
60	Historia de las Ideas	Historia de las Ideas políticas, económicas y sociales
61	Historia Argentina Contemporánea	Historia Americana y Argentina
62	Elementos de Economía	Economía Política
63	Comunicación y Organización Jurídico-Institucional	
64	Legislación de la Comunicación	Principios Jurídicos de la Comunicación
65	Filosofía de la Cultura	Antropología Filosófica

M
@



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

8. Plan de EQUIVALENCIAS con Plan Ord. N° 791/92
Plan 791/92

AREA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL		
01	Comunicación Social I	Introducción a la Comunicación Social
02	Comunicación Social II	Comunicación Social I
03	Comunicación Social III	Comunicación Social II
04	Economía Política de la Comunicación	
05	Investigación de la Comunicación I	
06	Investigación de la Comunicación II	
07	Comunicación y Cultura	
08	Comunicación y Educación	
09	Política y Opinión Pública	
AREA DE PRENSA		
10	Introducción al Periodismo	Comunicación Escrita
11	Redacción Periodística I	Redacción Periodística I
12	Redacción Periodística II	
13	Periodismo de Investigación	
14	Periodismo Digital	
15	Medios, Periodismo y Política	
16	Periodismo Cultural	
17	Periodismo Deportivo	
AREA DE LA GESTION		
18	Introd. a la Gestión y Producción en Comunicación	
19	Comunicación en las Organizaciones	
20	Comunicación Interpersonal y Grupal	Introducción a la Comunicación Social
21	Planificación y Gestión de la Comunic.	
22	Comunicación Empresarial	
AREA DE LA LOCUCION		
23	Introducción a la Locución	Locución I
24	Locución I	Locución I
25	Práctica Integral de Radio	Práctica Integral de Radio I y II
26	Foniatría I	Foniatría I
27	Locución II	Locución II
38	Práctica Integral de Televisión	Práctica Integral de Televisión I y II
29	Foniatría II	Foniatría II
30	Pronunciación de Lenguas Modernas	Fonética
31	Fundamentos de Tecnología	Fundamentos de Tecnología
32	Doblaje	Doblaje y sonorización

Handwritten signatures and initials.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

AREA DE LOS LENGUAJES		
33	Lengua y Discurso I	Comunicación Escrita-
34	Lengua y Discurso II	Comunicación Escrita
35	Lengua y Discurso III	Redacción Periodística I
36	Arte y Literatura	Arte y Literatura
37	Semiótica	Semiología
AREA DE LAS CONTEXTUALES		
59	Antropología Cultural	
60	Sociología	
61	Historia de las Ideas	
62	Historia Argentina Contemporánea	Historia Americana y Argentina
63	Elementos de Economía	
64	Comunicación y Organización Jurídico-Institucional	
65	Legislación de la Comunicación	Principios Jurídicos de la Comunicación
66	Filosofía de la Cultura	

fn
@ey



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

9. Plan de EQUIVALENCIAS con Plan de Estudio Ord. N° 575/96
Plan 575/96

AREA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL		
01	Comunicación Social I	Introducción a la Comunicación Social
02	Comunicación Social II	Comunicación Social I
03	Comunicación Social III	Comunicación Social II
04	Economía Política de la Comunicación	
05	Investigación de la Comunicación I	Metodología de la Investigación
06	Investigación de la Comunicación II	Metodología de la Investigación
07	Comunicación y Cultura	
08	Comunicación y Educación	
09	Política y Opinión Pública	
AREA DE PRENSA		
10	Introducción al Periodismo	Comunicación Escrita
11	Redacción Periodística I	Redacción Periodística I
12	Redacción Periodística II	Redacción Periodística II
13	Periodismo de Investigación	
14	Periodismo Digital	
15	Medios, Periodismo y Política	
16	Periodismo Cultural	
17	Periodismo Deportivo	
AREA DE LA GESTION		
18	Introd. a la Gestión y Producción en Comunicación	Comunicación Radiofónica I
19	Comunicación Interpersonal y grupal	Introducción a la Comunicación Social
20	Comunicación en las Organizaciones	
21	Planificación y Gestión de la Comunic.	
22	Comunicación Empresarial	

fr
@eeef



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

AREA DE LOS LENGUAJES		
33	Lengua y Discurso I	Comunicación Escrita
34	Lengua y Discurso II	Comunicación Escrita
35	Lengua y Discurso III	Redacción Periodística I
36	Arte y Literatura	Arte y Literatura
37	Semiótica	Semiología
AREA DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL		
38	Introducción a la Comunicación Visual	Introducción a la Comunicación Visual
39	Cine	Comunicación Audiovisual I
40	Comunicación Audiovisual	Comunicación Audiovisual I
41	Periodismo Televisivo	
42	Producción Audiovisual	
AREA DE LA COMUNICACIÓN RADIOFONICA		
43	Comunicación Radiofónica	Comunicación Radiofónica I
44	Periodismo Radiofónico	
45	Producción Radiofónica	
AREA DEL DISEÑO		
46	Diseño Editorial	Diseño Editorial y Comunicación Gráfica
47	Infografía	
48	Identidad y Diseño	Diseño Editorial y Comunicación Gráfica
AREA DE INFORMATICA		
49	Informática para Medios de Comunic.	Taller de Informática I
50	Comunicación en Multimedia	
AREA DE EDUCACION		
51	Pedagogía	
52	Política Educacional Argentina	Educación, Sociedad y Política
53	Psicología I	Psicología I
54	Didáctica General	Didáctica General
55	Psicología II	Psicología II
56	Didáctica Especial y Residencia	Didáctica Especial y Residencia
57	Análisis, producción y evaluación de materiales y medios en educación	
AREA DE LAS CONTEXTUALES		
58	Antropología Cultural	Introducción a las Ciencias Sociales
59	Sociología	Sociología
60	Historia de las Ideas	Historia de las Ideas Polít. Económic. y Sociales
61	Historia Argentina Contemporánea	Historia Americana y Argentina
62	Elementos de Economía	Economía Política
63	Comunicación y Organización Jurídico-Institucional	
64	Legislación de la Comunicación	
65	Filosofía de la Cultura	Antropología Filosófica

SR
Arce



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

10. ANEXO

Reglamento de Tesis para alumnos de la Licenciatura en Comunicación Social

Art. 1 Una *Tesis* es, según la tradición universitaria nacional e internacional, una investigación monográfica, bibliográfica o empírica, con la cual el aspirante a licenciado presenta y defiende públicamente un trabajo original.

Art. 2. La Tesis constituye el requisito último para obtener el título de grado en la Licenciatura en Comunicación Social; su aprobación es condición indispensable para obtener dicho título en las menciones establecidas en el presente plan de estudios.

Art. 3 La Tesis constituye una aplicación directa, extensión o profundización de los conocimientos sobre las áreas de la Licenciatura en Comunicación Social, en cualquiera de sus orientaciones.

Art. 4 A través del trabajo de Tesis se pretende que el estudiante:

- Desarrolle habilidades específicas en la investigación de la comunicación social.
- Profundice el estudio de algún tema específico relacionado con su orientación (mención) o con el aprendizaje de las materias que la conforman
- Analice críticamente y pondere tanto la información a su alcance, como los métodos y técnicas utilizadas para el desarrollo de la investigación planteada.

Art. 5 Una Tesis debe estar bien escrita. Este requisito incluye un satisfactorio dominio del léxico, la sintaxis y los recursos de estilo.

Art 6. El trabajo escrito de Tesis podrá complementarse con material sonoro, visual, audiovisual o multimedial que contribuya a explicar, comprobar y/o ampliar el tema objeto de investigación.

Art. 7 La Tesis deberá ser un trabajo original y de realización individual.

Proyecto de Tesis

Art. 8 El alumno entregará al director de Departamento de Ciencias de la Información y Comunicación Social un proyecto de Tesis donde constará el título y aspectos tales como una introducción, descripción del objeto de estudio, objetivos, preguntas de investigación, metodología a utilizar, utilidad de la investigación, índice tentativo, antecedentes del tema y autores de referencia.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

Art. 9 El proyecto deberá elevarse con el aval del Director de Tesis al Director del Departamento de Ciencias de la Información y Comunicación Social para su conocimiento y consideración. El Director del Departamento queda facultado para formular sugerencias, si lo considera pertinente, y deberá comunicar la aceptación formal del proyecto elevado en un plazo que no supere los 15 días.

Art. 10 El proyecto de tesis podrá ser presentado durante el segundo cuatrimestre del último año de la carrera.

Del Director de Tesis

Art. 11 Podrán ser Directores de Tesis los profesores del Departamento de Ciencias de la Información y Comunicación Social y los auxiliares docentes del mismo Departamento con título equivalente o de postgrado. También podrán ser directores de Tesis profesores actuantes en la carrera de Comunicación Social que no pertenezcan al Departamento de Ciencias de la Información y Comunicación Social.

Art. 12 Una vez que un docente acepta dirigir a un alumno en su Tesis se compromete a continuar haciéndolo hasta su conclusión y defensa; salvo razones excepcionales que deberán ser evaluadas por el director de Departamento de Ciencias de la Información y Comunicación Social. El profesor quedará liberado de este compromiso si el alumno tarda más del tiempo reglamentario (art. 21) en terminar su trabajo, a excepción de que ambos presenten una solicitud conjunta de prórroga, la que será evaluada por el Director del Departamento de Ciencias de la Información y Comunicación Social

Art. 13 El papel principal del Director es garantizar que la Tesis cumpla con los requerimientos planteados en este presente anexo. En general, es el responsable principal del contenido y de la calidad de la Tesis. Deberá, conjuntamente con el estudiante, planificar el proceso y supervisar que el proyecto se esté desarrollando con la calidad esperada, considerando que es responsabilidad del estudiante la obtención de resultados satisfactorios.

La Tesis

Art 14. Concluido su trabajo de investigación, el alumno deberá entregar a la Dirección del Departamento cuatro (4) copias papel y una (1) copia digital de la Tesis con una nota de elevación avalada por el director del trabajo. El Director tiene la potestad de negarse a avalar la presentación final de la Tesis si el alcance y los objetivos de la misma no han quedado debidamente satisfechos.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

Art 15: La Tesis deberá tener un apartado teórico sobre el tema objeto de estudio; un apartado metodológico en el que se manifieste explícitamente el método y las técnicas de investigación empleadas; un apartado con los resultados obtenidos en la investigación; un apartado con las conclusiones del trabajo; y un apartado con la bibliografía empleada. Todos los datos y hechos deberán justificarse en forma documental y deben quedar bien delimitadas las afirmaciones y los datos obtenidos de otros autores.

Art. 16 El Director de Tesis asistirá al momento de la defensa final y durante su desarrollo no podrá intervenir para aclarar, responder u opinar en las preguntas que los miembros del jurado hagan al alumno. Podrá aportar consideraciones finales acerca de los valores y condiciones del trabajo realizado a fines de que el Jurado pueda concluir con mayores elementos su juicio de evaluación.

Jurado de Tesis

Art. 17 Estará compuesto por tres profesores regulares miembros del Departamento de Ciencias de la Información y Comunicación Social designados por el H. Consejo Directivo, a propuesta del Director Departamental. Podrán ser invitados profesores regulares de otras unidades académicas de la Universidad Nacional del Comahue y de otras universidades nacionales o extranjeras.

Art. 18 El quórum mínimo para la sustanciación de la defensa de la Tesis será de dos de los miembros designados. La ausencia de algún jurado deberá autorizarse por el Director del Departamento de Ciencias de la Información y Comunicación Social

Art. 19 El acto de defensa de la Tesis será público y el jurado podrá exigir la presencia de testigos.

Art. 20 La decisión del tribunal sobre la evaluación de la Tesis es definitiva, no pudiendo existir apelación de la misma.

Fechas de entrega de la Tesis y Defensa

Art. 21. La Tesis podrá ser presentada luego de haberse aprobado todas las asignaturas de la Licenciatura en Comunicación social en cualesquiera de sus menciones. El plazo límite para la defensa de la Tesis es igual al fijado para el vencimiento de cursados de asignaturas en la Universidad Nacional del Comahue.



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

Art. 22 Una vez recibida la Tesis, el Jurado se expedirá sobre su aceptación en un plazo no mayor a 20 días. La Tesis puede resultar aceptada, devuelta para corregir o rechazada. De resultar aceptada, el Jurado y la Dirección del Departamento de Ciencias de la Información y Comunicación Social establecerán, dentro de los quince días siguientes a la notificación de su aceptación, la fecha para la defensa.

Art. 23 La defensa incluye, aparte de la presentación física del trabajo, una parte de exposición oral en donde el alumno referirá las características de su investigación y sus hallazgos originales ante el jurado.

Art. 24 Culminada la exposición oral y pública, el Jurado labrará un acta determinando el valor del trabajo y los méritos de la disertación, calificando a ambos con una única nota.

Art. 25 De las cuatro (4) copias papel entregadas por el alumno, tres (3) se distribuirán entre los miembros del Jurado, mientras que la cuarta y la copia digital se archivarán en el Departamento de Ciencias de la Información y Comunicación Social.

Art. 26 El Director Departamental, en acuerdo con el cuerpo docente de la carrera de Licenciado en Comunicación Social, fijará las normas de consulta de las Tesis en la Biblioteca de la Facultad o en otros medios considerados convenientes.

b. Requisito de Idioma Extranjero

Se transcribe a continuación los Art. 2º-6º (Ordenanza N° 0097/90) en lo que respecta a las carreras que no incluyen Idioma Extranjero en sus curriculas:

Art. 2º: Establecer como **requisito obligatorio**, a partir de la iniciación del año académico 1991, la aprobación de un **Curso o examen de comprensión de un texto específico y original en algunos de los idiomas extranjeros a determinar por la Facultad o Asentamiento, para los alumnos de las carreras que se dictan en esta Universidad, en cuyos planes de estudio no se incluya el Idioma Extranjero como asignatura.**

Art. 3º: Determinar para los cursos de Comprensión de Textos una duración mínima de 180 horas.

Art. 4º: Recomendar que los alumnos inicien los cursos mencionados luego de haber cursado el 60% (aproximadamente) de las materias de su carrera.

Art. 5º: Determinar que la Escuela Superior de Idiomas instrumentará los cursos para los alumnos que deban cumplir con el requisito indicado en los artículos 2º y 3º de la presente.

Handwritten signatures:
FL
Cesf



Universidad Nacional del Comahue
Consejo Superior

ORDENANZA N° 0173

Art. 6°: Recomendar a las Facultades o Asentamientos que consideren necesaria la implementación de un idioma optativo, además del seleccionado como obligatorio, presenten su solicitud a la Escuela Superior de Idiomas, a fines del año académico inmediato anterior. El dictado de idiomas optativos se circunscribirá a la disponibilidad de personal docente de la Escuela Superior de Idiomas y deberá confirmarse anualmente.

El cumplimiento de este requisito -180 hs- se implementará, por solicitud del Departamento ante la Escuela Superior de Idiomas, en dos niveles.-