



Facultad de Ciencias Sociales
Lic. en Ciencias de la Comunicación
Plan de Estudios
2013

Índice

Fundamentación	3
Antecedentes: el plan de 1985 y sus modificatorias	3
Intentos previos de reforma	3
Fundamentación del nuevo plan de estudios	6
Objetivos	8
Título que ofrece y las articulaciones entre los distintos recorridos que a ellos conduzcan	9
Perfil del graduado	9
Incumbencias/competencias para las que habilita el título	9
Estructura de la carrera	10
Estructura curricular	12
Requisitos a cumplir por el estudiante para la obtención del título	18
Carga lectiva total de la carrera y el tiempo teórico de duración	18
Carga horaria y créditos de cada asignatura	19
Régimen de correlatividades de las asignaturas	26
Contenidos mínimos	32
Carácter de las asignaturas dentro del plan	49
El Ciclo Lectivo a partir del cual tendrá vigencia	50
Requerimientos para mantener la regularidad en la carrera	55

a) Fundamentación:

a.1) Antecedentes: el plan de 1985 y sus modificatorias.

La Carrera de Ciencias de la Comunicación fue creada en el año 1985. En 1987 se realizaron las primeras modificaciones al plan original: se incorporó la materia Derecho a la Información (Resolución CS N° 1487/87, Exp. 1253/87) y se modificaron los nombres de los talleres pasando estos a denominarse de la siguiente forma: Taller I (Escritura y Oral, duración 1 año), Taller II (audiovisual, duración 1 año), Taller III (multimedios, duración 1 cuatrimestre) y Taller de Procesamiento de Datos (duración 1 cuatrimestre) (Resolución CS 1546/87 Exp. 35043/85). Asimismo, las asignaturas Teorías y Prácticas de la Comunicación II y el Seminario de Informática pasaron a dictarse en el segundo año en lugar del tercero, y la asignatura Psicología y Comunicación pasó a dictarse en el tercer año cuando antes estaba prevista para el segundo.

En 1988, se determinó que a todos lo que habían cursado el Ciclo Básico Común (CBC) en los años 1985, 1986 y 1987 se les reconocería de manera indistinta Semiología, Análisis del Discurso y Ciencia Política. En ese mismo año, la materia Análisis de los Efectos de los Medios de Comunicación pasa a llamarse Teorías y Prácticas de la Comunicación III (Res. CS 3500/88 Exp. 7386/88).

Un año después, en 1989, se incluyeron al Plan de Estudios los denominados Talleres "llave": Comunicación Periodística, Comunicación Publicitaria y Comunicación Comunitaria, todos de un cuatrimestre de duración debiendo cursarse al menos uno de los tres antes de las orientaciones (Resolución CS 4124/89 Exp. 10154/89).

En 1990 se modifica la denominación de algunas materias sobre todo en las orientaciones, el Taller III (multimedios) pasa a ser anual, se define el título a otorgar a los egresados de la carrera (Licenciado en Ciencias de la Comunicación) debiendo cada estudiante realizar al menos una orientación para obtener su diploma, y se detallaron además los contenidos mínimos. (Resolución CS 440/90 Exp. 13301/89)

Entre 1990 y 2013 sólo se introdujeron modificaciones al régimen de correlatividades (Res. CD 1260/99 Exp. 1518059/99) y más recientemente en el año 2006 (Resolución CS 634/2006) se definieron las incumbencias profesionales para el título.

En síntesis y por el tenor de las modificaciones antes descriptas, podemos concluir que en casi treinta años de existencia no se verificaron cambios sustantivos en la propuesta curricular de la Carrera de Ciencias de la Comunicación.

a.2) Intentos previos de reforma.

Los primeros intentos de reforma los encontramos desde comienzos de la década del 90. En 1993 se realizaron dos reuniones con la presencia de estudiantes, docentes y graduados, en las que se recogieron inquietudes, críticas y propuestas de cambio que fueron sistematizadas y trabajadas por una Comisión de Diseño Curricular, dentro de la Junta de la Carrera. Como resultado de ese trabajo, en el año 1995 se presentó un primer proyecto de plan que finalmente no prosperó por falta de consenso.

Tres años después, en 1998 se realizaron las Jornadas de Reflexión Curricular en las que además de poner en común los contenidos de cada una de las materias, los participantes debatieron sobre tesis, correlatividades, la investigación en el grado y la política de posgrado en comunicación, y se dedicó un espacio para acordar entre los directivos de la carrera y los docentes cuáles serían los ejes o líneas principales que estarían en cuestión para luego consensuar el mecanismo para iniciar un proceso de reforma.

En el año 2006 se conformó en el marco de la Junta de Carrera una comisión ad - hoc integrada por representantes de los tres claustros¹ encargada de revisar y rediseñar el plan de estudios desde tres dimensiones analíticas relacionadas entre sí: problemas de diseño, problemas de contenidos, y problemas de calidad.

Con respecto a los problemas de diseño la Comisión concluyó que estos se vinculaban principalmente a “la extensión de la Licenciatura, observando que actualmente los estudiantes deben invertir más de siete años para egresar, en caso de cumplir con las propias previsiones de la Carrera. La Comisión cree que una Carrera tan extensa resulta desalentadora y expulsiva de numerosos estudiantes. Esto se complementa con una excesiva rigidez, que se plasma en el hecho de que a los estudiantes sólo les caben tres momentos de elección: uno, al elegir entre los llamados “talleres llave”, luego, al optar por una orientación y, finalmente, dentro de ella, optar por una o dos asignaturas propias de cada mención”.

En lo que refiera a los problemas de contenidos, la comisión destacó especialmente la superposición “que contribuye a la existencia de inconvenientes tales como la evitable reiteración de contenidos y/o la ausencia de otros temas pertinentes al campo, así como la vacancia de nuevos abordajes y temáticas reconocidas por nuestra disciplina”.

Asimismo, los problemas del orden de la calidad refirieron a “la articulación interna de los contenidos, la redefinición de los contenidos mínimos (actualizaciones, ajustes, etc.), la posibilidad de revisión y mejora del propio Plan, la incorporación de nuevos saberes, etc. Es decir, remiten a un conjunto de problemas que pueden abordarse de mejor modo una vez que se haya alcanzado un relativo consenso sobre los dos puntos anteriores”. Finalmente la Comisión entiende que “dentro de la Carrera pueden convivir, y de hecho conviven, diversas miradas y expectativas respecto a qué es la comunicación, tanto en el plano teórico, el pedagógico, como en relación con la futura inserción profesional de sus graduados” y propone resolver esta complejidad evadiendo la forma acumulativa, como hace el actual Plan que establece la cuasi-obligatoriedad de todos los contenidos a todos los estudiantes”

Como posible respuesta a los problemas más arriba planteados, la Comisión consideró que los ejes de discusión de la reforma deberían pasar por: formalizar una “Introducción a la Comunicación” en el repertorio de asignaturas del Ciclo Básico Común; reducir la extensión actual del Plan de Estudios hasta alcanzar cinco años de cursada real incluyendo el CBC; avanzar en la discusión sobre la cuatrimestralización de todas las materias; definir un conjunto básico de materias de carácter obligatorio que constituyan el núcleo conceptual específico del campo comunicacional para el conjunto de los estudiantes y permitirles luego completar su recorrido de acuerdo a sus intereses y elecciones dentro de un menú diverso y amplio. En relación con las orientaciones, la Comisión consideró importante lograr que los nuevos recorridos a plantearse no reproduzcan la falsa oposición “teoría versus práctica” o “academia versus profesión”. Asimismo se propuso diversificar las tesinas, promoviendo producciones e intervenciones PRE-profesionales en organizaciones de diferente tipo y escala como posibles trabajos integradores finales.

En el año 2010 se retomaron las discusiones sobre la reforma del plan con la realización de las primeras reuniones interclaustrales del “Espacio Abierto” de debate sobre la reforma del plan de estudios que permitieron avanzar en la definición de una agenda de trabajo. Entre los puntos que el espacio propuso discutir encontramos: la definición de fundamentos y revisión del campo, el análisis de estatutos y programas, la definición de perfiles de graduados,

¹ Claustro de profesores: Oscar Bosetti (Taller de Radio), Sergio Caletti (Comunicación III), Mirta Varela (Historia de los Medios); Claustro de graduados y auxiliares docentes: Santiago Castellano (Taller de expresión I), Vanesa Figueroa (TAO Políticas y Planificación), María Graciela Rodríguez (Cultura Popular y Masiva) y Claustro de Estudiantes: Gabriel Medina, Soledad Palomino (Mayoría estudiantil – FEU –Frente Estudiantil de Unidad); Oriana Di Benedetto (Minoría estudiantil – Octubre)

incumbencias profesionales, condiciones pedagógicas, el lugar de la investigación y la extensión, y la dimensión presupuestaria. También se propuso avanzar en el diseño de bocetos de estructura del plan según el/los perfiles del graduado. El vínculo entre la impronta científica, política y profesional, y la tensión entre teoría y práctica, fueron otros de los temas tratados.

En cuanto a los elementos de diagnóstico que se consideraron en las reuniones hallamos: la extensión actual de la carrera, la superposición de contenidos y la imposibilidad de realizar recorridos propios. Para encarar un diagnóstico común se propuso, entre otras posibilidades, repasar la situación actual de la carrera, la tasa de ingresantes y egresados de los últimos años, la cantidad de estudiantes que adeudan tesinas. Asimismo, comenzaron a definirse algunos ejes que podrían tenerse en cuenta para encarar una reforma curricular, tales como la tensión entre especificidad y diversidad de intereses, las áreas de vacancia y la problemática de su implementación.

Durante el año 2011, tuvieron lugar las Jornadas por la reforma del plan de estudios, en las que participaron 63 de los 65 titulares y equipos de cátedras, agrupaciones estudiantiles y de graduados, estudiantes independientes, colectivos de comunicación alternativa y trabajadores de medios. Tras estas jornadas, se elaboró en conjunto con estudiantes, graduados y docentes un documento de consenso sistematizando los aportes de cada expositor. En ese documento se expresan los consensos referidos a los fundamentos de la reforma y a las áreas de vacancia y se caracterizan 3 perfiles específicos de los graduados de la carrera: intervención, producción e investigación. Asimismo, el documento menciona la necesidad de pensar un modelo curricular que contemple un tronco común más corto que el plan 440/90, un mayor régimen de electividad y materias cuatrimestrales. Además, se propone incorporar al CBC una materia introductoria a la comunicación y se considera primordial que una reforma del plan mantenga una instancia de promoción final.²

En el 2012 se dio continuidad a la realización de las reuniones del Espacio Abierto. Se realizaron 9 Espacios Abiertos para la reforma del plan de estudios, en los que participaron una vez más, estudiantes, graduados y docentes. En ese espacio se avanzó en una construcción colectiva de los perfiles e incumbencias del graduado de comunicación, y áreas de vacancia. Las relatorías, las discusiones y los aportes de estos encuentros fueron publicadas en un blog creado a tal efecto (espacioxlareformadelplan.blogspot.com.ar) que se constituyó en una de las vías de recepción de propuestas de todo tipo por parte de los tres claustros.

El 5 de octubre de 2012, durante una reunión del Espacio Abierto, la Dirección de la Carrera presentó una propuesta preliminar de plan de estudios que fue difundida vía mail, redes sociales y presentada en más de 20 teóricos. En ese mismo encuentro, dando respuesta a una demanda acercada por el Centro de Estudiantes a la Junta de Carrera, se resolvió realizar un nuevo Foro Abierto que se estructuró en base a los siguientes ejes: fundamentos, objetivos y contenidos de una reforma; estructura del plan; problemas no contemplados; ciclo inicial; ciclo orientado; instancia final de graduación, Prácticas Preprofesionales. Los interesados en exponer podían inscribirse días antes del foro escribiendo un mail a la Dirección de la Carrera, o bien, anotarse en una lista de oradores previo desarrollo de cada eje. El Foro se realizó el 8 y el 9 de noviembre de 2012 y contó con la participación de los tres claustros.

Hacia fines de ese año, se constituyó en el marco de la Junta de la Carrera una comisión ad hoc para sistematizar en un documento cuáles habían sido los puntos más polémicos y cuáles los aportes concretos de los expositores en el Foro. Se acordó una fecha y se envió un mail por las listas de estudiantes, graduados y docentes invitando al encuentro, lo que dio como resultado una comisión con representación de los tres claustros.

² Ver documento en <http://es.scribd.com/doc/134742541/Documento-Reforma>

El documento resultante fue complementario del audio y la relatoría del foro publicados a fines de 2012 en la Web de la carrera. La síntesis se divulgó en mayo del año 2013 como un insumo mas para dar continuidad al debate plural necesario para la toma de decisiones relativas a la reforma.

Sobre la base de los acuerdos y aportes acumulados hasta ese momento, la Dirección de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, hizo pública en mayo de 2013 una nueva propuesta de Plan de Estudios que revisaba y enriquecía la propuesta preliminar, ya que recogía los aportes del foro.

En paralelo, desde la carrera se inició un proceso de consulta a los equipos de cátedras que fueron las responsables de redactar los contenidos mínimos de las asignaturas. En varias oportunidades se convocó a reuniones inter cátedras de las misma área o zona del plan de estudios, a los efectos de evitar superposiciones y vacancias, así como para fortalecer la complementación.

En julio de 2013, coincidiendo con la inscripción a materias del segundo cuatrimestre, más de 4.000 estudiantes de la Carrera de Cs. de la Comunicación participaron en la consulta no obligatoria y no vinculante sobre la propuesta del nuevo plan de estudios presentada en mayo de 2013 por la Dirección de la Carrera. De los miles de estudiantes que participaron voluntariamente de esta consulta el 75.12 % manifestó estar de acuerdo con la propuesta. En lo que respecta a las consultas específicas sobre cuatrimestralización, régimen de electividad, opción a cursar materias de otro ciclo e incorporación de prácticas profesionales en el recorrido curricular, en todos los casos las respuestas favorables superaron el 77 % llegando, en el caso de las prácticas profesionales, al 97 % de aprobación según se detalla a continuación:

	Si		No	
	Votos	%	Votos	%
Acuerdo con la propuesta de plan	3037	75.12%	1006	24.88%
Régimen de electividad	2410	81.23 %	557	18.77 %
Cuatrimestralización de las asignaturas	2323	77.41 %	678	22.59 %
Incorporación de prácticas profesionales al recorrido curricular	2922	97.14 %	86	2.86 %
Opción a cursar asignaturas de otros ciclos orientados	2567	85.54 %	434	14.46 %

La Dirección de la Carrera de Ciencias de la Comunicación tomó en cuenta los resultados de esta consulta para avanzar en el diseño definitivo de la propuesta de nuevo plan de estudios que aquí se presenta.

a.3) Fundamentación del nuevo plan de estudios.

Las razones de esta reforma del Plan de Estudios están vinculadas con la necesidad de crear un encuadre normativo que permita recuperar las prácticas curriculares instituyentes en diálogo con las transformaciones científico - tecnológicas, culturales, sociales y políticas de este momento histórico. Por ello se habla de reforma curricular y no sólo de un cambio de Plan de Estudios. El alcance de la reforma comprende el proyecto institucional de la carrera, las

diversas actividades y alternativas pedagógicas y los contenidos que las sostienen. A continuación se señalan brevemente algunos aspectos que fundamentan el enfoque curricular que subyace al Plan de Estudios 2013.

Cuestiones epistemológicas y socio-profesionales:

La complejidad de las sociedades actuales exige múltiples miradas, dando forma a los discursos interdisciplinarios que han tomado consistencia en las últimas décadas, en un contexto de reorganización del conocimiento e incipiente ruptura de las fronteras disciplinarias. Esta complejidad aparece caracterizada por la constitución de nuevos campos localizados en los bordes de disciplinas de las Ciencias Sociales, otorgando a las prácticas y estudios una dimensión interdisciplinaria y transdisciplinaria.

La perspectiva comunicacional ha puesto en cuestión el imperio de las disciplinas y de las definiciones basadas meramente en los medios de comunicación. El ímpetu que habían puesto los docentes formados en otros campos y disciplinas para la creación de la Carrera ha cedido lugar a profesionales, investigadores y docentes perfilados por la singularidad y densidad del campo comunicacional enmarcado en las ciencias sociales.

Nuestra carrera debe a su inscripción en la Facultad de Ciencias Sociales un rasgo que la distingue de las de otras casas de estudio: la densa formación teórica conceptual. Sin abandonar este rasgo identitario existe consenso acerca de la necesidad de integrar la perspectiva crítica en la producción e intervención comunicacional. Una perspectiva crítica que favorezca la democratización de la comunicación y el compromiso con la defensa de los Derechos Humanos.

En estas casi tres décadas desde la creación de la Carrera, el campo de la comunicación ha pluralizado sus formas de constitución y expansión a la vez que se han complejizado los perfiles académicos y profesionales que surgen de tal proceso. La base socio profesional del plan se construyó en torno a figuras profesionales que hoy son desafiadas por la experiencia académica y profesional de los miles de graduados de la carrera. Antes que acotar, restringir o limitar esa diversidad que surge de la experiencia de los graduados – mucho de ellos integrantes del cuerpo docente de la carrera – este plan de estudios las contempla en un planteo abierto y flexible que no las encorseta.

Transformaciones científico tecnológicas, culturales, sociales y políticas:

Como resultado de la evolución y popularización de Internet y de las actividades, productos y servicios que emergieron desde el espacio digital se verifica una creciente interconexión de las tecnologías de la computación y la información, los contenidos multimedia y las redes de comunicaciones. Todas las facetas de la vida social o institucional son afectadas por la convergencia multimedia que se expresa en un incremento de los espacios digitales a través de redes crecientes de dispositivos TIC. El curriculum debe dar cuenta de estas transformaciones científico tecnológicas, en vínculo con las transformaciones en las formas de socialidad, en sociedades altamente fragmentadas y segmentadas, lo mismo que de los nuevos reconocimientos de clase o sector y las articulaciones en diferentes movimientos sociales, de la transformación de los sujetos y de los modos de subjetividad e institucionalidad, de la tensión entre la exclusión, la inclusión y las formas de supervivencia sociocultural. Asimismo debería poder problematizar las nuevas formas de intervención y producción que reconfiguran las esferas públicas, las transformaciones en materia legal, la permanente rearticulación de redes sociopolíticas y el desenvolvimiento de la política por los medios. Por otro lado, este plan de estudios debe recuperar las tradiciones y perspectivas locales y latinoamericanas en el campo de la comunicación y la cultura.

Dimensión didáctica:

El plan de estudios propuesto en 1987, aún con las sucesivas modificaciones descritas en el punto 2, continúa siendo para quienes lo transitamos un plan altamente escolarizado. La prescripción, especialmente en lo que refiere al elevado número de materias obligatorias y anuales, y correlatividades, lo constituye en un diseño cerrado que impide al estudiante optar por un recorrido acorde a sus intereses – salvo al momento de optar por una orientación - lo mismo que dificulta la incorporación de modificaciones sustantivas y nuevos objetos de estudio e intervención. Una de las críticas que aparece una y otra vez en los diagnósticos de estos treinta años es la desarticulación entre un ciclo común “teórico” y largo, y una diversidad de orientaciones de formación profesional cortas y aisladas, sin articulación interdisciplinar ni transversalidad.

Si bien es cierto que ha habido una renovación de hecho como resultado de las revisiones y actualizaciones de contenidos en los programas de las cátedras, se trata de fenómenos desarticulados sin una visión de conjunto.

En este sentido, esta nueva currícula contempla un recorrido más dinámico con asignaturas electivas que brinda al sujeto estudiante capacidad de elegir y la posibilidad de tomar decisiones de manera autónoma, de acuerdo a sus intereses y motivaciones. Asimismo la incorporación de un sistema de créditos permite estructurar el plan de estudios en base a la acumulación de créditos y no a la cursada de asignaturas obligatorias.

Complejización institucional:

La merma de ingresantes (en el año 2005 ingresaron a la carrera 1447 estudiantes mientras que en 2011 ese número se redujo a 832) y de la matrícula (de 8971 estudiantes en 2005 a 6669 estudiantes en 2011) coincidió con una complejización institucional. Seminarios de tesina, consejerías de tesina, medio centenar de grupos de trabajo en el marco del Programa de Grupos de Investigación en Comunicación, prácticas profesionales en la formación de centenares de estudiantes en organizaciones y medios de todo tipo y escala cada año; y un número creciente de proyectos de investigación y extensión universitaria hablan de una comunidad académica que investiga, que produce y que interviene en sus contextos. La carrera de comunicación se ha vuelto definitivamente más densa institucionalmente y más diversa en lo que respecta a los dispositivos pedagógicos que pone en juego sin que esto haya sido acompañado, jerarquizado y articulado en un diseño curricular acorde a esta situación.

b) Objetivos

Los objetivos centrales que propone el nuevo Plan son:

1. Brindar un tipo de formación transdisciplinaria que promueva la comprensión de procesos y acontecimientos sociales desde una perspectiva comunicacional, contribuya al desarrollo del pensamiento crítico y creativo para la resolución de problemas sociales, y amplíe los saberes propios de la disciplina.
2. Promover el avance de una perspectiva Latinoamericana en el campo de la comunicación y la cultura.
3. Favorecer la inserción académica y profesional del graduado en los campos clásicos y emergentes de la comunicación orientando la formación a las ramas de la investigación, la intervención y la producción en comunicación, basadas en una perspectiva respetuosa de la diferencia y comprometida con la defensa de los derechos humanos.
4. Propiciar el debate ético-político sobre el quehacer profesional del comunicador/a y colaborar en la generación de herramientas teóricas y prácticas tendientes a la democratización del sistema de medios.

c) Título que ofrece y las articulaciones entre los distintos recorridos que a ellos conduzcan

El título ofrecido es de Licenciado en Ciencias de la Comunicación (sin mención al ciclo orientado elegido). Todo egresado de la carrera está perfilado por la formación crítica y comprometida con la singularidad de la realidad nacional/regional y su transformación. Sus conocimientos sobre teorías, metodologías, objetos y prácticas lo habilitarán para investigar e intervenir en el campo de la comunicación recreándolo. El carácter electivo de las asignaturas junto al sistema de créditos configuran distintos recorridos curriculares que conducen a los perfiles previstos en el plan: investigación, intervención y producción. Las prácticas profesionales del ciclo inicial como del orientado, y las asignaturas transversales se constituyen en espacios formativos que funcionan como articuladores de los tres perfiles propuestos.

d) Perfil del graduado

El Plan de Estudios prevé un triple perfil de graduado según contextos particulares de intervención/actuación profesional: producción, investigación e intervención

Producción: orientado a la producción de contenidos en diferentes lenguajes y soportes y con fines diversos (informativos, educativos, de incidencia, participación social, publicitarios, entre otros) y a la planificación, desarrollo, gestión y administración de medios de comunicación públicos, privados, populares, comunitarios y alternativos. Sus ámbitos de desempeño son principalmente las industrias culturales.

Investigación: orientado al diseño y ejecución de investigaciones académicas y a los procesos de producción de conocimiento aplicado según diferentes contextos y objetivos de investigación. El graduado podrá realizar diagnósticos, análisis, evaluaciones. Sus ámbitos de desempeño son la investigación en el marco de las instituciones científicas, y diversas organizaciones del ámbito público y el privado en las que la producción de conocimiento se constituya en aspecto clave de la gestión.

Intervención: orientado a analizar, planificar, gestionar y evaluar políticas, campañas, productos, procesos y estrategias de comunicación en diferentes ámbitos, escalas y con diversos fines. El graduado con este perfil asesora en materia de políticas, programas y proyectos de comunicación, gestiona la comunicación institucional, diseña propuestas de educación en medios; y desarrolla materiales y recursos educativos en contextos de enseñanza-aprendizaje diversos. Sus ámbitos de desempeño son las organizaciones educativas, sociales y comunitarias, los sistemas productivos y el ámbito público estatal.

El criterio para la definición de estos perfiles fue el fin último de la intervención profesional, entendiendo que cada perfil supone la realización de tareas propias de los otros perfiles.

e) Incumbencias/competencias para las que habilita el título

El Consejo Superior de la UBA definió en el año 2006 mediante la Resolución nº634/06 una serie de incumbencias profesionales³ que se constituyeron en el punto de partida para la reformulación que se detalla a continuación:

-
- ³ Las incumbencias profesionales definidas en el 2006 fueron:
1. Realizar estudios e investigaciones relativas a los sistemas, modelos y procesos comunicacionales, los medios de comunicación social, y la estructura, organización y significado de los diversos mensajes.
 2. Asesorar acerca de los sistemas, modelos y procesos comunicacionales, los medios de comunicación social y la estructura, organización y significado de los diversos mensajes.
 3. Diseñar modelos de comunicación social y planificar, implementar y evaluar sistemas comunicacionales.

1. Analizar, planificar, gestionar y evaluar políticas, campañas, productos, procesos y estrategias de comunicación en diferentes ámbitos, escalas y con diversos fines.
2. Planificar, desarrollar, gestionar y administrar medios de comunicación.
3. Realizar productos y elaborar contenidos en los diferentes lenguajes y soportes y/o facilitar su producción grupal/colectiva, con fines informativos, periodísticos, educativos, de incidencia, participación social, publicitarios, entre otros.
4. Diseñar propuestas de educación en medios; y desarrollar materiales y recursos educativos en y para distintos contextos de enseñanza-aprendizaje.
5. Intervenir en el desarrollo de capacidades de comunicación, diálogo y concertación entre diferentes actores, organizaciones e instituciones.
6. Analizar las transformaciones socioculturales vinculadas con las tecnologías de la información y la comunicación.
7. Investigar las diversas formas de producción, circulación y recepción social de sentidos.
8. Estudiar la economía política del sistema de medios.
9. Analizar y reflexionar sobre la incidencia de procesos comunicacionales en la constitución de las subjetividades y las identidades.
10. Realizar arbitrajes y peritajes relacionados con los sistemas y modelos comunicacionales y la contextualidad de los mensajes.

f) Estructura de la carrera

La estructura del plan de estudios se caracteriza por:

Dinamismo: El plan de estudios propone un recorrido dinámico en el que el estudiante concreto podrá tomar decisiones y hacer sus elecciones de acuerdo a sus intereses y motivaciones. A esta estructura ágil subyace una concepción de un estudiante activo, sujeto responsable y protagonista, capaz de trazar diversas trayectorias en la currícula.

Electividad y optatividad: En el plan de estudios hay 34 asignaturas cuatrimestrales, de las cuales 5 son obligatorias, 27 electivas y 2 optativas. El Ciclo Básico Común (CBC) se compone de 5 materias obligatorias y 1 electiva. El Ciclo

-
4. Producir, elaborar, interpretar y evaluar mensajes y discursos.
 5. Efectuar diagnósticos comunicacionales en medios masivos, grupos e instituciones.
 6. Planificar, implementar y evaluar campañas comunicacionales.
 7. Realizar arbitrajes y peritajes relacionados con los sistemas y modelos comunicacionales y la contextualidad de los mensajes.

Inicial y el Ciclo Orientado en tanto, contienen en total 28 asignaturas cuatrimestrales de las cuales 26 son electivas y 2 optativas. Las asignaturas electivas están conformadas por equipos de cátedra concursados y se ofertan de manera sistemática todos los años. Las asignaturas optativas, en cambio, no forman parte de la oferta estable de asignaturas; por el contrario, se renuevan anualmente a partir de una convocatoria realizada por la Dirección de la Carrera de Ciencias de la Comunicación y una posterior selección a cargo de una Comisión conformada en el marco de la Junta de Carrera. La selección se realiza conforme a lo establecido en el reglamento de seminarios ad hoc y en función de prioridades y parámetros establecidos en cada convocatoria. Las asignaturas electivas (materias, talleres y seminarios) se escogen siempre en el marco de grupos o áreas temáticas específicas ubicadas dentro de cada uno de los Ciclos del recorrido curricular (Ciclo inicial y Ciclo Orientado). Asimismo cada estudiante debe optar por un Ciclo Orientado entre tres, lo que significa una nueva instancia de elección. Este recorrido dinámico y flexible implica necesariamente un fuerte acompañamiento mediante tutorías, consejerías, materiales gráficos, charlas informativas, etc por parte de la Dirección de la Carrera.

Estructura curricular mixta integrada por asignaturas disciplinares en articulación con asignaturas contextuales, Seminarios de reflexión sobre problemáticas complejas del campo, talleres de producción, prácticas profesionales en la formación en todo el recorrido curricular y talleres de trabajo integrador final.

Sistema de créditos: la estructura del plan de estudios adopta un sistema de créditos. Un crédito académico es la unidad que se le asigna a cada asignatura, en función de las actividades académicas y/o profesionales que se espera que el programa de la asignatura desarrolle. Los créditos a otorgar a cada asignatura son el resultado de su carga horaria. El plan se estructura en base a la acumulación de créditos y no a la cursada obligatoria de determinadas asignaturas. Teniendo en cuenta que cada crédito es igual a 1 hora semanal, las asignaturas de 4 horas semanales (60 hs. por cuatrimestre) tendrán asignados 4 créditos cada una y los talleres o asignaturas de un recorrido de tipo aplicado para los cuales se prevé una carga horaria (no necesariamente áulica) de 6 horas semanales (90 por cuatrimestre), se les otorgará 6 créditos cada una. Asimismo, se prevén créditos para la realización del Trabajo Integrador Final y para las Prácticas Profesionales en la Formación.

Trabajo Integrador Final: se promueve la producción de conocimiento a través de un Trabajo Integrador Final que podrá tener diferentes características dadas por los diversos trayectos que proponen los Ciclos Orientados y la Práctica Profesional en la Formación. Se trata de un proceso complejo de aprendizaje que implicará de acuerdo a su especificidad el diseño de un trabajo de investigación, el desarrollo de un estudio de campo, la elaboración de un producto comunicacional, la realización y sistematización de una práctica, entre otras tareas. Durante el desarrollo del trabajo se harán entregas parciales del mismo al tutor elegido y aprobado por la Dirección de la Carrera. El Trabajo Integrador Final tiene asignado 6 créditos.

Prácticas Profesionales en la Formación: Además de las asignaturas, se incorporan al Plan de Estudios Prácticas Profesionales que se definen como estrategias y actividades formativas que, como parte de la propuesta curricular, tienen como propósito que los estudiantes consoliden, integren y/o amplíen las capacidades y saberes que se corresponden con el perfil profesional en el que se están formando. Se trata de una aproximación progresiva al campo ocupacional que favorece no sólo la integración y consolidación de los saberes sino también el contacto con diferentes situaciones y la construcción de problemáticas que colaboran en la identificación del objeto de la práctica profesional y del conjunto de procesos técnicos, tecnológicos, científicos, culturales, sociales y jurídicos que se involucran en la diversidad de situaciones socioculturales y productivas que se relacionan con un posible desempeño profesional.

Las Prácticas Profesionales en la Formación se desarrollan en entornos reales de actuación profesional, tanto dentro de la institución como en organizaciones de diferente tipo, escala y objetivos⁴. Se proponen 3 tipos de Prácticas Profesionales: iniciales (PP1), orientadas (PP2) y transversales (PP3). Las Prácticas son planificadas y coordinadas por una figura institucional dependiente de la carrera, figura que denominaremos Centro Coordinador de Prácticas Profesionales (CCPP)⁵ que poseerá un Director/a (Docente Regular) y un equipo de gestión integrado por tres personas (Un Docente regular por cada Ciclo Orientado). Todos propuestos por el Director/a de la Carrera y aprobados por la Junta de la Carrera por el término de 3 años. Además se propone la creación de un Consejo Asesor en el que estén representados equitativamente los tres claustros y cuyos miembros serán propuestos por los Consejeros de la Junta de la Carrera por el término de dos años.

El Centro Coordinador con el apoyo del Consejo Asesor planificará una oferta bienal de actividades de Prácticas a partir de convocatorias periódicas para que las cátedras presenten sus propuestas⁶. La selección se hará según determinados criterios definidos previamente y ampliamente difundidos, y previendo matrícula estimada y rentas docentes necesarias. La junta de la carrera aprueba las actividades elegidas por el Centro y la Comisión. Se ofertan en inscripciones específicas con charlas de orientación e información precisa sobre objetivos, actividades, dedicación horaria y lugar de desarrollo de las prácticas.

Independientemente de la oferta de actividades de Prácticas Profesionales que surjan a propuesta de las cátedras, la Carrera gestionará en forma permanente espacios a saber: a) Un Centro de Estudios e Investigaciones en Comunicación en el que se albergaran las actuales áreas de la carrera b) Una Agencia de Noticias; c) Una Agencia de Publicidad; d) Una Productora Audiovisual articulada con el CEPIA; e) Radio Planeta Sociales. F) Una incubadora de emprendimientos comunicacionales autogestivos/cooperativos; g) Una publicación periódica/proyecto editorial. Y h) Un centro de Intervención socio comunitaria y Comunicación. Estos espacios serian coordinados por docentes en conjunto con el Centro Coordinador de la Carrera.

f.1) Estructura curricular:

⁴ Las pasantías educativas laborales están excluidas, dado que suponen un encuadre normativo, un circuito administrativo y una modalidad tutorial específicos que dependen de la Secretaría de Extensión Universitaria (Programa de Pasantías).

⁵ Las competencias de esta coordinación son diversas y laboriosas: coordinación pedagógica entre cátedras, relaciones institucionales entre los espacios de práctica, la carrera y la facultad – sus Secretarías y Programas -; y operativas relativas a la gestión de, entre otras cuestiones, los viáticos y ART de los estudiantes para asistir a los espacios de práctica, entre otras competencias posibles. Este CCPP organiza de manera coherente las actividades de PP evitando superposiciones y discontinuidades; genera un espacio de interlocución, diálogo y vínculo sostenido con las organizaciones sociales, comunitarias, educativas, públicas, etc.; articula con la Secretaría de Extensión, que es quien certifica e institucionaliza la relación con las organizaciones; las áreas de la carrera, etc.

⁶ Esta planificación implica el previo relevamiento de las necesidades formativas de los estudiantes y también el conjunto de anticipaciones que deben tenerse en cuenta para avanzar en la gestión organizativo-pedagógica de las PP (por ejemplo: la estimación de cantidad de estudiantes y de la cantidad de lugares de PP requeridos y disponibles para distribuir a los estudiantes, criterios de asignación de lugares de PP, vacantes disponibles en cada caso, índole de las tareas que cada organización plantea como necesarias y posibles, condiciones de acompañamiento acordadas en cada lugar de práctica, etc.

La estructura curricular se desarrolla en cuatro momentos de formación obligatoria: un Ciclo Básico Común, un Ciclo Inicial, un Ciclo Orientado que incluye la realización de un Trabajo Integrador Final, una Práctica Profesional en la Formación que se desarrolla en tres niveles (PP1, PP2 y PP3) y en las que están incluidas el requisito de las prácticas socioeducativas, y el requisito de un idioma (tres niveles) a elegir entre portugués, inglés, italiano, alemán y francés. Estos cuatro momentos de formación obligatoria constituyen 38 instancias curriculares.

Ciclo Básico Común

El CBC está compuesto por seis asignaturas de las cuales 5 son materias obligatorias y 1 electiva de una oferta de 2 materias.

Ciclo inicial

Este ciclo se estructura en 4 áreas temáticas y la Práctica Profesional en la Formación. Las áreas temáticas son las siguientes: Área de Materias del Campo Comunicacional, Área de Talleres de la Práctica Comunicacional, Área de Materias del Campo de las Ciencias Sociales y el Área de Seminarios sobre Problemas del Campo Comunicacional.

Área de Materias del Campo Comunicacional: está compuesta por 9 asignaturas de 4 créditos cada una (36 créditos en total) de las cuales cada estudiante debe aprobar al menos 8 (32 créditos).

Área de Talleres de la Práctica Comunicacional: está compuesta por 4 talleres de 6 créditos cada uno (24 créditos) de los cuales cada estudiante debe aprobar al menos 3 (18 créditos).

Área de las Materias del Campo de las Ciencias Sociales: está compuesta por 5 asignaturas de 4 créditos cada una (20 créditos) de las cuales cada estudiante debe aprobar al menos 3 (18 créditos).

Área de los Seminarios sobre Problemas del Campo Comunicacional: está compuesto por 3 asignaturas de 4 créditos cada una (12 créditos) de las cuales cada estudiante debe aprobar al menos 2 (8 créditos). Para ingresar a esta área, es necesario contar con 36 créditos del Ciclo Inicial.

La Práctica Profesional en la Formación (nivel 1) posee 4 créditos y consiste en una intervención socio comunitaria de aproximación a los futuros contextos de intervención profesional. Estas prácticas pueden ser propuestas y tutoradas por cátedras de toda la carrera aunque las cátedras no están obligadas a ofertar actividades de Práctica. Cada año se ofertan diferentes propuestas, de las cuales el estudiante debe elegir al menos una. Para su realización se requiere haber aprobado 12 créditos del Área de los Talleres de la Práctica Comunicacional; y 16 créditos de las otras Áreas del Ciclo Inicial debiendo ser al menos 8 del Campo Comunicacional.

De las 21 asignaturas (92 créditos) del Ciclo Inicial deben aprobarse al menos 16 (70 créditos) según el régimen de electividad de cada una de las áreas temáticas, a los que se suman los 4 créditos correspondientes a la Práctica Profesional en la Formación (nivel 1), dando un total de 74 créditos.

Ciclo Orientado

Los Ciclos Orientados son una zona del campo disciplinar y profesional estabilizada, consagrada así como lo suficientemente extensa y compleja como para incluir a su vez abanicos de alternativas de trabajo académico o profesional. Así pues, cada Ciclo Orientado contiene más de una trayectoria posible en función de perfiles de egresados/as diversos. Es importante aclarar que la identificación de estas zonas fue posible a partir de la recuperación de experiencias profesionales y disciplinares de graduados de la carrera en los últimos 20 años.

El plan posee tres Ciclos Orientados de los cuales cada estudiante debe escoger al menos uno. Se denominan de la siguiente manera: Ciclo Orientado en Intervención, Ciclo Orientado en Producción, Ciclo Orientado en Investigación. Los tres ciclos poseen la siguiente estructura: Asignaturas Introdutorias, Asignaturas del Recorrido Aplicado, Asignaturas Transversales, Seminarios Optativos, Taller de Trabajo Integrador Final y la Práctica Profesional en la Formación en sus dos niveles.

Las Asignaturas Introdutorias son aproximaciones teórico metodológicas a los objetos y contextos de actuación profesional/académica de ese Ciclo Orientado. Se requieren 52 créditos del Ciclo Inicial (incluyendo la Práctica Profesional en la Formación - nivel 1) para cursar cualquier asignatura introductoria.

Las Asignaturas del Recorrido Aplicado desarrollan conocimientos y habilidades específicos de ese perfil académico/profesional. Se requieren 8 créditos de las Asignaturas Introdutorias del mismo Ciclo Orientado para cursar asignaturas del Recorrido Aplicado.

Las Asignaturas Transversales son comunes para los tres Ciclos Orientados, lo que favorece el diálogo y la articulación entre los distintos perfiles y trayectorias. La característica principal de estas asignaturas electivas es que su contenido y propuesta pedagógica debe ser pertinente para al menos 2 de los 3 Ciclos Orientados. Comprende una oferta de 18 asignaturas de 4 créditos cada una (72 créditos). Cada asignatura se oferta una vez al año en el 1er, 2do. Cuatrimestre o Curso de Verano. Se requieren 18 créditos del recorrido aplicado para cursar una Asignatura Transversal.

Los Seminarios Optativos no forman parte de la oferta estable de asignaturas; por el contrario se renuevan anualmente a partir de una convocatoria realizada por la Dirección de la Carrera de Ciencias de la Comunicación y una posterior selección a cargo de una Comisión conformada en el marco de la Junta de Carrera. La selección se realiza de acuerdo a lo establecido en el reglamento de seminarios ad hoc y en función de prioridades y parámetros establecidos en cada convocatoria. Cada seminario posee una carga horaria de 4 horas lo que equivale a 4 créditos. Se ofertan una vez al año en el 1er., 2do cuatrimestre o curso de verano. Deben aprobarse al menos 2 (8 créditos). Se requieren 18 créditos del recorrido aplicado para cursar un Seminario Optativo. Eventualmente un estudiante podrá solicitar autorización para cursar una asignatura de otro Ciclo Orientado y realizar posteriormente el trámite de reconocimiento por uno de los dos seminarios.

Los Talleres de Trabajo Integrador Final se ofertan al menos uno por Ciclo Orientado. Tiene una carga horaria de 90 hs. por cuatrimestre lo que equivale a 6 créditos. Se requieren 8 créditos entre Asignaturas Transversales y/o Seminarios Ad Hoc para cursar el Taller.

La Práctica Profesional en la Formación posee en el Ciclo Orientado dos niveles: una Práctica Orientada (PP2), vinculados al desarrollo de saberes específicos del perfil de egreso; y un nivel de Práctica Transversal (pp3) EL nivel 2 consiste en el desempeño profesional en condiciones de práctica asistida. Implica una carga horaria de 120 hs. (8 créditos). Las actividades son propuestas y tutoradas por las cátedras de cada Ciclo Orientado y para estudiantes de ese ciclo. Las cátedras no están obligadas a ofertar actividades excepto las del Recorrido Aplicado. En la propuesta la cátedra especificará además la/s materias del ciclo orientado que son requisito para la práctica. Para cursar la Práctica Profesional en la Formación Orientada es necesario haber obtenido 8 créditos de las Asignaturas Introdutorias correspondientes al mismo Ciclo Orientado y cursar la/s materias del ciclo orientado que cada cátedra establezca como requisito para la práctica que propone. El nivel 3 (Práctica Profesional Transversal) implica un tipo de desempeño profesional en condiciones de práctica asistida en equipos de trabajo con estudiantes de otros ciclos. Se trata de intervenciones complejas. Es una instancia que funciona como articuladora de los distintos perfiles que prevé el Plan de Estudios. Las actividades pueden ser propuestas por las cátedras de los ciclos orientado y transversal.

Las cátedras no están obligadas a ofertar actividades. Las actividades transversales están dirigidas a estudiantes de al menos dos de los tres ciclos orientados. En la propuesta la cátedra especificara el número de créditos y materias requeridas para realizar la práctica (además de las 120 hs. de la práctica orientada) Tiene una carga horaria de 60 horas (4 créditos).

Como requisito necesario para la graduación, cada estudiante deberá presentar un Trabajo Integrador Final tras haber cursado y aprobado todas las asignaturas más las Prácticas. Este Trabajo Integrador Final tiene asignado 6 créditos.

Ciclo Orientado en Intervención:

Asignaturas Introdutorias: en esta área se proponen 5 materias de 4 créditos cada una (20 créditos) de las cuales deben aprobarse 3 (12 créditos)

Asignaturas del Recorrido Aplicado: se proponen 5 materias de 6 créditos cada una (30 créditos). Deben aprobarse como mínimo 4 (24 créditos).

Ciclo Orientado en Investigación:

Asignaturas Introdutorias: en esta área se proponen 4 materias de 4 créditos cada una (16 créditos) Deben aprobarse como mínimo 3 (12 créditos)

Asignaturas del Recorrido Aplicado: se proponen 7 materias de 6 créditos cada una (42 créditos). Deben aprobarse como mínimo 4 (24 créditos).

Ciclo Orientado en Producción:

Asignaturas Introdutorias: en esta área se proponen 4 materias de 4 créditos cada una (16 créditos) Deben aprobarse como mínimo 3 (12 créditos)

Asignaturas del Recorrido Aplicado: se proponen 8 materias de 6 créditos cada una (48 créditos). Deben aprobarse como mínimo 4 (24 créditos).

CICLO BÁSICO COMÚN (CBC)	
ASIGNATURAS OBLIGATORIAS ⁷	ASIGNATURAS ELECTIVAS (ELEGIR 1 DE 3)
Introducción al Conocimiento de la Sociedad y el Estado	Introducción a la Comunicación
Introducción al Pensamiento Científico	Psicología
Elementos de Semiología y Análisis del Discurso	
Sociología	
Economía	

⁷ Poner resolución en la que se indica materias obligatorias de la facultad y de la carrera

CICLO INICIAL (CI)				
ÁREA COMUNICACIONAL 9 MATERIAS DE 4 CRÉDITOS CADA UNA. DEBEN CURSARSE 32 CRÉDITOS.	ÁREA PRÁCTICA COMUNICACIONAL 4 TALLERES DE 6 CRÉDITOS CADA UNO. DEBEN CURSARSE 24 CRÉDITOS	ÁREA CIENCIAS SOCIALES 5 MATERIAS DE 4 CRÉDITOS CADA UNA. DEBEN CURSARSE 20 CRÉDITOS.	ÁREA PROBLEMAS DEL CAMPO COMUNICACIONAL 3 SEMINARIOS DE 6 CRÉDITOS CADA UNO. DEBEN CURSARSE 12 CRÉDITOS. PARA INGRESAR A ESTA ÁREA ES NECESARIO CONTAR CON 36 CRÉDITOS DEL CI	PRÁCTICA PROFESIONAL INICIAL se requiere haber aprobado o 12 créditos del Área de los Talleres de la Práctica Comunicacional; y 16 créditos de las otras Áreas del CI de los cuales al menos 8 serán del campo comunicacional.
Teorías de la Comunicación	Taller de Escritura	Metodologías y Técnicas de la Investigación Social	Cultura Popular y Cultura de Masas	
Principales Corrientes del Pensamiento Contemporáneo	Taller de Redacción y Géneros Periodísticos	Historia Social General	Técnica, Cultura y Sociedad	
Comunicación y Cultura	Taller Radial	Historia Social Argentina y Latinoamericana	Cuerpo, Imagen y Sentido	
Semiótica de los medios	Taller Audiovisual	Economía Política		
Historia de los Medios		Antropología Social y Cultural		
Derecho a la Información				
La Investigación en Comunicación				
Políticas Públicas de Comunicación				
Sociosemiótica de las Discursividades				

CICLO ORIENTADO					
DEBE ESCOGERSE UNO DE LOS TRES (PARA INGRESAR A ESTE CICLO SE NECESITAN 52 CRÉDITOS DEL CICLO INICIAL INCLUYENDO A PRÁCTICA PROFESIONAL INICIAL)					
CO EN INTERVENCIÓN		CO EN PRODUCCIÓN		CO EN INVESTIGACIÓN	
ASIGNATURAS INTRODUCTORIAS 5 MATERIAS DE 4 CRÉDITOS CADA UNA. DEBEN CURSARSE 12 CRÉDITOS.	ASIGNATURAS DEL RECORRIDO APLICADO 5 ASIGNATURAS DE 6 CRÉDITOS CADA UNA.	ASIGNATURAS INTRODUCTORIAS 4 MATERIAS DE 4 CRÉDITOS CADA UNA. DEBEN CURSARSE 12 CRÉDITOS.	ASIGNATURAS DEL RECORRIDO APLICADO 8 ASIGNATURAS DE 6 CRÉDITOS CADA UNA.	ASIGNATURAS INTRODUCTORIAS 4 MATERIAS DE 4 CRÉDITOS CADA UNA. DEBEN CURSARSE 12 CRÉDITOS.	ASIGNATURAS DEL RECORRIDO APLICADO 7 ASIGNATURAS DE 3 CRÉDITOS CADA UNA.

	DEBEN CURSARSE 24 CRÉDITOS		DEBEN CURSARSE 24 CRÉDITOS		DEBEN CURSARSE 24 CRÉDITOS
Procesos Organizacionales y Comunicación	Comunicación Institucional y Corporativa	Editorialidad y Estrategias de Comunicación	Taller de Realización Gráfica	Introducción a los Problemas de la Investigación en Comunicación	Teorías y Métodos en Procesos Culturales
Estado, Democracia y Políticas de Comunicación	Diseño Estratégico de la Comunicación en Políticas Públicas	Planificación y Gestión de Emprendimientos Comunicacionales	Taller de Realización Radial	Teoría Social y Problemas de la Comunicación	Teorías y Análisis de Discursos y Semiótica de Redes
Planificación en Comunicación	Comunicación y Sistemas Productivos	Elementos y Estructuras de la Expresión Audiovisual	Taller de Realización Audiovisual	Políticas de la Convergencia	Teorías y Métodos en Economía de la Información y Política de Medios
Problemáticas de la Educación y la Cultura	Comunicación Comunitaria	Técnicas de la Investigación, Opinión Pública y Mercado	Taller de Investigación Periodística	Teoría del Sujeto y de la Subjetividad	Teorías y Métodos de Espacio Público y Opinión
Intervención y Comunicación: Teorías y Metodologías	Prácticas comunicacionales en entornos educativos		Taller de Comunicación Transmedia		Teorías y Métodos en Estética y Comunicación
			Comercialización		Teorías y Métodos en Públicos y Recepción
			Planificación de Medios		Historiografía de la Comunicación
			Creatividad Publicitaria		
PRÁCTICA PROFESIONAL EN LA FORMACIÓN ORIENTADA NIVEL 2 (8 CRÉDITOS)					

PRÁCTICA PROFESIONAL EN LA FORMACIÓN TRANSVERSAL NIVEL 3 (4 CRÉDITOS)
ASIGNATURAS TRANSVERSALES
18 MATERIAS DE 4 CRÉDITOS CADA UNA. DEBEN OBTENERSE 8 CRÉDITOS
Periodismo, Política y Sociedad
Legislación Comparada
Pantallas, Cultura y Educación en la Era Digital
Tecnologías Educativas
Animación y Dinámica de Grupos
Historia del Arte
Economía de la Información
Gestión Integral de Medios Populares, Comunitarios y Alternativos
Políticas e Industrias Culturales
Técnicas de Recolección de Datos
Diseño y Comunicación
Abordajes Epistemológicos Latinoamericanos
Diseño de Marca e Imagen
Comunicación y Acción Colectiva
Taller de Tecnologías Digitales
Investigación-Acción Socio-Comunitaria
Emprendimientos Comunicacionales Autogestivos y Cooperativos
La Narración en la Cultura Audiovisual
SEMINARIOS AD HOC. DEBEN OBTENERSE 8 CRÉDITOS
TALLER DE TRABAJO INTEGRADOR FINAL (6 CRÉDITOS)
TRABAJO INTEGRADOR FINAL (6 CRÉDITOS)
IDIOMA (3 NIVELES)

g) Requisitos a cumplir por el estudiante para la obtención del título.

Para la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación el estudiante deberá haber aprobado la totalidad de las asignaturas correspondientes al Ciclo Básico Común (26 créditos), haber obtenido 74 créditos del Ciclo Inicial según el régimen de electividad de cada área, a saber: 32 créditos del Área de Asignaturas del Campo Comunicacional, 18 créditos del Área de Talleres de la Práctica Comunicacional, 12 créditos del Área de Asignaturas del Campo de las Ciencias Sociales, 8 Créditos de Seminarios sobre Problemas Complejos del Campo Comunicacional y 4 créditos de la Práctica Profesional en la Formación inicial. Asimismo, deberá obtener 76 créditos del Ciclo Orientado siendo 12 créditos del Área de Asignaturas Introdutorias, 24 del Recorrido Aplicado, 8 del Área de Materias Transversales, 8 correspondientes a los Seminarios Ad Hoc, 6 del Taller de Trabajo Integrador Final, 12 de la Práctica Profesional en la Formación (Orientada y Transversal) y 6 créditos correspondientes al Trabajo Integrador Final. Cada estudiante deberá además aprobar el requisito de los tres niveles de idioma a elegir entre francés, italiano, inglés, alemán y portugués. El requisito de las Prácticas Sociales Educativas estará contemplado dentro de las prácticas profesionales en la Formación (nivel orientado y transversal).

h) Carga lectiva total de la carrera y el tiempo teórico de duración

El Plan de Estudios tiene una carga de 38 instancias curriculares distribuidas en los siguientes ciclos: 6 en el Ciclo Básico Común, 17 en el Ciclo Inicial, 16 en el Ciclo Orientado. Estas instancias curriculares equivalen a 176 créditos. Además se prevé como requisito tres niveles de idioma a elegir entre francés, inglés, alemán, italiano y portugués.

Teniendo en cuenta que el CBC permite cursar hasta 3 materias por cuatrimestre y que el Reglamento Académico de la Facultad de Ciencias Sociales permite cursar hasta 4 asignaturas por cuatrimestre, cada estudiante podrá finalizar la carrera de Ciencias de la Comunicación en el transcurso de cinco años (10 cuatrimestres)⁸.

i) Carga horaria y créditos de cada asignatura

CICLO BÁSICO COMÚN

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS

ASIGNATURAS	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Introducción al Conocimiento de la Sociedad y el Estado	4	64	4
Introducción al Conocimiento Científico	4	64	4
Elementos de Semiología y Análisis del Discurso	6	96	6
Sociología	4	64	4
Economía	4	64	4
Total	22	352	22
Deben cursarse	22	352	22

ASIGNATURAS ELECTIVAS

ASIGNATURAS	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Introducción a la Comunicación	4	64	4
Psicología	4	64	4
Total	8	128	8
Deben cursarse	4	64 hrs.	4

	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Total CBC	34	480	30

⁸ Sin contar el requisito de los 3 niveles de idiomas.

Total debe cursarse	26	416	26
----------------------------	-----------	------------	-----------

CICLO INICIAL

ÁREA COMUNICACIONAL			
ASIGNATURAS	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Teorías de la Comunicación	4	60	4
Principales Corrientes del Pensamiento Contemporáneo	4	60	4
Comunicación y Cultura	4	60	4
Semiótica de los Medios	4	60	4
Historia de los Medios	4	60	4
Derecho a la Información	4	60	4
La investigación en Comunicación	4	60	4
Políticas Públicas de Comunicación	4	60	4
Sociosemiótica de las Discursividades	4	60	4
Total	36	540	36
Deben Cursarse	32	480	32

PRÁCTICA COMUNICACIONAL			
TALLERES	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Taller de Escritura	6	90	6
Taller de Redacción y Géneros Periodísticos	6	90	6
Taller Radial	6	90	6
Taller Audiovisual	6	90	6
Total	24	360	24
Deben Cursarse	18	270	18

ÁREA CIENCIAS SOCIALES			
ASIGNATURAS	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Metodologías y Técnicas de la Investigación Social	4	60	4
Historia Social General	4	60	4
Historia Social Argentina y Latinoamericana	4	60	4
Economía Política	4	60	4
Antropología Social y Cultural	4	60	4

Total	20	300	20
Deben Cursarse	12	180	12

PROBLEMÁTICA DEL CAMPO COMUNICACIONAL			
SEMINARIOS	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Cultura Popular y Cultura Masiva	4	60	4
Técnica, Cultura y Sociedad	4	60	4
Cuerpo, Imagen y Sentido	4	60	4
Total	12	180	12
Deben Cursarse	8	120	8

PRÁCTICA PROFESIONAL INICIAL			
PRIMER NIVEL	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Práctica Profesional I	4	60	4

	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Total del Ciclo Inicial	96	1440	96
Deben cursarse	74	1110	74

CICLO ORIENTADO: Se ofrecen tres Ciclos Orientados, el estudiante debe elegir uno.

CICLO ORIENTADO EN INTERVENCIÓN

ASIGNATURAS INTRODUCTORIAS	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Procesos Organizacionales y Comunicación	4	60	4
Estado, Democracia y Políticas de Comunicación	4	60	4
Planificación en Comunicación	4	60	4
Problemáticas de la Educación y la Cultura	4	60	4
Intervención y Comunicación: Teorías y Metodologías	4	60	4
Total	20	300	20

Deben Cursarse	12	240	12
-----------------------	-----------	------------	-----------

ASIGNATURAS DEL RECORRIDO APLICADO	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Comunicación Institucional y Corporativa	6	90	6
Diseño Estratégico de la Comunicación en Políticas Públicas	6	90	6
Comunicación y Sistemas Productivos	6	90	6
Comunicación Comunitaria	6	90	6
Prácticas Comunicacionales en Entornos Educativos	6	90	6
Total	30	450	30
Deben Cursarse	24	360	24

PRÁCTICAS PROFESIONALES EN LA FORMACIÓN ORIENTADAS EN INTERVENCIÓN			
	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Prácticas Profesionales II	8	120	8
Deben cursarse	8	120	8

CICLO ORIENTADO EN PRODUCCIÓN

ASIGNATURAS INTRODUCTORIAS	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Editorialidad y Estrategias de Comunicación	4	60	4
Planificación y Gestión de Emprendimientos Comunicacionales	4	60	4
Elementos y Estructuras de la Expresión Audiovisual	4	60	4
Técnicas de la Investigación, Opinión Pública y Mercado	4	60	4
Total	16	240	16
Deben Cursarse	12	180	12

ASIGNATURAS DEL RECORRIDO APLICADO	CARGA HORARIA	CARGA HORARIA	CRÉDITOS
---	----------------------	----------------------	-----------------

	SEMANAL	TOTAL	
Taller de Realización Gráfica	6	90	6
Taller de Realización Radial	6	90	6
Taller de Realización Audiovisual	6	90	6
Taller de Investigación Periodística	6	90	6
Taller de Comunicación Transmedia	6	90	6
Comercialización	6	90	6
Planificación de Medios	6	90	6
Creatividad Publicitaria	6	90	6
Total	48	720	48
Deben Cursarse	24	360	24

PRÁCTICAS PROFESIONALES EN LA FORMACIÓN ORIENTADAS EN PRODUCCIÓN			
	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Prácticas Profesionales II	8	120	8
Deben cursarse	8	120	8

CICLO ORIENTADO EN INVESTIGACIÓN

ASIGNATURAS INTRODUCTORIAS	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Introducción a los Problemas de la Investigación en Comunicación	4	60	4
Teoría Social y Problemas de la Comunicación	4	60	4
Políticas de la Convergencia	4	60	4
Teorías del Sujeto y de la subjetividad	4	60	4
Total	16	300	16
Deben Cursarse	12	180	12

ASIGNATURAS DEL RECORRIDO APLICADO	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Teorías y Métodos en Procesos Culturales	6	90	6
Teorías y Análisis de Discursos y	6	90	6

Semiótica de Redes			
Teorías y Métodos en Economía de la Información y Política de Medios	6	90	6
Teorías y Métodos de Espacio Público y Opinión	6	90	6
Teorías y Métodos en Estética y Comunicación	6	90	6
Teorías y Métodos en Públicos y Recepción	6	90	6
Historiografía de la Comunicación	6	90	6
Total	42	630	42
Deben Cursarse	24	360	24

PRÁCTICAS PROFESIONALES EN LA FORMACIÓN ORIENTADAS EN INVESTIGACIÓN			
	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Prácticas Profesionales II	8	120	8
Deberán cursarse	8	120	8

ASIGNATURAS TRANSVERSALES	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Periodismo, Política y Sociedad	4	60	4
Legislación Comparada	4	60	4
Pantallas, Cultura y Educación en la era Digital	4	60	4
Tecnologías Educativas	4	60	4
Animación y Dinámica de Grupos	4	60	4
Historia del Arte	4	60	4
Economía de la Información	4	60	4
Gestión Integral de Medios Populares, Comunitarios y Alternativos	4	60	4
Políticas e Industrias Culturales	4	60	4
Técnicas de Recolección de Datos	4	60	4
Diseño y Comunicación	4	60	4
Abordajes Epistemológicos Latinoamericanos	4	60	4
Diseño de Marca e Imagen	4	60	4
Comunicación y Acción Colectiva	4	60	4
Taller de Tecnologías Digitales	4	60	4
Investigación- Acción Socio-comunitaria	4	60	4

Emprendimientos Comunicacionales Autogestivos y Cooperativos	4	60	4
La Narración en la Cultura Audiovisual	4	60	4
Total	72	1080	72
Deben cursarse	8	120	8

PRÁCTICAS PROFESIONALES EN LA FORMACIÓN TRANSVERSALES			
	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Prácticas Profesionales III	4	60	4
Deben cursarse	4	60	4

SEMINARIOS OPTATIVOS	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Seminarios Ad Hoc	4	60	4
Seminarios Ad Hoc	4	60	4
Total	8	120	8
Deben cursarse	8	120	8

	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
TALLER DEL TRABAJO INTEGRADOR FINAL	6	90	6
TRABAJO INTEGRADOR FINAL	6	90	6
TOTAL	12	180	12

	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Total del Ciclo Orientado			
Deben cursarse	76	1140	76

	CARGA HORARIA DEL PLAN POR CICLOS	CRÉDITOS POR CICLOS
C.B.C	416 hrs.	26

CICLO INICIAL	1110 hrs.	74
CICLO ORIENTADO	1140 hrs.	76
TOTAL	2666 hrs.	176

j) Régimen de correlatividades de las asignaturas

CICLO BÁSICO COMÚN

ASIGNATURAS OBLIGATORIAS

ASIGNATURAS	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Introducción al Conocimiento de la Sociedad y el Estado	4	64	4
Introducción al Conocimiento Científico	4	64	4
Elementos de Semiología y Análisis del Discurso	6	96	6
Sociología	4	64	4
Economía	4	64	4
Total	22	352	22
Deben cursarse	22	352	22

ASIGNATURAS ELECTIVAS

ASIGNATURAS	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	CRÉDITOS
Introducción a la Comunicación	4	64	4
Psicología	4	64	4
Total	8	128	8
Deben cursarse	4	64 hrs.	4

CICLO INICIAL

ÁREA COMUNICACIONAL		
ASIGNATURAS	CRÉDITOS	CORRELATIVIDAD
Teorías de la Comunicación	4	CBC
Principales Corrientes del Pensamiento Contemporáneo	4	CBC
Comunicación y Cultura	4	CBC
Semiótica de los Medios	4	CBC
Historia de los Medios	4	CBC
Derecho a la Información	4	CBC
La investigación en Comunicación	4	CBC

Políticas Públicas de Comunicación	4	CBC
Sociosemiótica de las Discursividades	4	CBC
Total	36	
Deben Cursarse	32	

PRÁCTICA COMUNICACIONAL		
TALLERES	CRÉDITOS	CORRELATIVIDAD
Taller de Escritura	6	CBC
Taller de Redacción y Géneros Periodísticos	6	CBC
Taller Radial	6	CBC
Taller Audiovisual	6	CBC
Total	24	
Deben Cursarse	18	

ÁREA CIENCIAS SOCIALES		
ASIGNATURAS	CRÉDITOS	CORRELATIVIDAD
Metodologías y Técnicas de la Investigación Social	4	CBC
Historia Social General	4	CBC
Historia Social Argentina y Latinoamericana	4	CBC
Economía Política	4	CBC
Antropología Social y Cultural	4	CBC
Total	20	
Deben Cursarse	12	

PROBLEMÁTICA DEL CAMPO COMUNICACIONAL		
SEMINARIOS	CRÉDITOS	CORRELATIVIDAD
Cultura Popular y Cultura Masiva	4	36 Créditos del Ciclo Inicial
Técnica, Cultura y Sociedad	4	
Cuerpo, Imagen y Sentido	4	
Total	12	
Deben Cursarse	8	

PRÁCTICA PROFESIONAL INICIAL		
PRIMER NIVEL	CRÉDITOS	CORRELATIVIDAD
Práctica Profesional I	4	32 Créditos del Ciclo Inicial (al menos 12 del Área de los Talleres de la Practica

		Comunicacional; y 16 créditos de las otras Áreas del CI de los cuales al menos 8 serán del campo comunicacional.
--	--	--

CICLO ORIENTADO: Se ofrecen tres Ciclos Orientados, el estudiante debe elegir uno.

CICLO ORIENTADO EN INTERVENCIÓN

ASIGNATURAS INTRODUCTORIAS	CRÉDITOS	CORRELATIVIDAD
Procesos Organizacionales y Comunicación	4	52 Créditos de asignaturas del Ciclo Inicial incluyendo la Práctica Profesional Inicial
Estado, Democracia y Políticas de Comunicación	4	
Planificación en Comunicación	4	
Problemáticas de la Educación y la Cultura	4	
Intervención y Comunicación: Teorías y Metodologías	4	
Total	20	
Deben Cursarse	12	

ASIGNATURAS DEL RECORRIDO APLICADO	CRÉDITOS	CORRELATIVIDAD
Comunicación Institucional y Corporativa	6	8 créditos de las Asignaturas Introdutorias del Ciclo Orientado en Intervención
Diseño Estratégico de la Comunicación en Políticas Públicas	6	
Comunicación y Sistemas Productivos	6	
Comunicación Comunitaria	6	
Prácticas Comunicacionales en Entornos Educativos	6	
Total	30	
Deben Cursarse	24	

PRÁCTICAS PROFESIONALES EN LA FORMACIÓN ORIENTADAS		
	CRÉDITOS	CORRELATIVIDAD
Prácticas Profesionales II	8	12 créditos del Recorrido Aplicado del Ciclo Orientado

		en Intervención más el requisito que cada cátedra establezca para la práctica propuesta
Deben cursarse	8	

CICLO ORIENTADO EN PRODUCCIÓN

ASIGNATURAS INTRODUCTORIAS	CRÉDITOS	CORRELATIVIDAD
Editorialidad y Estrategias de Comunicación	4	52 Créditos de asignaturas del Ciclo Inicial incluyendo la Práctica Profesional Inicial
Planificación y Gestión de Emprendimientos Comunicacionales	4	
Elementos y Estructuras de la Expresión Audiovisual	4	
Técnicas de la Investigación, Opinión Pública y Mercado	4	
Total	16	
Deben Cursarse	12	

ASIGNATURAS DEL RECORRIDO APLICADO	CRÉDITOS	CORRELATIVIDAD
Taller de Realización Gráfica	6	8 créditos de las Asignaturas Introdutorias del Ciclo Orientado en Producción
Taller de Realización Radial	6	
Taller de Realización Audiovisual	6	
Taller de Investigación Periodística	6	
Taller de Comunicación Transmedia	6	
Comercialización	6	
Planificación de Medios	6	
Creatividad Publicitaria	6	
Total	48	
Deben Cursarse	24	

PRÁCTICAS PROFESIONALES EN LA FORMACIÓN ORIENTADAS		
	CRÉDITOS	CORRELATIVIDAD
Prácticas Profesionales II	8	12 créditos del Recorrido Aplicado del Ciclo Orientado en Producción más el requisito que cada cátedra establezca para la práctica propuesta

Deben cursarse	8	
-----------------------	----------	--

CICLO ORIENTADO EN INVESTIGACIÓN

ASIGNATURAS INTRODUCTORIAS	CRÉDITOS	CORRELATIVIDAD
Introducción a los Problemas de la Investigación en Comunicación	4	52 Créditos de asignaturas del Ciclo Inicial incluyendo la Práctica Profesional Inicial
Teoría Social y Problemas de la Comunicación	4	
Políticas de la Convergencia	4	
Teorías del Sujeto y de la subjetividad	4	
Total	16	
Deben Cursarse	12	

ASIGNATURAS DEL RECORRIDO APLICADO	CRÉDITOS	CORRELATIVIDAD
Teorías y Métodos en Procesos Culturales	6	8 créditos de las Asignaturas Introdutorias del Ciclo Orientado en Investigación
Teorías y Análisis de Discursos y Semiótica de Redes	6	
Teorías y Métodos en Economía de la Información y Política de Medios	6	
Teorías y Métodos de Espacio Público y Opinión	6	
Teorías y Métodos en Estética y Comunicación	6	
Teorías y Métodos en Públicos y Recepción	6	
Historiografía de la Comunicación	6	
Total	42	
Deben Cursarse	24	

PRÁCTICAS PROFESIONALES EN LA FORMACIÓN ORIENTADAS		
	CRÉDITOS	CORRELATIVIDAD
Prácticas Profesionales II	8	12 créditos del Recorrido Aplicado del Ciclo Orientado en Investigación más el requisito que cada cátedra

		establezca para la práctica propuesta
Deberán cursarse	8	

ASIGNATURAS TRANSVERSALES	CRÉDITOS	CORRELATIVIDAD
Periodismo, Política y Sociedad	4	18 créditos del Recorrido Aplicado de cualquier Ciclo
Legislación Comparada	4	
Pantallas, Cultura y Educación en la era Digital	4	
Tecnologías Educativas	4	
Animación y Dinámica de Grupos	4	
Historia del Arte	4	
Economía de la Información	4	
Gestión Integral de Medios Populares, Comunitarios y Alternativos	4	
Políticas e Industrias Culturales	4	
Técnicas de Recolección de Datos	4	
Diseño y Comunicación	4	
Abordajes Epistemológicos Latinoamericanos	4	
Diseño de Marca e Imagen	4	
Comunicación y Acción Colectiva	4	
Taller de Tecnologías Digitales	4	
Investigación- Acción Socio-comunitaria	4	
Emprendimientos Comunicacionales Autogestivos y Cooperativos	4	
La Narración en la Cultura Audiovisual	4	
Total	72	
Deben Cursarse	8	

PRÁCTICAS PROFESIONALES EN LA FORMACIÓN TRANSVERSALES		
	CRÉDITOS	CORRELATIVIDAD
Prácticas Profesionales III	4	Práctica Profesional II más el requisito que cada cátedra establezca para la práctica propuesta
TOTAL	4	
Deben cursarse	4	

SEMINARIOS OPTATIVOS	CRÉDITOS	CORRELATIVIDAD
Seminarios Ad Hoc	4	18 créditos del Recorrido Aplicado
Seminarios Ad Hoc	4	
Total	8	
Deben cursarse	8	

	CRÉDITOS	CORRELATIVIDAD
TALLER DEL TRABAJO INTEGRADOR FINAL	6	8 créditos del Recorrido de Asignaturas Transversales y/o Seminarios Ad Hoc
TRABAJO INTEGRADOR FINAL	6	74 créditos del Ciclo Inicial según el régimen de electividad de cada área (incluyendo Práctica Inicial), 70 créditos de un mismo Ciclo Orientado (incluyendo Práctica Orientada y Transversal), más los tres niveles de idioma
TOTAL	12	

k) Contenidos mínimos

Se caracterizan por explicitar los conceptos, métodos/procedimientos y/o prácticas que dicha asignatura debe abordar, bajo una caracterización general y evitando la excesiva especificidad. Por lo tanto, no son ni objetivos, ni el fundamento o justificación de la asignatura y no necesariamente deben dar cuenta del enfoque o perspectiva teórica.

Ciclo Básico Común

Introducción al Conocimiento de la Sociedad y el Estado

CONTENIDOS MÍNIMOS : SEGUN RES. Nro. 3594/88 (C.S)

1 . El pensamiento sociopolítico y la evolución de la sociedad y el Estado. Conceptos teóricos básicos: diversas perspectivas desde lo jurídico, lo social y lo político; lo jurídico: el orden de las instituciones, especificidad y funcionamiento, la normatividad, y sus mecanismos; lo social: sociedad y estratificación, conceptos de orden y

conflicto en las sociedades contemporáneas, mecanismos de complejización de la sociedad, la emergencia de nuevos actores sociales y sus expresiones; lo político: el fenómeno del Estado en su dimensión histórica, participación y representación política.

2 . La formación del Estado en la Argentina: consolidación de un nuevo marco jurídico. El proyecto de la llamada Generación del 80'. Funcionamiento del sistema electoral secreto y obligatorio.

3 . La crisis de 1930 y sus consecuencias. Acción protagónica de la clase obrera. Ampliación de los derechos políticos.

4 . Funcionamiento de los partidos políticos, sus marcos normativos. Conformación de coaliciones sociales. Agotamiento del modelo agroexportador con sustitución de importaciones. Rupturas del marco institucional. Los golpes de Estado: diversas interpretaciones jurídicas y políticas.

5 . Las transformaciones científicas y tecnológicas, y su impacto en los sistemas políticos y sociales. Modelo de inserción de la Argentina en el mundo actual. Transición a la democracia: búsqueda de sistemas estables.

Introducción al Pensamiento Científico

CONTENIDOS MÍNIMOS : SEGUN RES. Nro. 3594/88 (C.S.)

1 . Condiciones del conocimiento. Conocimiento y creencias. Tipos de conocimiento: empírico y necesario. Características del conocimiento científico: formales y fácticos; naturales y sociales.

2 . Enunciados y razonamientos deductivos e inductivos. Verdad y validez. El método deductivo.

3 . Las etapas de la investigación científica: planteo de problemas, formulación y contrastación de hipótesis y teorías. Observación y experimentación.

4 . El progreso de la ciencia; distintas concepciones. Descubrimientos y revoluciones en la historia de la ciencia. Análisis de ejemplos.

5 . Las ciencias sociales. El problema de la especificidad de su método. Diversas perspectivas de análisis.

6 . Ciencia básica, ciencia aplicada, técnica y tecnología. Políticas científicas, Responsabilidad social del científico.

7 . Ciencia y tecnología en la Argentina. Instituciones científicas. La función de la Universidad.

Semiología

CONTENIDOS MÍNIMO : SEGUN RES. Nro 3594/88 (C.S.)

1 . Comunicación: Esquema de la comunicación. Signo lingüístico. Relaciones sintagmáticas y paradigmáticas. Unidades semióticas y semánticas. Sistemas de modelización primarios y secundarios. El signo de Pierce.

2 . Estructuras estilísticas y retóricas: Variedades. Lectos-Registros?. Funciones del lenguaje. Géneros discursivos. Competencia comunicativa. Figuras. Operaciones y niveles. Connotación.

3 . Enunciación: Deícticos. Personas. Localizaciones espaciales y temporales. Discurso / relato.

4 . Polifonía: Enunciados referidos. Entorno: verbos introductores. Contaminación de voces. Dimensión dialógica del discurso argumentativo.

5 . Actos del habla: Los realizativos. Clases de actos ilocutorios. Tipos de reglas. Actos de habla indirectos. Macroactos de habla.

6 . Los implícitos: La situación y el "sentido completo" de un enunciado. Las presuposiciones. Descripciones definidas. Normalizaciones. Predicados.

Sociología

CONTENIDOS MÍNIMOS : SEGUN RES. Nro 3594/88 (C.S.)

1 . La sociología y las ciencias sociales. Contexto histórico de la aparición y desarrollo de las ciencias sociales. El desarrollo del conocimiento en el marco de la evolución de las sociedades.

2 . Nociones y conceptos básicos de la sociología según diferentes líneas teóricas: sociedad, cultura, grupos sociales, normas, instituciones, división social, estructura social, poder y actualidad (tratar de ejemplificar con análisis de casos concretos).

3 . Tipos de sociedad y modelos de desarrollo. Centro y periferia. Constitución y transformación de las clases y sectores sociales en la Argentina.

4 . Evolución de la sociología en Argentina y América latina. Transformaciones históricas y evolución de los paradigmas.

5 . La profesión de sociólogo. Situación actual y desarrollos posibles.

Economía

CONTENIDOS MÍNIMOS : SEGUN RES. Nro. 359 /88 (C.S.) 1 . Sistema económico - características generales. El aparato productivo. Estructura y funcionamiento. Producción, distribución y consumo. Relaciones intersectoriales. Función de producción. Dinero y sistema financiero. La financiación de las actividades económicas. Dinero bancario: la oferta de dinero. El mercado de valores. La tasa de interés.

2 . Sistema económico - esquema de circulación. El proceso de producción física. El proceso de producción del valor. La circulación del capital. Capital mercancía, capital productivo y capital monetario.

3 . Factores de la producción y cambios tecnológicos. Los factores de la producción: conceptos y características generales. Las relaciones técnicas; tecnología y combinaciones factoriales. La remuneración a los factores; salarios y beneficios. La empresa. Combinación de factores y equilibrio de la empresa. Cambio tecnológico; acumulación neutral y orientada.

4 . Mercados y precios. La formación del precio. Oferta y demanda. Factores determinantes. Las funciones de oferta y demanda. El funcionamiento de los mercados. Las condiciones de la competencia. Los supuestos de competencia perfecta. Monopolio y oligopolio. La función de los precios. Asignación de recursos entre distintos usos en el sistema económico.

5 . Producto e ingreso. La consideración de la actividad económica global. El concepto del valor agregado. La medición del producto global. El problema de la demanda efectiva. Consumo, ahorro, inversión y nivel de empleo. El mercado de dinero y el sistema financiero. Oferta y demanda de dinero. La tasa de interés.

6 . Economía internacional. Centro y periferia. Factores determinantes del comercio internacional. El balance de pagos. Condiciones del desarrollo económico de los países. Interdependencias entre centro y periferia. Países periféricos en los mercados mundiales. Términos del intercambio y tasas de interés.

7 . Acumulación y crecimiento. El crecimiento del producto en el largo plazo. La producción de bienes de capital. Factores que afectan el ritmo de crecimiento. Desarrollo y subdesarrollo. Transnacionalización y periferia. Tecnología y periferia.

8 . Sistemas económicos y planificación. Capitalismo y socialismo: Aspectos políticos y económicos. La planificación y el reemplazo de los mecanismos de mercado. La planificación del desarrollo en las economías subdesarrolladas. El papel del estado.

9 . El problema del método. Economía e ideología. El proceso de análisis científico y su aplicación a la economía. Visión preanalítica, conceptualización y construcción de modelos científicos. La ideología en las distintas fases del proceso científico. Formas de incorporación del sistema de ideas y creencias en la teoría económica. Distintas explicaciones teóricas sobre el funcionamiento del sistema económico. Teoría clásica, marxista y neoclásica.

10 . Problemas económicos argentinos. Período 1880-1976. Proyecto económico en la Argentina moderna. Estructura productiva, proceso de acumulación y distribución del ingreso. El rol del Estado. Articulación en el mercado mundial. Crisis cíclicas y programas de estabilización. Período 1976-1983. Liberalismo y monetarismo. La ruptura del equilibrio de la economía. Estancamiento, inflación, deuda externa y distribución del ingreso.

Introducción a la Comunicación

Una ciencia social del siglo XX. Los textos clásicos en los estudios comunicacionales. Construir una historia de la disciplina a partir del estudio de sus clásicos. La primera generación: entre los '30 y la Segunda Guerra. Cómo los clásicos construyen un legado. Los primeros herederos: los estudios en comunicación después de los '60 -'70. Perspectivas y sentidos del presente: la comunicación en la era de la información. La zona norteamericana: de Lazarsfeld a Mc Luhan; de la teoría de los efectos a la aldea global. La zona franco-alemana: de Adorno y Benjamin a Habermas y Débord; la discusión sobre la modernidad, la técnica y las masas. La zona de los estudios culturales: de Williams a Homi Bhabha; de la hegemonía al multiculturalismo. La zona latinoamericana: de Mattelart a Martín Barbero; del estructuralismo al culturalismo. La zona actual: Manuel Castells y la comunicación en el nuevo siglo.

Psicología

CONTENIDOS MÍNIMOS : SEGUN RES. Nro 3594/88 (C.S.)

1 . Objeto y métodos de la Psicología: Intento de constitución de una psicología independiente a partir del modelo de las ciencias físico-naturales del siglo XIX. Constitución de los sistemas psicológicos contemporáneos a partir de diversas rupturas.

2. Estudio de la conducta humana: Ruptura con la psicología subjetiva e intrasubjetiva. La psicología "científica". La conducta como unidad de análisis y el método objetivo: observación, medición, reproductividad y predictividad. Las formulaciones de la escuela conductista. Conductismo radical y conductismo mediacionista. El papel del significado en la valoración del estímulo. Unidad y pluralidad fenoménica de la conducta. Los niveles de integración de la conducta.

3. Estudio de los procesos cognitivos: El cuestionamiento del elementalismo asociacionista. Teoría de la Gestalt y el concepto de totalidad. El enfoque estructuralista genético de Piaget. Concepto de estructura: totalidad, transformaciones y autorregulaciones. El concepto de inteligencia como proceso de adaptación. La constitución de una corriente cognitivista en psicología.

4. Estudio de los procesos inconcientes. La ruptura con la psicología de la conciencia. Primeras formulaciones de Freud acerca del concepto del inconciente. Las formulaciones del inconciente. El psicoanálisis como cuerpo teórico,

como método de investigación y como método psicoterapéutico. La construcción de un modelo de aparato psíquico. Algunas formulaciones post-freudianas.

5. Estudio de la interacción humana: La emergencia de la dimensión intersubjetiva en Psicología. Consideración de unidades de análisis supraindividuales: grupos, instituciones, comunidades. Procesos de interacción grupal. Procesos de comunicación humana. Los fenómenos institucionales y de masas desde una perspectiva psicológica

Ciclo inicial

Área de materias del Campo Comunicacional

Teorías de la Comunicación:

Teorizar las prácticas comunicacionales y mediáticas. Contextualización histórica. Escuelas y corrientes: del funcionalismo a la mass communication research y sus interpretaciones sobre los “efectos”; del neohegelianismo a la Escuela de Frankfurt y sus preocupaciones por el arte, la cultura de masas, la industria cultural y las nuevas sensibilidades; del pensamiento gramsciano a la Escuela de Birmingham y sus reflexiones ligadas a los estudios culturales, la concepción de la hegemonía y la construcción de las subjetividades. Genealogía, aportes, legado de cada corriente.

Principales Corrientes del Pensamiento Contemporáneo

Los sistemas filosóficos y de pensamiento que influyen en el mundo moderno. Las corrientes de pensamiento desde el siglo XIX a la época actual. Análisis de las relaciones entre sociedad, cultura y política que se derivan de esas corrientes. Concepto de estado, estratificación social, clases, grupos e instituciones. Los antecedentes de los pensamientos vigentes en la actualidad: los paradigmas centrales de la cultura de Occidente. La ética como disciplina filosófica. Los problemas modernos en relación a la legitimidad de los regímenes políticos.

Comunicación y cultura

Orígenes y expansión de los estudios culturales anglosajones. El campo de estudios en comunicación y cultura en América latina: el análisis comunicacional y cultural como perspectiva teórica y metodológica. Dialéctica entre los enfoques micro y macrosociales para el estudio de la comunicación. Comunicación de las identidades y procesos de alterización e identificación en el cruce de los discursos globales y locales, mediatizados y de la comunicación directa.

Semiótica de los medios

La semiótica como herramienta teórico-metodológica. Significación y dimensiones analíticas. Medios y Prácticas Discursivas: cine, TV, entornos digitales. Tipos e hibridaciones. Enunciación audiovisual. Ficción / no ficción; discursos publicitario, político, de la información. Problemática del cuerpo significante. Recepción y posicionamientos cognitivo-afectivos.

Historia de los medios

Introducción al surgimiento, desarrollo y transformación histórica de los medios de comunicación de masas atendiendo a la relación entre sus aspectos técnicos, económicos, jurídicos, políticos, sociales y culturales. Vínculos existentes entre invención técnica, uso social, instituciones, agentes de producción, lenguajes y estéticas en ámbitos geopolíticos diversos.

Derecho a la Información

Principios básicos del derecho constitucional. Derecho a la información. . Situación internacional y libre flujo de datos transfronterza -N.O.M.I.C. Libertad de prensa, derecho a rectificación y derecho a réplica. Institutos de los códigos de ética, secreto profesional y cláusula de conciencia. Derecho a la información y derechos personalísimos: privacidad, intimidad, derecho a la propia imagen. Delitos en relación al ejercicio del derecho a la información. Derecho a la información de los órganos del estado: normativas de contralor, Ente de Calificación Cinematográfica; Ley de Radiodifusión y proyectos existentes en el Parlamento. Estatuto del Periodista, normativa para personal gráfico.

La Investigación en comunicación

Reflexiones sobre las prácticas de investigación en el campo comunicacional. Debates sobre el estatuto epistemológico de las ciencias sociales en general y de los estudios de comunicación en particular. Modelos de la investigación comunicacional. La relación entre sus objetos, sus métodos, sus teorías. Perspectivas para investigar la comunicación como producción social de significaciones: la ideología, lo imaginario y el discurso. Herramientas para su abordaje e investigación teórica y empírica. Ruptura epistemológica, giro lingüístico, lo subjetivo, la objetividad y la objetivación.

Políticas públicas de la Comunicación

Estado y Políticas Públicas de Comunicación. El estado de bienestar y la radiodifusión fordista. Los modelos fundantes: del Network al Servicio Público. Los marcos regulatorios. La penetración del modelo Network en América Latina. La comunicación para el Desarrollo, las Teorías de la Dependencia y las Políticas Nacionales de Comunicación (PNC). El Nuevo Orden Informativo Internacional y la perspectiva latinoamericana. La mundialización económica y la convergencia del audiovisual, las telecomunicaciones y la informática. Neoliberalismo, estrategias convergentes y políticas de comunicación en el ambiente digital. TV digital y servicios integrados. Las nuevas experiencias en América Latina. Populismos y medios de comunicación. Periodización y evolución de los patrones de comportamiento de la radiodifusión en la Argentina.

Sociosemiótica de las discursividades

La semiótica como ciencia social. El abordaje socio-semiótico de la comunicación. Espacios de la discursividad social. Relaciones entre dispositivos, medios y producción de sentido. Circulación discursiva: mediatizaciones, hipermediatizaciones, intertextualidades, transposiciones. Diferentes mediatizaciones y sus comparaciones con la comunicación cara a cara. Las clasificaciones sociales de los discursos: géneros y estilos. Niveles y metodologías de análisis: análisis retóricos, temáticos, enunciativos

Área de Talleres de la práctica comunicacional

Taller de escritura

Escritura y lectura crítica como instrumento de trabajo. Práctica intensiva de lectura y producción de textos de diversos tipos y géneros discursivos. Competencias comunicativas en producción y recepción.

Taller de redacción y géneros periodísticos

Los géneros periodísticos como construcciones históricas, que cambian a la par de las transformaciones políticas, culturales y técnicas. Características de cada género y variaciones estilistas según medios y públicos. El proceso de producción de los géneros: búsqueda de información, escritura, edición. Géneros informativos, narrativos y argumentativos. Jerarquización de la información. La noticia y sus elementos básicos, la pirámide invertida y las 5 W. La crónica. La nota color. La entrevista. La nota de opinión. La nota de análisis.

Taller radial

La Historia de la Radiofonía: Antecedentes Conceptuales y Tecnológicos. El Lenguaje del Medio: Sus especificidades. La Sonoridad y el Montaje Radiofónico. La Estructura Narrativa para el oído. El Periodismo Radiofónico. Redacción de Noticias para la Radio. La Entrevista: Tipología y técnicas para su producción. Planificación y Gestión de la Empresa Radiofónica. Legislación en materia de Servicios de Comunicación Audiovisual. La Producción: Géneros y Formatos de la Radio. La Programación del Parlante Radiofónico: Estrategias para su formulación. La Segmentación de las Audiencias. Tecnologías de la Comunicación Radiofónica: Amplitud Modulada, Frecuencia Modulada, Radios en Internet, por Internet y Digitales.

Taller audiovisual

Introducción al diseño y la producción audiovisual. Lenguaje audiovisual. Roles corrientes y actuales en la producción audiovisual y sus etapas. Rutinas profesionales. Preproducción, producción (rodaje) y posproducción. Ficción argumental y ficción documental, sus métodos de colección y tratamiento de la información. Guión, escaleta y story board. Narratividad en la ficción argumental y en la ficción documental. Introducción a la tv digital y nuevos medios. Training básico de producción, rodaje y postproducción.

Área de Materias del campo de las Ciencias Sociales

Metodología y técnicas de la Investigación Social

La lógica de la inferencia científica. La estrategia teórico-metodológica. El proceso de investigación. La construcción del problema y del objeto de investigación. Objetivos. Diseño del objeto. Técnicas cuantitativas y cualitativas. Procesamiento, tratamiento, y análisis de datos. Elaboración de proyectos y redacción de informes de investigación.

Historia Social General

La constitución del mundo moderno: procesos globales. Los grandes movimientos de la modernidad. Las revoluciones de Occidente. La constitución del orden jurídico. Sociedades democráticas y totalitarias. Desarrollo y desarticulación del mundo colonial. Los movimientos campesinos. La formación de los sectores medios. La industrialización y los movimientos obreros. La urbanización. Procesos migratorios. Lugar de la comunicación en este proceso histórico: desde las nuevas rutas marítimas a la “nueva frontera del espacio”.

Historia Social Argentina y Latinoamericana

La construcción histórica de América Latina; la herencia colonial y los procesos independentistas. La expansión capitalista y la configuración de la Nación Argentina. Formación y desarrollo de los estados nacionales. Revoluciones políticas y movimientos sociales. Crisis de la era liberal y ascenso del nacionalismo. La sociedad de masas y el ascenso del populismo. Los militares y la política latinoamericana. El ciclo revolucionario de los años 60 y 70. La ofensiva neoliberal. La reconstrucción de la democracia. El papel de los medios de comunicación en el proceso político nacional y regional.

Economía Política

Las distintas corrientes del pensamiento económico, sus articulaciones con el surgimiento y transformaciones del capitalismo, con las ciencias sociales en general y con las teorías de la comunicación en particular. Procesos macroeconómicos e instrumentos para el análisis de las alternativas de las políticas económicas. El metalenguaje especializado del discurso económico en los medios de comunicación. Regímenes de acumulación en la formación económico-social argentina. Los problemas del desarrollo y el subdesarrollo, teorías y políticas para Latinoamérica. Globalización: crisis económicas globales, nuevo orden económico internacional, nuevas tecnologías e impactos sobre los mercados mundializados.

Antropología Social y Cultural

Nociones básicas de antropología y su utilidad para comprender fenómenos comunicativos comunitarios. La investigación antropológica. Conceptos fundamentales del análisis antropológico de la sociedad y la cultura. Estructuras organizacionales, institucionales y simbólicas de distintas subculturas; parentesco, poder, magia, religión, producción, socialización. Supervivencia, cambio, adaptación, asimilación-marginalización e integración de estas estructuras tradicionales, modos de adaptación y rearticulación y el papel de los medios de comunicación. Formas de comunicación social derivadas de valores tradicionales. Los movimientos socio-religiosos y sus formas de comunicación.

Área de Seminarios sobre problemas del campo comunicacional

Cultura Popular y Cultura Masiva

Trayectoria, intersecciones y procesos históricos de lo popular y lo masivo. Las relaciones con las viejas “culturas cultas”. Tradiciones de lectura y nuevas conceptualizaciones locales, regionales y globales. Las polémicas a partir de los años noventa en torno a lo popular y lo masivo. Las relaciones con las teorías de la identidad, el consumo, la subjetividad, la nación y otras. El concepto de subalternidad. Las relaciones con los estudios de género. Caracterización diacrónica y sincrónica de las culturas populares y de masas locales.

Técnica, cultura y Sociedad

Modos de comprensión de la matriz técnica del mundo. Técnica antigua y moderna. Racionalización instrumental, abstracción y cuantificación. Temporalidad, noción de progreso y técnica. Técnica y cultura en las ciudades del fin del siglo XX Ideología del confort. El predominio de la información y la redefinición de la vida social y la cultura contemporánea. Articulaciones entre técnica, comunicación y lenguaje. Arte y técnica como potencias y regímenes de experimentación de lo sensible. Escenarios informáticos y metamorfosis de las prácticas comunicacionales. Políticas de la vida y control social. La época de la potenciación técnica del cuerpo. Las industrias del cuerpo y los malestares de la subjetividad.

Cuerpo, Imagen y Sentido

El campo de lo visual: problemas de la imagen. La imaginación y lo imaginario. Lo visible y lo decible. La institución social del sentido: cuerpo y constitución de la subjetividad. Las prácticas sociales, el sentido práctico y la reflexividad. Efectos prácticos del valor estético de las producciones visuales. Prácticas del ver: la conformación del gusto. Mimesis, representación, presentificación. Universalidad y singularidad de la imagen. El poder y sus símbolos: la institución de sentido como ámbito de las luchas sociales. Dominación y disciplinamiento en la constitución de las subjetividades colectivas. Estética y política. Afectividad y prerreflexividad en el campo de la imagen y el sentido. Culturas visuales. Giro icónico. La imagen, el tiempo y la historia: la memoria. La reflexión en imágenes sobre imágenes.

Ciclo Orientado en Intervención

Asignaturas Introdutorias

Procesos organizacionales y comunicación

Campo, problema y método de la comunicación organizacional. Sistemas sociales y comunicación. Modelos de comunicación y modelos organizacionales. Aportes de las diversas perspectivas sociopsicológicas a la comprensión de los procesos comunicacionales en los grupos y las instituciones. Análisis comunicacional de las principales escuelas

organizacionales. Conflicto y crisis en los grupos y las organizaciones. Espacio social y participación: dispositivos comunicacionales. Desafíos éticos. Condiciones reales e imaginarias de trabajo del comunicador social.

Estado, democracia y políticas de comunicación

Conceptualización básica sobre el “Estado” y la “Democracia”. Diversas perspectivas teóricas sobre el estado capitalista. Desarrollo histórico del estado argentino desde su fundación a la actualidad. Concepciones sobre la democracia. Conflicto social, actores sociales, movimientos sociales. Sistema político. Crisis de representación. El Estado en el siglo XXI en la Argentina y la Región. Rupturas y continuidades. ¿Posneoliberalismo? ¿Neopopulismo? El retorno de las políticas públicas de comunicación.

Planificación en comunicación.

Modelos de Estado, de desarrollo y de comunicación. Orígenes y evolución del concepto de planificación. Los procesos de institucionalización de la planificación en el Estado. Las políticas públicas de comunicación y sus vinculaciones con los planes nacionales de desarrollo. Planificación y comunicación en América Latina. La intervención y la planificación en comunicación. Los ámbitos de intervención: público, comunitario y productivo. Los actores sociales y estatales, su interrelación. El juego intersubjetivo y de intereses. La trama de relaciones de poder-saber. El conflicto y la negociación. Metodologías: teorías, método y prácticas. El diseño y gestión de proyectos comunicacionales. El rol de la comunicación como herramienta de cambio (social, institucional, organizacional, cultural, etc.). Las organizaciones, las instituciones y el cambio.

Problemáticas de la educación y la cultura

Problemáticas del campo educativo a partir de la interpelación de los medios masivos de comunicación, las identidades infanto-juveniles, la revolución tecnológica y las nuevas experiencias de formación en la esfera pública. Abordaje histórico comparado de la relación entre el desarrollo del sistema educativo público, la expansión del sistema de medios y la emergencia de propuestas y experiencias de formación de la sociedad civil. Conceptos de educación, comunicación y cultura desde los aportes del pensamiento pedagógico, la historia social, la filosofía y la teoría política.

Intervención y comunicación: teorías y metodologías

El concepto de Intervención social. Los orígenes y su sentido. Fundamentos. Características. Modalidades. Perspectivas históricas. La dimensión política de la intervención. Intervenir en el “campo” desde la Universidad: “extensión o intervención”, límites, alcances, oportunidades y amenazas. La Sociedad, el Estado y las organizaciones sociales como espacios de intervención/producción/investigación para los comunicadores sociales. Niveles de intervención comunicacional: interpersonal, grupal, institucional, local, masiva. La investigación propositiva o aplicada y participativa. La sistematización como procedimiento de recuperación y conceptualización de las prácticas. La entrada al campo. El establecimiento del Rapport y la negociación del rol. Las cartografías sociales y el territorio de la intervención.

Asignaturas del recorrido Aplicado

Comunicación institucional y corporativa

Cultura institucional y corporativa. Identidad, imagen y reputación. La función del Director de Comunicación (DIRCOM) 2.0. Misión, visión y valores. Comunicación interna y externa en el mundo digital. Portavocía y relación con periodistas y medios de comunicación. La comunicación en la crisis. Publicidad institucional. Gestión de intangibles. Gestión de Marca. Responsabilidad Social Corporativa.

Diseño estratégico de la comunicación en políticas públicas

Lo público como ámbito de actuación multiactoral. De las políticas nacionales de comunicación (PNC) a la planificación/programación comunicacional de políticas públicas. Aproximación analítica y propositiva de procesos de comunicación en la gestión de políticas sectoriales. Comunicación de apoyo a los programas del Estado. Encuentro, concertación y participación para la creación de consensos y propósitos colectivos. Comunicación y movilización social. Estrategias de comunicación para la incidencia en políticas públicas. Comunicación institucional en la administración pública: identidad, imagen y cultura de la organización estatal; funciones de las áreas (direcciones, departamentos, coordinaciones) de comunicación, información y prensa de los organismos públicos. El comunicador en los ámbitos públicos: competencias y habilidades.

Comunicación y Sistemas Productivos

Las experiencias de ESS (Economía Social y Solidaria) como emergentes de las políticas socio-económicas neoliberales, sus efectos sobre el trabajo y el acceso a bienes públicos. Tensiones y articulaciones entre la economía de capital, la economía pública y la ESS. Formas organizativas, principios y valores de la ESS en la actualidad. Políticas públicas de fomento de la ESS. Estrategias de comunicación en políticas públicas de atención al sector y de apoyo a los programas estatales. Articulación entre el Estado y organizaciones sociales, las experiencias de co-gestión de las políticas públicas. Desafíos comunicacionales para el desarrollo y la promoción de la ESS. La implementación de estrategias de comercialización y la visibilización pública de la ESS. Productos comunicacionales de la ESS.

Comunicación Comunitaria

La conformación del campo de la comunicación comunitaria: aportes teóricos y aportes prácticos. Lo comunitario, lo popular, lo alternativo. Comunicación y comunidad. Las organizaciones de la sociedad civil: articulación con el Estado y el mercado. Modelos de intervención de las OSC. El rol del comunicador comunitario. La formulación de proyectos. Los procesos de diagnóstico, planificación y evaluación en el campo social-comunitario. Técnicas participativas en la intervención social desde la comunicación comunitaria. Fortalecimiento institucional de las organizaciones comunitarias.

Prácticas comunicacionales en entornos educativos

Escenarios actuales de intersección entre comunicación, educación y cultura. Demandas, ofertas, vacancias y proyecciones para el campo de desarrollo profesional. Configuración y reconfiguración de subjetividades en torno a las prácticas comunicacionales familiares, comunitarias, masivas y en red. Escuela, familias, industria cultural y TIC como agentes de socialización. Los procesos de mediación pedagógica. Historización de perspectivas conceptuales y propuestas pedagógicas vinculadas a la comunicación e integración de TIC en entornos educativos. Objetivos de la formación del alumnado, propuesta curricular y estrategias pedagógicas desde la perspectiva crítica. Análisis y planificación de acciones orientadas a la conformación de entornos de enseñanza y aprendizaje significativo en contextos diversos.

Ciclo orientado en Producción

Asignaturas introductorias

Editorialidad y Estrategias de comunicación

Los medios masivos como espacio público. Noticiabilidad. Construcción de agendas. Significantes en disputa. Representaciones de diversos sujetos/identidades. Decisiones editoriales y su relación con la propiedad de medios.

Regulaciones y protocolos sobre contenidos. Instancias y experiencias de las sociedad civil para la incidencia en los contenidos de los medios.

Planificación y Gestión de emprendimientos Comunicacionales/comunicativos

Contexto y tendencias actuales de las empresas de comunicación, de producción de bienes culturales y de emprendimientos periodísticos. Integraciones verticales y horizontales. Corporaciones y emprendimientos en microescala Conceptos de la gestión administrativa para el sector lucrativo como no lucrativo. La planificación, la organización y las decisiones estratégicas aplicadas al caso de las empresas de comunicaciones. Procesos de trabajo en la organización periodística. Los periodistas y las fuentes. Criterios de responsabilidad. Marketing periodístico. El mercado público y privado. El producto comunicativo y la globalización. La intersección de contenidos publicitarios. Métodos de investigación para las organizaciones, el sistema de estudios de mercados y la relación entre los medios (productos) mediáticos y los lectores, públicos o audiencias. Características del medio impreso y el digital. Necesidades, deseos y demandas de públicos, consumidores y usuarios de las redes sociales. La comunicación móvil. Lo digital y las ciencias humanas en la comunicación.

Elementos y Estructuras de la Expresión Audiovisual

La representación mediante imágenes y sonidos. Articulaciones e interacciones sonovisuales. La Imagen: concepto y praxis. Imágenes, subjetividad y memoria. El Cine: la imagen-tiempo, la imagen-movimiento. El plano cinematográfico. Historia y crítica del M.R.I. Acción dramática.: progresión, tensión, conflicto. Estructuras narrativas y de argumentación.

Técnicas de la investigación, opinión pública y mercado

Proceso de investigación y paradigmas. Retos de la E-Investigación en ciencias sociales. El debate teórico de la opinión pública. La producción académica en opinión pública La investigación empírica en el campo de la opinión pública: tipos de investigación; técnicas de relevamiento y análisis cualitativo y cuantitativo. La publicación de los hallazgos. El recorrido y el desarrollo institucional de la opinión pública en América latina y la Argentina

Asignaturas del Recorrido aplicado

Taller de Realización gráfica

Producción integral de un proyecto editorial, en formato papel o digital. Definición del concepto del proyecto: desde dónde se habla, a quién se le habla, con qué lenguajes, qué otros medios similares existen. Definición del diseño editorial (secciones, temas y notas). Definición del diseño gráfico. Uso de imágenes. Formas de financiamiento y confección de un presupuesto. Formas de distribución. Organización del equipo de trabajo. Lanzamiento y promoción del proyecto.

Taller de realización radial

Definiciones y taxonomía de los Géneros y formatos radiofónicos. Formatos periodísticos, dramatizados y musicales. Tipos de radio: pública, comercial, comunitaria/popular/alternativa. Caracterización de contextos culturales y comunicacionales. Perfil de programación: estructuras de programación, la artística institucional en la construcción del perfil. El diseño de programas de radio: identidad, editorialidad, temas, formatos, musicalización, ritmos, roles. Mercado Radiofónico. Dimensiones de la gestión de un proyecto radial. Dimensión político cultural. Dimensión comunicacional. Dimensión económica. Dimensión organizacional. Audiencias. Usos de la radio. Transformaciones actuales en las prácticas radiofónicas a partir del desarrollo y la expansión de las NTICs.

Taller de realización audiovisual

TV: Recursos y lenguaje de la TV, cargos y funciones, el control de estudio, formatos de programas, medición de audiencia, guiones, desglose y planillas de producción, cámaras de TV, sonido, iluminación de piso, control por instrumentos, escenografía, talentos, vestuario, maquillaje y edición. Abordaje de los pequeños formatos informativos en la TV: encuesta, nota, informe y reportaje. Funcionamiento de una productora. Procesos implicados en la organización y producción profesional de TV, la convergencia tecnológica y el consumo transmediático. La televisión digital terrestre (TDT), la TV interactiva. Contenidos para Tv digital y nuevos medios - Ficción y documental. Post producción digital. Generación de proyectos, vías de financiación y Legislación audiovisual dentro del panorama de la nueva TVDT.

Cine: ficción y documental. lenguaje del cine y audiovisual. Análisis teórico y fílmico de la representación. Narración cinematográfica. Nuevas Tecnologías y Paradigmas en la etapa digital. La composición. La idea. Diseño de investigación teórico-metodológico. Etapas. Diseño y modalidades de producción audiovisual. Recursos audiovisuales. Fotografía, técnicas de cámara, iluminación y sonido. Plan de rodaje. Estructura fílmica y guión. Post-producción: análisis, estructura y preparación del material. Estilos de edición. El mensaje proyectado. Formatos de difusión.

Taller de Investigación periodística

Definición del periodismo de investigación y casos paradigmáticos. Características generales y Diferencias con la investigación académica. La investigación periodística como producción de conocimiento siempre en proceso. Tipos de investigación. El proceso de la investigación: recolección y producción de la información, escritura y edición. Técnicas de la investigación. Las fuentes y los tipos de fuentes. El "off the record". Discusiones éticas en torno a la investigación periodística

Taller de Comunicación Transmedia

Convergencia. Estratificación, diversificación e interconectividad de los medios de comunicación. Medios tradicionales y emergentes. Periodismo narrativo en simultáneo para múltiples soportes: Cómo producir al mismo tiempo para papel, web, tabletas, teléfonos y otros dispositivos ultraportátiles. Capacidad de síntesis, aplicaciones (apps) de noticias y tecnologías de visualización. Estructuras para la co-creación, la colaboración y la participación ciudadana. Coberturas de emergencia: Noticias en celular y cronistas móviles. Estrategias: toma de decisiones y el rol de los productores de medios. Configuración de anunciantes. Contenidos transmedia: intertextualidad, serialidad y dispersión. Consumidores, prosumidores y responsabilidad política. La información en las redes sociales y su gestión profesional.

Comercialización

El Marketing en la empresa y en la economía. Los plazos en el Marketing. Concepto de Planificación. El Marketing y la satisfacción de las necesidades. Comportamiento de elección del consumidor. Las respuestas del consumidor a los estímulos comunicacionales. Análisis de atractivos de los mercados de referencia. Análisis de competitividad de la empresa. Elección de una estrategia de Marketing.

Planificación de Medios

Conocimiento del nuevo paradigma de la comunicación publicitaria: Medios Comprados, Propios y Ganados. Reconocer sus características y aporte a la comunicación; sus generalidades, su distribución y sus formas de comercialización. Medios audiovisuales, medios gráficos, medios digitales: internet, mobile, redes sociales, buscadores, marketing digital, Vía Pública y BTL; medios propios: web sites, fan page, packaging, imagen de marca. Consumo de medios: la audiencia entendida como consumidores de medios, los medios entendidos como productos. Mercado de medios: Grandes grupos, Situación actual, Ley de Medios, visión federal, medios locales vs medios

nacionales (comparación internacional) Agencias: servicios, características, holdings, negocio, historia. El futuro de los medios.

Creatividad publicitaria

Definición de Creatividad. Principales líneas de investigación: sujeto, proceso y producto. Génesis y clasificación de los principales métodos creativos. Sus ámbitos de aplicación. La creatividad en la publicidad. Conceptos básicos y rol de la publicidad. Elaboración de la estrategia publicitaria. Concepto o idea creativa. Distintos tipos de conceptos. Creatividad aplicada a medios tradicionales y no tradicionales.

Ciclo orientado en Investigación

Asignaturas introductorias

Introducción a las perspectivas de investigación comunicacional

Perspectivas culturalistas; estudios sobre lenguajes, sistemas semióticos o discurso, investigaciones sobre políticas de medios, economía de la información, acercamientos historiográficos, estudios sobre espacio público y opinión.

Teorías del Sujeto y la Subjetividad

La noción de sujeto en la construcción del imaginario social. Subjetividad y civilización. Praxis y sensibilidad. Interpretaciones de la subjetividad. Intersubjetividad y comunicación. La mirada constructivista y la escuela de palo alto. La mirada psicoanalítica: el sujeto de la pulsión vs el sujeto de la necesidad, los medios de comunicación, la publicidad, el mercado y su articulación con la lógica deseante de la subjetividad. Arte y comunicación. La construcción de la identidad individual y las identidades colectivas en el discurso. Las creencias y el substrato afectivo de las sociedades.

Políticas de la convergencia

Definiciones sobre tecnología y técnica. Concepto de tecnología informacional. La “Sociedad de la Información” y la “sociedad – red”. Industrias culturales y medios de comunicación en la convergencia: impactos productivos, procesos de trabajo y nuevos productos. Los medios digitales. Regulación de las tecnologías de la información y la comunicación en el escenario de la convergencia: regulaciones normativas, culturales, económicas y de códigos. Gobernanza de Internet. Estructuración de los sectores de la convergencia: globalización, concentración, centralización, innovación. Políticas comparadas sobre la convergencia, con especial atención a América Latina. Conflictos sobre propiedad, licenciamiento, intermediación, gestión de derechos de autor.

Teoría Social y problemas de la Comunicación

Aportes clásicos de la Teoría Social al campo de la Comunicación (Hobbes, Marx, Weber). Aportes contemporáneos de la Teoría Social al campo de la Comunicación. Investigación en comunicación: el giro lingüístico, las tradiciones hermenéuticas, interpretativas, la historia conceptual

Asignaturas del Recorrido Aplicado

Teorías y Métodos en Procesos Culturales

Discusiones en torno del concepto de cultura y sus implicancias. Características específicas de los estudios en Argentina y América Latina. El análisis culturalista, etnográfico y el antropológico. La tensión observación/participación. La constitución/el problema de las identidades.

Teorías y Análisis de discursos y semiótica de redes

El concepto de discurso y sus posibles/distintas definiciones. La producción social de sentido/significación. El discurso como proceso de definición de una dimensión de lo social. Nuevas mediaciones y prácticas semióticas. Permanencias y novedades de los tipos discursivos (arte, política, periodismo, etc.) en los nuevos regímenes de circulación discursiva.

Teorías y Métodos en Economía de la Información y Política de Medios

Orígenes y debates entre las distintas corrientes teóricas que enfocan el campo de la economía de la información y la política de medios, sus distintos métodos de abordaje y estudio del fenómeno, la economía de la información desde un enfoque interdisciplinario. Los aportes específicos de la teoría económica, las contribuciones particulares de la filosofía, las categorías provistas por la sociología y su articulación con la disciplina comunicacional y sus resignificaciones. La globalización de las empresas de comunicación sus repercusiones en el campo comunicacional político y económico. El estudio de casos con diferentes abordajes teórico metodológicos a la búsqueda de puntos de ruptura y continuidad entre los modelos globales de economía de la información y los particularismos nacionales en Latinoamérica.

Teorías y Métodos en Espacio público y Opinión.

La diferencia entre espacio público y opinión pública. Sus posibles relaciones. La constitución del espacio público como espacio de debates y disputas. El espacio público como terreno de definiciones sociales. La mercantilización de la información y la lógica del marketing.

Teorías y Métodos en Estética y Comunicación

Introducción a los estudios en estética vinculados al campo de la comunicación. Principales corrientes de la teoría estética. Investigación en Medios, estilos de época y expresiones culturales. Clásicos y barrocos. Estética de las culturas populares.. Estéticas y formas culturales latinoamericanas. Herramientas de análisis.

Teorías y Métodos en Públicos y Recepción

El concepto de audiencia y sus transformaciones. La recepción y sus implicaciones conceptuales. Del impacto a la lectura. Recepción e interpretación. La constitución del "público" como actor social. Estudios de tendencias, hábitos y actitudes. Desarrollo de estudios empíricos concretos sobre audiencias de diferentes medios, sus hábitos de consumo y la consecuencia de ello. Diferencias entre estudios generales y estudios específicos de audiencias. Relaciones entre estilos en producción y estilos en reconocimiento.

Historiografía de la comunicación

Historia y transformaciones de los dispositivos de comunicación. Problemas y ventajas respecto del estatuto del documento y el testimonio. El tiempo largo y el tiempo corto. La mirada macro y el punto de vista del actor. El problema de la periodización.

Área de asignaturas transversales

Investigación acción socio comunitaria

Acción comunitaria. Genealogías y tradiciones. Polisemia y convergencias: prácticas comunitarias, políticas, estatales, disciplinares. Lo comunitario y lo societario: dos modos de comunicación, organización y relacionamiento social. El rol del Estado en la producción comunitaria; La reinención de lo comunitario: impacto de la recomposición del Estado

nacional en Argentina y América Latina. Las redes comunitarias: territorialidad, temporalidad y contextos de lo comunitario. Tradiciones en investigación –acción y en intervención comunitaria; Formas de intervención. Interventores. Aportes teóricos para la definición de procesos/intervención. Definición de investigación e intervención. Implicancias éticas y políticas subyacentes. Orígenes y tradiciones intervención/investigación en Latinoamérica. Características y especificidad de herramientas de investigación/intervención según el momento y contexto de implementación.

Periodismo, política y Sociedad

La información, entre las lógicas del mercado, la política, la opinión pública, la concentración empresarial. La noticia, construcción social del mundo. La verosimilitud y la relación tiempo- noticia. Los circuitos de producción y circulación de la información periodística, procesos de consenso y hegemonía. Los modos de apelación al público y las formas de la argumentación. Epistemología y valor político de las fuentes, la construcción de la legitimación del texto y del trabajo periodístico. Establecimiento de la agenda y el encuadre. Del sumario al contexto informativo. Comunicación política, actores, territorios, escenarios. Del papel a la web, lectura crítica de los formatos, géneros y soportes, transformaciones, regularidades y emergencias de la noticia. El papel del periodismo profesional en la sociedad, la cuestión de la objetividad y la calidad periodísticas.

Economía de la Información

Principales perspectivas y aportes de la Economía Política. Las teorías del valor trabajo y del valor utilidad. La economía política y la producción cultural industrializada. La mercancía cultural y la explotación del trabajo creativo. Acumulación y legitimación en las industrias culturales y los medios de difusión fordistas. Mercados, empresas y cadena de valor. Impactos de la informacionalización en los procesos productivos. Convergencia, nuevos medios y nuevos patrones.

Legislación Comparada

Diagnóstico de la situación normativa del área con especial referencia a América Latina. Estructura de propiedad de los medios. Régimen de tenencia y uso. Propositiones normativas en cuanto contenidos. El concepto de servicio público. La soberanía estatal. El derecho internacional. Análisis de modelos estatales, mixtos y privados. Los problemas del acceso y la participación en la legislación. Diferencias en las normativas según los medios. Las leyes de prensa y radiodifusión en Argentina: panorama histórico y situación actual de los sectores implicados en el desarrollo de la legislación (sindicatos, sector público, cámaras empresarias, asociaciones profesionales).

Tecnologías educativas

El debate epistemológico en el campo del análisis y diseño de prácticas educativas mediadas por tecnologías. La definición del campo. Los orígenes. La articulación entre el campo educativo y el comunicacional. Corrientes teóricas y enfoques metodológicos predominantes. Estado, sistema educativo y tecnologías. Discurso político y discurso de los medios de comunicación. Las políticas públicas de integración de tecnologías en el sistema educativo. La educación digital y la agenda de la política educativa. El sujeto del aprendizaje y la tecnología. Individuo y actividad. El rol del mediador. La alfabetización. La comunicación en el aula. Los textos en contextos educativos. El discurso pedagógico. La representación y comunicación de la información en las prácticas educativas. El análisis de los materiales educativos. Historia. Soportes, lenguajes y formatos. Videojuegos y aprendizaje. Educación a distancia, virtual y en línea. El aprendizaje informal: los museos. Comunidades de práctica y redes de aprendizaje.

Pantallas, cultura y educación en la era digital

El juego: entretenimiento y aprendizaje. Convergencia multimedial: ¿Hacia el unimedio digital? La pantalla ubicua como pantalla mundo. El momento ciberista: Transformaciones de los escenarios culturales y de las relaciones personales. Enseñar y aprender en la pantalla mundo. La mercantilización del tiempo libre. Sociocultura colaborativa vs. sociocultura propietaria.

Teorías y Técnicas de grupo

Enfoques de contexto y atravesamientos institucionales, transversales e histórico. Análisis multidimensional. Noción de aprendizaje y vínculo. Los abordajes autobiográficos. El diario de campo y el análisis de la implicación. Génesis social y teórica. La organización social del grupo. Fases de constitución de un proceso grupal. Proceso de institucionalización y organización. El trabajo en equipos. Poder y autoridad. La interacción y el liderazgo. Los procesos de comunicación en los grupos. Importancia de la comunicación espacial, gestual, no verbal. La observación y la coordinación. El aprendizaje colectivo. Los dispositivos grupales: encuadre, contrato, proyecto, estrategias, técnicas. Fundamento de las asociaciones de ideas. Conceptos de fantasía y representación La estructura inconsciente y lo imaginario en los grupos. Los organizadores fantasmáticos. La identificación, el ideal y la estructura libidinal. La ilusión grupal. Representaciones sociales.

Historia del Arte

El arte en la presente sociedad de masas y en el debate teórico contemporáneo. Mirada trágica y mirada teórica. Campos de indagación: historia del arte, reflexión filosófica y estética, palabra poética. Contextualización de las discursividades científicas políticas, culturales y filosóficas de la tradición moderna. Arte, transdisciplina y conflicto de ideas. Legado griego, visión trágica y formas de la verdad. problemática de lo bello, lo sublime y lo mítico en la crisis de la razón burguesa. Idealismo y romanticismo: genealogía de lo moderno. Arte, mercado y política en la sociedad urbana de masas. Metrópolis, masas e industria cultural. Marginalidades críticas, vanguardias artísticas y políticas. Arte y revolución social, vanguardias artísticas y políticas. Palabra poética y palabra racional-científica: modernidad y posmodernidad, crisis y reformulación del vínculo entre palabra y mundo en un tiempo postmetafísico. Estéticas de masas y representación de lo real. Retorno de lo sagrado y papel del arte en la comunicación masiva.

Gestión Integral de Medios Populares, Comunitarios y Alternativos

La noción de gestión. El diagnóstico, la planificación y la evaluación participativas como herramientas metodológicas. Medios de comunicación comunitarios, populares y alternativos. El caso de Argentina y América Latina. Contextos políticos, sociales, económicos y culturales. Relaciones con otros actores sociales. El proyecto comunicacional, político, cultural. Perfil o identidad. Programación, construcción de agendas, perspectiva editorial, producción de contenidos y construcción estética. La inserción en el mapa de medios local, nacional y regional. Audiencias: formas de relación y participación. Las transformaciones de los medios a partir del desarrollo tecnológico. Estrategias de construcción de visibilidad pública. El proyecto organizacional. El medio y las formas legales. El proyecto económico. Las formas de propiedad. El estatuto del trabajo. La tensión entre trabajo asalariado y militancia. El sentido de “sin fines de lucro”.

Políticas Culturales

Políticas Culturales. Identidad Cultural. Diversidad Cultural. Participación ciudadana. Definiciones, antecedentes y modelos en América Latina. Paradigmas políticos de la acción cultural. Estudios económicos de la cultura. Estadísticas e indicadores culturales, sistemas de información, estudios sobre producción y consumos culturales, análisis de impacto, análisis costo/beneficio. Categorías de bienes culturales. Comunicación y marketing cultural. El ‘capitalismo cultural’ y la cultura como ‘recurso’. La economía creativa, la economía simbólica de los lugares, el ‘city marketing’, las inversiones y el turismo. Patrimonio cultural y Desarrollo. Cultura y Desarrollo.

Técnicas de recolección de datos

De las preguntas de investigación al dato: las técnicas de recolección. Del dato al resultado: procedimientos de análisis e interpretación. El trabajo con fuentes de datos primarias y secundarias. Técnicas cuantitativas, cualitativas y triangulación. Técnicas de investigación en Comunicación: encuesta, entrevista, grupo focal, observación, documentación, análisis de contenido y análisis del discurso. Nuevos problemas y abordajes: la investigación en entornos virtuales y la investigación colaborativa. Del conocimiento a la intervención: la investigación-acción.

Diseño y comunicación

Definición del área y la profesión. La comunicación visual en distintas instituciones. Clientes y públicos. Formatos gráficos impresos y digitales. Panorama histórico del orden visual en Occidente, del diseño gráfico y la conformación del campo. Especificidades del lenguaje visual. El aporte semiótico. Elementos constitutivos del signo visual. Patrones de conducta visual y su aplicación para el análisis y la producción. Familias tipográficas. Diagramación: Grilla y proporciones. Composición, recorrido de lectura y orden visual. Condiciones de producción de la pieza gráfica. Panorama de la tecnología actual de pre-impresión e impresión. La imagen: tratamiento, niveles de representatividad y articulaciones entre texto e imagen. El diseño como estrategia de comunicación. Imagen institucional y corporativa. El brief. Manual de aplicaciones. Contexto y competencia. Planificación, desarrollo y evaluación de piezas y campañas de comunicación visual.

Abordaje comunicacional/cultural de la acción colectiva

Principales abordajes teórico-metodológicos de la acción colectiva. El enfoque de las oportunidades políticas y los estudios sobre las estructuras de movilización o la movilización de recursos. La perspectiva constructivista y el "giro cultural" de la teoría de la acción colectiva. Los estudios sobre los procesos enmarcadores. Significados e identidades colectivas que confieren sentido a la participación en los movimientos. Interpretación, atribución y construcción social del sentido y su relación con las oportunidades políticas y la dinámica organizacional de los movimientos sociales. Bagajes y repertorios culturales. Acción colectiva y discursos mediáticos. Investigaciones sobre acciones colectivas, protestas, movimientos sociales y movimientos populares como expresiones organizativas de las clases subalternas y medias durante la fase capitalista neoliberal y actual /posneoliberal en Argentina y América Latina.

Abordajes epistemológicos latinoamericanos

El espacio en disputa de lo regional y lo local frente al eurocentrismo de las ciencias sociales (latinoamericanas). La presencia y la recuperación del sujeto y su subjetividad en la construcción de conocimiento. Conocimiento científico y conocimiento cotidiano: validez y verdad; el rol de la universidad. Claves del pensamiento crítico para una nueva epistemología. La decolonialidad como alternativa epistémica. Epistemología de la conciencia histórica o del presente potencial. Filosofía y teología de la liberación. Matrices de pensamiento regionales.

Gestión Integral de Marcas.

Genealogía de la marca. De la visión economicista al valor comunicacional. Branding (Discurso Marcario). Isologo. Logotipo. Odotipo. Marcas verbales e icónicas, sonido, símbolo. La marca como principal activo. Construcción de marcas. Gestión Integral de la marca. Diseño del signo marcario y Manual de uso de Marca. Marca como motor semiótico, cobranding, restyling, resignificación. Gestión de línea de productos.. Las funciones de las marcas: garantía, confianza, recordación, reconocimiento, seguridad, distinción, tipo de calidad. Función Aspiracional. Personalidad de las marcas. Caminos para la creación de marcas. Posicionamiento. Mapa de marcas. Ley de marcas.. Crisis de las marcas. Perspectiva de NO LOGO. Consumo Racional de Marcas Blancas. Logros y ventajas de transformar una marca en una Lovemarks.

Taller de tecnologías digitales

Orígenes y fundamentos de la Comunidad en Red. La cultura en los bordes (ética hacker). Búsqueda, interpretación y chequeo de información en Internet. Lectura crítica en Internet, Características de la información digital. Herramientas de publicación digital y producción de contenidos. El contexto de la Web 2.0. Transmedia y multimedia. La web semántica. Usos de redes sociales: de la narrativa del yo a la persuasión y la difusión. Long tail y el lugar del usuario. Software y comunicación: elementos de programación y licenciamiento de contenidos. Redes e infraestructura: arquitecturas de la red.

Emprendimientos comunicacionales autogestivos y cooperativos

Formar emprendedores: la cultura emprendedora, incidencia en el desarrollo local y la economía social. Visión, oportunidad, creatividad y sociodiversidad. Nociones de liderazgo, sinergia, "cultivo social", innovación. Reconocer oportunidades en situaciones de cambio. Instrumentos metodológicos para el desarrollo del emprendimiento. El grupo de trabajo, nociones de grupalidad. Emprendimientos autogestionados y dentro de una organización. Encuadre legal. Armado del proyecto comunicacional. La idea dentro del marco lógico. Matriz de análisis del emprendimiento. Identificar, analizar y describir los públicos. Evaluación de los sectores. Conceptos de dirección estratégica. Búsqueda de recursos y financiación, articulación entre actores, lo público y lo privado, viabilidad y sustentabilidad. Armado del Plan de Negocios, formas de evaluación: con foco en la planificación, en el proceso y en los resultados. El lanzamiento. Diseñar una estrategia de prensa o eventos para el desarrollo del emprendimiento.

La narración en la cultura audiovisual

La imagen. Epistemología. Su polisemia. Diversos enfoques y conceptos, sus clasificaciones. Breviario sobre la influencia en el Siglo XXI. Desde la imagen al imaginario. Entre la banalidad y la pedagogía. De la obra de arte al daguerrotipo. Principios de composición. El problema de la representación audiovisual. Imagen y memoria. Entre lo que se nos da "a ver" y como "percibimos". Retórica de la imagen. La imagen y el argumento. Proxemia de la imagen. Narración con imágenes, una poética discursiva. El sujeto espectador y el consumo de imágenes.

Taller de Trabajo Integrador Final

Espacio en el que se le brinda al estudiante herramientas metodológicas y teóricas para la elaboración del proyecto de Trabajo Integrador Final en todas sus variantes y de acuerdo a las particularidades de cada Ciclo Orientado.

l) Carácter de las asignaturas dentro del plan

En el plan de estudios hay 34 asignaturas cuatrimestrales, de las cuales 5 son obligatorias, 27 electivas y 2 optativas. El Ciclo Básico Común (CBC) se compone de 5 materias obligatorias y 1 electiva. El Ciclo Inicial y el Ciclo Orientado en tanto, contienen en total 28 asignaturas cuatrimestrales de las cuales 26 son electivas y 2 optativas. Las asignaturas electivas están conformadas por equipos de cátedra concursados y se ofertan de manera sistemática todos los años. Las asignaturas optativas, en cambio, no forman parte de la oferta estable de asignaturas; por el contrario, se renuevan anualmente a partir de una convocatoria realizada por la Dirección de la Carrera de Ciencias de la Comunicación y una posterior selección a cargo de una Comisión conformada en el marco de la Junta de Carrera. La selección se realiza conforme a lo establecido en el reglamento de seminarios ad hoc y en función de prioridades y parámetros establecidos en cada convocatoria. Las asignaturas electivas (materias, talleres y seminarios) se escogen siempre en el marco de grupos o áreas temáticas específicas ubicadas dentro de cada uno de los Ciclos del recorrido curricular (Ciclo inicial y Ciclo Orientado). Asimismo el Plan de Estudios posee una estructura curricular mixta integrada por asignaturas disciplinares en articulación con asignaturas contextuales, Seminarios de reflexión sobre problemáticas complejas del campo, talleres de producción, prácticas profesionales en la formación en todo el recorrido curricular y talleres de trabajo integrador final.

m) El Ciclo Lectivo a partir del cual tendrá vigencia

El nuevo plan de estudios entrará en vigencia en el 1er cuatrimestre del ciclo lectivo inmediatamente siguiente a aquel en el que fuera aprobado por el Consejo Superior de la Universidad de Buenos Aires. Si su aprobación en esa instancia se concretase entre agosto y diciembre el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y la Dirección de la carrera evaluarán la conveniencia de postergar por un ciclo lectivo más la entrada en vigencia del nuevo plan. A modo de ejemplo: si el plan se aprueba en el CS de la UBA en abril de 2013 entra en vigencia en el 1er. cuatrimestre de 2014. Si se aprueba en el CS de la UBA en septiembre de 2013 el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y la Dirección de la carrera pueden optar por ponerlo en vigencia a partir del 1er. Cuatrimestre de 2014.

Una vez entrado en vigencia el Plan se establecerá un esquema de transición para los que estén cursando el Plan anterior (Res 440/90) según las siguientes equivalencias:

	Plan 1990 (Res. 440/90)	Nuevo Plan
1	Teorías y Practicas de la Comunicación I	Teorías de la Comunicación
2	Principales Corrientes del Pensamiento Contemporáneo	Principales Corrientes del Pensamiento Contemporáneo
3	Teorías y Practicas de la Comunicación II	Comunicación y Cultura
4	Semiótica I (De los Géneros Contemporáneos)	Socio - semiótica de las discursividades
5	Semiótica II (De los medios)	Semiótica de los medios
6	Historia General de los Medios y Sistemas de Comunicación	Historia de los Medios
7	Derecho a la Información	Derecho a la Información
8	Teorías y Prácticas de la Comunicación III	La investigación en Comunicación
9	Políticas y Planificación de la Comunicación	Políticas Públicas de la Comunicación
10	Metodología y Técnicas de la Investigación Social	Metodologías y Técnicas de la Investigación Social
11	Historia Social General I	Historia Social General

12	Historia Social Argentina y Latinoamericana II	Historia Social Argentina y Latinoamericana
13	Antropología Social y Cultural	Antropología Social y Cultural
14	Elementos de Economía y Concepciones del Desarrollo	Economía Política
15	Psicología y Comunicación	Teorías del Sujeto y la Subjetividad
16	Taller de Expresión I	Taller de Escritura
17	Taller de Expresión II (Audiovisual)	Taller Audiovisual + Taller de Realización Audiovisual
18	Taller de Expresión III	Taller de Redacción y Géneros Periodísticos + Si el estudiante optó por la cátedra de Ma. Rosa Gómez (Radio) también se le reconoce como Taller de Realización Radial (del recorrido aplicado). Si el estudiante optó por la cátedra de Jorge Gómez (TV) también se le reconoce como Taller de Realización Audiovisual TV (del recorrido aplicado)
19	Taller de Radiofónica (Radio)	Taller Radial
20	Taller de Comunicación Comunitaria	Intervención y comunicación: Teorías y Metodología + PP1
21	Taller de Comunicación Publicitaria	Planificación y Gestión de Emprendimientos Comunicacionales (Cátedra Rosenthal)
22	Taller de Comunicación Periodística	Taller de Realización Gráfica
23	Taller de Introducción a la Informática, la telemática y el procesamiento de datos.	Si cursó con Cátedra Piscitelli se reconoce como Taller de Tecnologías Digitales (Transversal) Si cursó con Cátedra Becerra se reconoce como

		Políticas de la Convergencia
24	Seminario de Cultura Popular y Cultura Masiva	Cultura Popular y Cultura Masiva
25	Seminario de Informática y Sociedad	Técnica, cultura y Sociedad
26	Seminario de Diseño Gráfico y Publicidad	Cuerpo, Imagen y Sentido
27	Teorías sobre el Periodismo	Periodismo, Política y Sociedad
28	Planificación de la Actividad Periodística I	Planificación y Gestión de Emprendimientos Comunicacionales
29	Planificación de la Actividad Periodística II	La narración en la cultura audiovisual
30	Diseño de la Información Periodística	Periodismo, política y Sociedad
31	Historia del Arte y su relación con los Medios masivos de Comunicación	Historia del Arte
32	TAO en Periodismo	Taller de Investigación periodística + PP 1 y 2.
33	Teorías del Estado y la Planificación	Estado, democracia y políticas de comunicación
34	Metodología del Planeamiento en Comunicación	Planificación en Comunicación
35	Legislación Comparada	Legislación Comparada
36	Teorías del estado y la Planificación II	No se dicta.
37	Planificación en Informática y Telecomunicaciones	No se dicta.
38	Política Internacional en Comunicaciones	No se dicta.
39	Economía de la Información	Economía de la Información

40	TAO en Políticas y Planificación	Diseño estratégico de la comunicación en Políticas Públicas + PP1 y 2
41	Comunicación y Educación	Problemáticas de la educación y la cultura
43	Sociología de la Educación	Seminario Optativo
44	Tecnologías educativas	Tecnologías educativas (SI cursó Landau) Y Pantallas, cultura y educación en la era digital (Si curso Levis)
45	Historia de la Educación Argentina	No se dicta.
46	Análisis Institucional	Procesos organizacionales y comunicación
47	Técnicas de la actividad grupal	Teorías y Técnicas de Grupos
48	TAO en Comunicación y Procesos Educativos	Prácticas comunicacionales en entornos educativos + PP1 y 2
49	Comercialización	Comercialización
50	Campañas Publicitarias	Taller de TIF en Producción Publicitaria
51	Planificación de Medios	Planificación de Medios
52	Técnicas de Investigación de Opinión Pública y Mercado	Técnicas de la investigación, opinión pública y mercado
53	TAO en Opinión Pública y Publicidad	Creatividad Publicitaria + PP1 y 2
54	Promoción de las Actividades Comunitarias	Investigación acción socio comunitaria
55	TAO en Comunicación y Promoción Comunitaria	Comunicación y Cultura Comunitaria + PP2
	Seminarios optativos	Seminarios Optativos

	Idioma		Idioma
--	--------	--	--------

Asignaturas (nuevas puras) (que no entran en la convalidación)

Comunicación institucional y corporativa

Comunicación y Sistemas Productivos

Editorialidad y Estrategias de comunicación

Elementos y Estructuras de la Expresión Audiovisual

Taller de Comunicación Transmedia

Introducción a las perspectivas de investigación comunicacional

Teoría Social y problemas de la Comunicación

Economía de la Información y Política de medios

Estudios culturales

Análisis de discursos y semiótica de redes

Espacio público y opinión.

Públicos y recepción

Historiografía de la comunicación

Estética y Comunicación

Gestión Integral de Medios Populares, Comunitarios y Alternativos

Políticas Culturales

Técnicas de recolección de datos.

Diseño y comunicación

Abordaje comunicacional/cultural de la acción colectiva

Abordajes epistemológicos latinoamericanos

Gestión Integral de Marcas.

Emprendimientos comunicacionales cooperativos y autogestivos

Taller de Trabajo Integrador Final

n) Requerimientos para mantener la regularidad en la carrera

Para conservar la regularidad se dispone la misma reglamentación que establece el Reglamento Académica de la Facultad de Ciencias Sociales (Artículo 16 – Artículo 29)