

RESOLUCIÓN

Número:

Referencia: EX-2020-02166494- -UBA-DME#SAHDU_FSOC - Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

VISTO

La Resolución (CD) N° 4020/17 de la Facultad de Ciencias Sociales por la que solicita la aprobación de la modificación del plan de estudios de la Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación y,

CONSIDERANDO

Que por Resolución (CS) N° 440/90 se aprobó el plan de estudios de la carrera mencionada y se modificó por Resolución (CS) N° 2344/99.

Que la Resolución elevada por la Facultad cumple con las normas reglamentarias encuadradas en el Capítulo A CÓDIGO.UBA I-18.

Lo dispuesto por el artículo 98 inciso e) del Estatuto Universitario.

Lo aconsejado por la Comisión de Enseñanza y Presupuesto.

Lo dispuesto por este Consejo Superior en su sesión del día 26 de abril de 2023.

Por ello, y en uso de sus atribuciones

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Aprobar la modificación del plan de estudios de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales.

ARTÍCULO 2º.- Aprobar el texto ordenado de la carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la forma en que se detalla en el Anexo (ACS-2023-104-UBA-SG#REC) de la presente Resolución.

ARTÍCULO 3º.- Regístrese, comuníquese a la Unidad Académica interviniente, a la Secretaría de Asuntos Académicos, al Programa de Orientación al Estudiante y a las Direcciones Generales de Títulos y Planes y de Información Académica y Estadística Universitaria. Cumplido, archívese.

Digitally signed by ALFONSIN Juan
Date: 2023.04.26 17:31:13 ART
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by GELPI Ricardo Jorge
Date: 2023.04.27 11:08:36 ART
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires



ANEXO
PLAN DE ESTUDIOS DE LA CARRERA DE
LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

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.

Esta experiencia se recuperó en otras jornadas académico - curriculares en 2004. En octubre de ese mismo año se aprobó el Profesorado en Enseñanza Media y Superior en Ciencias de la Comunicación Social. Al año siguiente se modificó la extensión de la regularidad de los Talleres Anuales de las Orientaciones (Res. (CD) 4228/05) y las correlatividades del Taller de Expresión 3.

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

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)



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, 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

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



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 (espaciolareformadelplan.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 Pre-Profesionales. 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.

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 la 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 Ciencias 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 currículum 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 descriptas 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 interdisciplinaria 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.

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 pre-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 configuran distintos recorridos curriculares: investigación, intervención y producción. Las prácticas Pre-Profesionales del ciclo inicial como del orientado, y las asignaturas específicas se constituyen en espacios formativos que funcionan como articuladores de los tres perfiles propuestos.



d) PERFIL DEL GRADUADO

La Carrera forma graduados capaces de intervenir en materia comunicacional en ámbitos tales como los medios de comunicación, el campo científico-académico, las organizaciones educativas, sociales y comunitarias, el sistema productivo y el ámbito público estatal, entre otros.

Provee herramientas para la producción de contenidos en diferentes lenguajes y soportes y con fines diversos (informativos, educativos, incidencia, participación social, publicitarios, académico-científicos).

Brinda elementos para que los graduados planifiquen, desarrollen, gestionen, administren y evalúen medios de comunicación, políticas públicas, espacios institucionales y educativos a través de campañas, productos, procesos comunicacionales.

Asimismo, promueve competencias para el diseño y ejecución de investigaciones aplicadas en diferentes contextos y según diversos objetivos.

e) ALCANCES

El Consejo Superior de la UBA, a instancias de la Carrera de Comunicación, definió en el año 2006 mediante la Resolución N° 634/06 una serie de incumbencias profesionales³ que se constituyeron en el punto de partida para la reformulación que se detalla a continuación:

1. Planificar, gestionar y evaluar políticas, campañas, productos, procesos y estrategias de comunicación en diferentes ámbitos, escalas y con diversos fines.
2. Planificar y asesorar acerca de los sistemas, modelos y procesos comunicacionales y los medios de comunicación social.
3. Realizar productos y elaborar contenidos en los diferentes lenguajes, soportes y medios y/o facilitar su producción grupal/colectiva, con fines informativos, periodísticos, educativos, de incidencia, participación social, publicitarios, entretenimiento y ficción, entre otros.
4. Diseñar propuestas de educación en medios y participar en el desarrollo de materiales y recursos educativos.
5. Asesorar en el desarrollo de capacidades de comunicación, diálogo y concertación en organizaciones e instituciones.
6. Proyectar, coordinar, desarrollar y evaluar investigaciones sobre las diversas formas de producción, circulación y recepción social de sentidos, la economía política del sistema de

³ Las incumbencias profesionales definidas en el 2006 fueron:

- i. 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.
- ii. Asesorar acerca de los sistemas, modelos y procesos comunicacionales, los medios de comunicación social y la estructura, organización y significado de los diversos mensajes.
 - iii. Diseñar modelos de comunicación social y planificar, implementar y evaluar sistemas comunicacionales.
 - iv. Producir, elaborar, interpretar y evaluar mensajes y discursos.
 - v. Efectuar diagnósticos comunicacionales en medios masivos, grupos e instituciones.
 - vi. Planificar, implementar y evaluar campañas comunicacionales.
 - vii. Realizar arbitrajes y peritajes relacionados con los sistemas y modelos comunicacionales y la contextualidad de los mensajes.



medios, y la incidencia de procesos comunicacionales en la constitución de las subjetividades y las identidades.

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 6 son obligatorias, 26 electivas y 2 optativas. El Ciclo Básico Común (CBC) se compone de 6 materias obligatorias. 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 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 pre-profesionales en la formación en todo el recorrido curricular y talleres de trabajo integrador final.

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.



Prácticas Pre-Profesionales en la Formación:⁴ Además de las asignaturas, se incorporan al Plan de Estudios Prácticas Pre-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 Pre-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 objetivos⁵. Se proponen 2 tipos de Prácticas Pre-Profesionales: iniciales (PP1) y orientadas (PP2).

f.1) Estructura curricular:

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 Pre-Profesional en la Formación que se desarrolla en dos niveles (PP1, PP2), y el requisito de un idioma (tres niveles) a elegir entre portugués, inglés, italiano, alemán y francés.

Ciclo Básico Común

El Ciclo Básico Común estará compuesto por seis asignaturas obligatorias.

Ciclo inicial

Este ciclo se estructura en 4 áreas temáticas y la Práctica Pre-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 de otras Ciencias Sociales y el Área de Seminarios sobre Problemas del Campo Comunicacional.

Área de Materias del Campo Comunicacional: está compuesta por 9 asignaturas obligatorias.

Área de Talleres de la Práctica Comunicacional: está compuesta por 4 talleres obligatorios.

⁴ Las Prácticas Sociales Educativas se encuadran en la Resolución CS 520/2010 y la 3653/2011. Disponible en las siguientes direcciones electrónicas respectivamente: http://www.uba.ar/archivos_uba/2010-05-26_520.pdf; http://www.uba.ar/archivos_uba/2011-11-23_res%203653.pdf

⁵ 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).



Área de las Materias del Campo de las Ciencias Sociales: está compuesta por 5 asignaturas de las cuales cada estudiante debe aprobar al menos 3.

Área de los Seminarios sobre Problemas del Campo Comunicacional: está compuesto por 3 asignaturas de las cuales cada estudiante debe aprobar al menos 2.

La Práctica Pre-Profesional en la Formación (nivel 1) consiste en una 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 2 materias del Área de los Talleres de la Práctica Comunicacional; y 4 materias de las otras Áreas del Ciclo Inicial debiendo ser al menos 2 materias del Campo Comunicacional.

De las 21 asignaturas del Ciclo Inicial deben aprobarse al menos 18 según el régimen de obligatoriedad y electividad de cada una de las áreas temáticas, a los que se suman la Práctica Pre-Profesional en la Formación (nivel 1).

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 específicas, Seminarios Optativos, Taller de Trabajo Integrador Final y la Práctica Pre-profesional (Nivel 2).

Las Asignaturas Introdutorias son aproximaciones teórico metodológicas a los objetos y contextos de actuación profesional/académica de ese Ciclo Orientado. Para ingresar a este ciclo se necesitan al menos 10 materias y 2 talleres del ciclo inicial incluyendo la práctica pre-profesional inicial. Entre las asignaturas introductorias de cada Ciclo Orientado existen tres materias que pueden ser cursadas por las tres áreas: Estado, Democracia y Políticas de la Comunicación (CO Intervención), Técnicas de la Investigación y Opinión Pública (CO Producción), Políticas de la Convergencia (CO Investigación).



Las Asignaturas del Recorrido Aplicado desarrollan conocimientos y habilidades específicos de ese perfil académico/profesional. Se requieren 2 materias de las Asignaturas Introdutorias del mismo Ciclo Orientado para cursar asignaturas del Recorrido Aplicado.

Las Asignaturas Específicas amplían y profundizan las trayectorias y favorecen el diálogo entre los distintos perfiles. Se requieren 3 materias del recorrido aplicado para cursar una Asignatura Específica.

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. Se ofertan una vez al año en el 1er., 2do cuatrimestre o curso de verano. Deben aprobarse 2 materias. Se requiere haber aprobado 3 materias del recorrido aplicado para cursar un Seminario Optativo. 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 60 hs. por cuatrimestre. Se requieren al menos 3 materias entre Asignaturas Específicas y/o Seminarios Ad Hoc para cursar el Taller.

La Práctica Pre-Profesional en la Formación del Ciclo Orientado está vinculado al desarrollo de saberes específicos del perfil de egreso. El nivel 2 consiste en el desempeño profesional en condiciones de práctica asistida e implica una carga horaria de 60 hs. Las actividades son propuestas y tutoradas por las cátedras de cada Ciclo Orientado y para estudiantes de ese ciclo. Para cursar la Práctica Pre-Profesional en la Formación Orientada es necesario haber obtenido 2 materias de las Asignaturas Introdutorias correspondientes al mismo Ciclo Orientado.

Trabajo Integrador Final: Cada estudiante deberá presentar un Trabajo Integrador Final tras haber aprobado el Taller de Trabajo Integrador Final y aprobado todas las asignaturas más las Prácticas.

Ciclo Orientado en Intervención:

- Asignaturas Introdutorias: en esta área se proponen 5 materias de las cuales deben aprobarse 3.
- Asignaturas del Recorrido Aplicado: se proponen 5 materias, de las cuales deben aprobarse 4.
- Asignaturas específicas: se proponen 3 materias, de las cuales deben aprobarse 2.
- Práctica profesional en la formación orientada nivel 2
- Seminarios ad hoc. Deben aprobarse 2



- Taller de trabajo integrador final
- Trabajo integrador final

Ciclo Orientado en Investigación:

- Asignaturas Introdutorias: en esta área se proponen 4 materias de las cuales deben aprobarse 3.
- Asignaturas del Recorrido Aplicado: se proponen 7 materias de las cuales deben aprobarse 4.
- Asignaturas específicas: se proponen 3 materias, de las cuales deben aprobarse 2.
- Práctica profesional en la formación orientada nivel 2
- Seminarios ad hoc. Deben aprobarse 2
- Taller de trabajo integrador final
- Trabajo integrador final

Ciclo Orientado en Producción:

- Asignaturas Introdutorias: en esta área se proponen 4 materias de las cuales deben aprobarse 3.
- Asignaturas del Recorrido Aplicado: se proponen 8 materias de las cuales deben aprobarse 4.
- Asignaturas específicas: se proponen 4 materias, de las cuales deben aprobarse 2.
- Práctica profesional en la formación orientada nivel 2
- Seminarios ad hoc. Deben aprobarse 2
- Taller de trabajo integrador final
- Trabajo integrador final

CBC
ASIGNATURAS OBLIGATORIAS
Introducción al Conocimiento de la Sociedad y el Estado
Introducción al Pensamiento Científico
Semiología
Sociología
Psicología
Economía



CICLO INICIAL (CI)				
ÁREA COMUNICACIONAL 9 MATERIAS. DEBEN APROBARSE 9.	ÁREA PRÁCTICA COMUNICACIONAL 4 TALLERES. DEBEN APROBARSE 4.	ÁREA CIENCIAS SOCIALES 5 MATERIAS. DEBEN APROBARSE 3.	ÁREA PROBLEMAS DEL CAMPO COMUNICACIONAL . DEBEN APROBARSE 2.	PRÁCTICA PROFESIONAL INICIAL se requiere haber aprobado 2 materias del Área de los Talleres de la Práctica Comunicacional; y 4 materias de las otras Áreas del CI.
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	Taller Audiovisual	Economía Política		
Historia de los Medios		Antropología y Comunicación		
Derecho a la Comunicación				
La Investigación en Comunicación				
Políticas Públicas de Comunicación				
Semiótica de los medios				



CICLO ORIENTADO					
SE DEBE OPTAR POR UNO DE LOS TRES (PARA INGRESAR A ESTE CICLO SE NECESITAN AL MENOS 10 MATERIAS APROBADAS Y 2 TALLERES APROBADOS DEL CICLO INICIAL INCLUYENDO LA PRÁCTICA PRE-PROFESIONAL INICIAL)					
CO EN INTERVENCIÓN		CO EN PRODUCCIÓN		CO EN INVESTIGACIÓN	
ASIGNATURAS INTRODUCTORIAS 5 MATERIAS. DEBEN APROBARSE 3.	ASIGNATURAS DEL RECORRIDO APLICADO 5 MATERIAS. DEBEN APROBARSE 4 (**)	ASIGNATURAS INTRODUCTORIAS 4 MATERIAS. DEBEN APROBARSE 3.	ASIGNATURAS DEL RECORRIDO APLICADO 8 MATERIAS. DEBEN APROBARSE 4 (**)	ASIGNATURAS INTRODUCTORIAS 4 MATERIAS. DEBEN APROBARSE 3 MATERIAS.	ASIGNATURAS DEL RECORRIDO APLICADO 7 MATERIAS. DEBEN APROBARSE 4 (**)
Estado, Democracia y Políticas de Comunicación (*)	Comunicación Institucional y Corporativa	Técnicas de la Investigación en Opinión Pública (*)	Taller de Realización Gráfica	Políticas de la Convergencia (*)	Procesos Culturales
Procesos Organizacionales y 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	Discursos y Semiótica de Redes
Planificación en Comunicación	Medios de comunicación comunitarios, populares y alternativos	Elementos y Estructuras de la Expresión Audiovisual	Taller de Realización Audiovisual	Epistemología de la Comunicación	Economía Política de la Comunicación
Comunicación, educación y cultura.	Comunicación y cultura Comunitaria	Editorialidad y Estrategias de Comunicación	Taller de Investigación Periodística	Psicología y Comunicación	Espacio Público y Opinión
Intervención social y Comunicación	Prácticas comunicacionales en entornos educativos		Taller de Comunicación Transmedia		Estética y Comunicación
			Comercialización		Audiencias y Recepción
			Planificación de Medios		Políticas Culturales
			Creatividad Publicitaria		



Asignaturas específicas CO Intervención (***)	Asignaturas específicas CO Producción (***)	Asignaturas específicas CO Investigación (***)
Tecnologías educativas	Periodismo, política y sociedad	Pantallas, cultura y educación en la era digital
Legislación comparada	Diseño y comunicación	Historia del arte y su relación con los medios masivos de comunicación
Investigación-acción socio-comunitaria	Campañas Publicitarias	Políticas internacionales de Comunicación
	La narración en la cultura audiovisual	
PRÁCTICA PROFESIONAL EN LA FORMACIÓN ORIENTADA NIVEL 2		
SEMINARIOS AD HOC. DEBEN APROBARSE 2		
TALLER DE TRABAJO INTEGRADOR FINAL		
TRABAJO INTEGRADOR FINAL		
IDIOMA (3 NIVELES)		

(*) Estas materias podrán ser cursadas por los estudiantes de cualquiera de los ciclos orientados.

(**) Los estudiantes podrán optar por cursar una asignatura del Recorrido Aplicado de otro Ciclo Orientado.

(***) Los estudiantes podrán optar por cursar una asignatura específica de otro Ciclo Orientado.

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, haber aprobado 18 asignaturas más la PP1 del Ciclo Inicial según el régimen de obligatoriedad y electividad de cada área, a saber: 9 asignaturas Área de Asignaturas del Campo Comunicacional, 4 talleres del Área de Talleres de la Práctica Comunicacional, 3 materias Área de Asignaturas de otras Ciencias Sociales, 2 Seminarios sobre Problemas del Campo Comunicacional y la Práctica Pre-Profesional en la Formación inicial.

Asimismo, deberá aprobar 12 materias del Ciclo Orientado siendo 3 materias del Área de Asignaturas Introdutorias, 4 del Recorrido Aplicado, 2 del Área de Materias Específicas, 2 correspondientes a los Seminarios Ad Hoc, y el Taller de Trabajo Integrador Final. Además deberá aprobar la Práctica Pre-Profesional en la Formación y el 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 Pre-Profesionales en la Formación.



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, 19 en el Ciclo Inicial, 13 en el Ciclo Orientado. 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)⁶.

i) CARGA HORARIA DE CADA ASIGNATURA

CICLO BÁSICO COMÚN

ASIGNATURAS	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL
Introducción al Conocimiento de la Sociedad y el Estado	4	64
Introducción al Conocimiento Científico	4	64
Semiología	4	64
Sociología	4	64
Economía	4	64
Psicología	4	64
Total	24	384

CICLO INICIAL

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

⁶ Sin contar el requisito de los 3 niveles de idiomas.



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

ÁREA CIENCIAS SOCIALES		
ASIGNATURAS	CARGA HORARIA SEMANA L	CARGA HORARIA TOTAL
Metodologías y Técnicas de la Investigación Social	4	60
Historia Social General	4	60
Historia Social Argentina y Latinoamericana	4	60
Economía Política	4	60
Antropología y Comunicación	4	60
Total	20	300
Deben Cursarse	12	180

PROBLEMÁTICA DEL CAMPO COMUNICACIONAL		
SEMINARIOS	CARGA HORARIA SEMANA L	CARGA HORARIA TOTAL
Cultura Popular y Cultura de Masas	4	60
Técnica, Cultura y Sociedad	4	60
Cuerpo, Imagen y Sentido	4	60
Total	12	180
Deben Cursarse	8	120



PRÁCTICA PRE-PROFESIONAL INICIAL		
PRIMER NIVEL	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL
Práctica Profesional I	3	45

	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL
Total del Ciclo Inicial	95	1420
Deben cursarse	83	1245

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

CICLO ORIENTADO EN INTERVENCIÓN

ASIGNATURAS INTRODUCTORIAS	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL
Estado, Democracia y Políticas de Comunicación	4	60
Procesos Organizacionales y Comunicación	4	60
Planificación en Comunicación	4	60
Comunicación, Educación y Cultura	4	60
Intervención social y Comunicación	4	60
Total	20	300
Deben Cursarse	12	180

ASIGNATURAS DEL RECORRIDO APLICADO (**)	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL
Comunicación Institucional y Corporativa	6	90
Diseño Estratégico de la Comunicación en Políticas Públicas	6	90
Medios de Comunicación Comunitarios, Populares y Alternativos	6	90
Comunicación y Cultura Comunitaria	6	90
Prácticas Comunicacionales en Entornos Educativos	6	90
Total	30	450
Deben Cursarse	24	360



ASIGNATURAS ESPECÍFICAS INTERVENCIÓN (***)	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL
Tecnologías educativas	4	60
Investigación-acción socio-comunitaria	4	60
Legislación comparada	4	60
Total	12	180
Deben cursarse	8	120

(**) Los estudiantes pueden optar por cursar una asignatura del Recorrido Aplicado de otro Ciclo Orientado.

(***) Los estudiantes pueden optar por cursar una asignatura específica de otro Ciclo Orientado.

PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES EN LA FORMACIÓN ORIENTADAS EN INTERVENCIÓN		
	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL
Prácticas Pre-Profesionales II	4	60
Deben cursarse	4	60

CICLO ORIENTADO EN PRODUCCIÓN

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

ASIGNATURAS DEL RECORRIDO APLICADO (**)	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL
Taller de Realización Gráfica	6	90
Taller de Realización Radial	6	90
Taller de Realización Audiovisual	6	90
Taller de Investigación Periodística	6	90
Taller de Comunicación Transmedia	6	90



ASIGNATURAS DEL RECORRIDO APLICADO (**)	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL
Comercialización	6	90
Planificación de Medios	6	90
Creatividad Publicitaria	6	90
Total	48	720
Deben cursarse	24	360

ASIGNATURAS ESPECÍFICAS PRODUCCIÓN (***)	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL
Periodismo, política y sociedad	4	60
Diseño y comunicación	4	60
Campañas Publicitarias	4	60
La narración en la cultura audiovisual	4	60
Total	16	240
Deben cursarse	8	120

(**) Los estudiantes pueden optar por cursar una asignatura del Recorrido Aplicado de otro Ciclo Orientado.

(***) Los estudiantes pueden optar por cursar una asignatura específica de otro Ciclo Orientado.

PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES EN LA FORMACIÓN ORIENTADAS EN PRODUCCIÓN		
	CARGA HORARIA SEMANA L	CARGA HORARIA TOTAL
Prácticas Pre-Profesionales II	4	60
Deben cursarse	4	60

CICLO ORIENTADO EN INVESTIGACIÓN

ASIGNATURAS INTRODUCTORIAS	CARGA HORARIA SEMANA L	CARGA HORARIA TOTAL
Políticas de la Convergencia	4	60
Teoría Social y Problemas de la Comunicación	4	60
Epistemología de la Comunicación	4	60
Psicología y Comunicación	4	60
Total	16	240
Deben cursarse	12	180



ASIGNATURAS DEL RECORRIDO APLICADO (**)	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL
Procesos Culturales	6	90
Discursos y Semiótica de Redes	6	90
Economía Política de la Comunicación	6	90
Espacio Público y Opinión	6	90
Estética y Comunicación	6	90
Audiencias y Recepción	6	90
Políticas Culturales	6	90
Total	42	630
Deben cursarse	24	360

ASIGNATURAS ESPECÍFICAS INVESTIGACIÓN (***)	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL
Historia del arte y su relación con los medios masivos de comunicación	4	60
Políticas internacionales de Comunicación	4	60
Pantallas, cultura y educación en la era digital	4	60
Total	12	180
Deben cursarse	8	120

(**) Los estudiantes pueden optar por cursar una asignatura del Recorrido Aplicado de otro Ciclo Orientado.

(***) Los estudiantes pueden optar por cursar una asignatura específica de otro Ciclo Orientado.

PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES EN LA FORMACIÓN ORIENTADAS EN INVESTIGACIÓN		
	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL
Prácticas Pre-Profesionales II	4	60
Deberán cursarse	4	60

SEMINARIOS Y TIF DE FINALIZACIÓN DEL CICLO ORIENTADO

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



	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL
TALLER DEL TRABAJO INTEGRADOR FINAL	4	60
TRABAJO INTEGRADOR FINAL	6	90
TOTAL	10	150

	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL
TOTAL DEL CICLO ORIENTADO QUE DEBEN CURSARSE	66	990

	CARGA HORARIA DEL PLAN POR CICLOS
C.B.C	384
CICLO INICIAL	1245
CICLO ORIENTADO	990
TOTAL	2619

j) RÉGIMEN DE CORRELATIVIDADES DE LAS ASIGNATURAS

CICLO BÁSICO COMÚN

CBC	
ASIGNATURAS	CORRELATIVIDAD
Introducción al Conocimiento de la Sociedad y el Estado	NO POSEE
Introducción al Conocimiento Científico	NO POSEE
Semiología	NO POSEE
Sociología	NO POSEE
Economía	NO POSEE
Psicología	NO POSEE



CICLO INICIAL

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

PRÁCTICA COMUNICACIONAL	
TALLERES	CORRELATIVIDAD
Taller de Escritura	CBC
Taller de Redacción y Géneros Periodísticos	CBC
Taller Radial	CBC
Taller Audiovisual	CBC

ÁREA CIENCIAS SOCIALES	
ASIGNATURAS	CORRELATIVIDAD
Metodologías y Técnicas de la Investigación Social	CBC
Historia Social General	CBC
Historia Social Argentina y Latinoamericana	CBC
Economía Política	CBC
Antropología y Comunicación	CBC

PROBLEMÁTICA DEL CAMPO COMUNICACIONAL	
SEMINARIOS	CORRELATIVIDAD
Cultura Popular y Cultura de Masas	7 materias aprobadas y 1 taller del Ciclo Inicial.
Técnica, Cultura y Sociedad	
Cuerpo, Imagen y Sentido	



PRÁCTICA PROFESIONAL INICIAL	
PRIMER NIVEL	CORRELATIVIDAD
Práctica Pre-Profesional I	Se requiere haber aprobado 2 materias del Área de los Talleres de la Práctica Comunicacional; y 4 materias de las otras Áreas del Ciclo Inicial debiendo ser al menos 2 materias del Campo Comunicacional. .

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

CICLO ORIENTADO EN INTERVENCIÓN

ASIGNATURAS INTRODUCTORIAS	CORRELATIVIDAD
Estado, Democracia y Políticas de Comunicación	Se necesitan al menos 10 materias aprobadas y 2 talleres aprobados del ciclo inicial incluyendo la práctica pre-profesional inicial
Procesos Organizacionales y Comunicación	
Planificación en Comunicación	
Comunicación, Educación y Cultura	
Intervención Social y Comunicación	

ASIGNATURAS DEL RECORRIDO APLICADO	CORRELATIVIDAD
Comunicación Institucional y Corporativa	Se requieren 2 materias aprobadas de las Asignaturas Introdutorias del mismo Ciclo Orientado
Diseño Estratégico de la Comunicación en Políticas Públicas	
Medios de Comunicación Comunitarios, Populares y Alternativos	
Comunicación y Cultura Comunitaria	
Prácticas Comunicacionales en Entornos Educativos	



ASIGNATURAS ESPECÍFICAS INTERVENCIÓN	CORRELATIVIDAD
Tecnologías educativas	Se requieren 3 materias aprobadas del recorrido aplicado para cursar una Asignatura Específica.
Investigación-acción socio-comunitaria	
Legislación comparada	

PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES EN LA FORMACIÓN ORIENTADAS	CORRELATIVIDAD
Prácticas Pre-Profesionales II	Se requiere 2 materias aprobadas de las Asignaturas Introdutorias del Ciclo Orientado

CICLO ORIENTADO EN PRODUCCIÓN

ASIGNATURAS INTRODUCTORIAS	CORRELATIVIDAD
Editorialidad y Estrategias de Comunicación	Se necesitan al menos 10 materias aprobadas y 2 talleres aprobados del ciclo inicial incluyendo la práctica pre-profesional inicial
Planificación y Gestión de Emprendimientos Comunicacionales	
Elementos y Estructuras de la Expresión Audiovisual	
Técnicas de Investigación en Opinión Pública	

ASIGNATURAS DEL RECORRIDO APLICADO	CORRELATIVIDAD
Taller de Realización Gráfica	Se requieren 2 materias aprobadas de las Asignaturas Introdutorias del mismo Ciclo Orientado
Taller de Realización Radial	
Taller de Realización Audiovisual	
Taller de Investigación Periodística	
Taller de Comunicación Transmedia	
Comercialización	
Planificación de Medios	
Creatividad Publicitaria	



ASIGNATURAS ESPECÍFICAS PRODUCCIÓN	CORRELATIVIDAD
Periodismo, política y sociedad	Se requieren 3 materias aprobadas del recorrido aplicado para cursar una Asignatura Específica.
Diseño y comunicación	
Campañas Publicitarias	
La narración en la cultura audiovisual	

PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES EN LA FORMACIÓN ORIENTADAS	CORRELATIVIDAD
Prácticas Pre-Profesionales II	Se requiere 2 materias aprobadas de las Asignaturas Introdutorias del Ciclo Orientado

CICLO ORIENTADO EN INVESTIGACIÓN

ASIGNATURAS INTRODUCTORIAS	CORRELATIVIDAD
Políticas de la Convergencia	Se necesitan al menos 10 materias aprobadas y 2 talleres aprobados del ciclo inicial incluyendo la práctica pre-profesional inicial
Teoría Social y Problemas de la Comunicación	
Epistemología de la Comunicación	
Psicología y Comunicación	

ASIGNATURAS DEL RECORRIDO APLICADO	CORRELATIVIDAD
Procesos Culturales	Se requieren 2 materias aprobadas de las Asignaturas Introdutorias del mismo Ciclo Orientado
Discursos y Semiótica de Redes	
Economía Política de la Comunicación	
Espacio Público y Opinión	
Estética y Comunicación	
Audiencias y Recepción	
Políticas Culturales	



ASIGNATURAS ESPECÍFICAS INVESTIGACIÓN	CORRELATIVIDAD
Historia del arte y su relación con los medios masivos de comunicación	Se requieren 3 materias aprobadas del recorrido aplicado para cursar una Asignatura Específica.
Políticas internacionales de Comunicación	
Pantallas, cultura y educación en la era digital	

PRÁCTICAS PRE-PROFESIONALES EN LA FORMACIÓN ORIENTADAS	CORRELATIVIDAD
Prácticas Pre-Profesionales II	Se requiere 2 materias aprobadas de las Asignaturas Introdutorias del Ciclo Orientado

SEMINARIOS OPTATIVOS	CORRELATIVIDAD
Seminarios Ad Hoc	Se requiere haber aprobado 3 materias del recorrido aplicado para cursar un Seminario Optativo
Seminarios Ad Hoc	

	CORRELATIVIDAD
TALLER DEL TRABAJO INTEGRADOR FINAL	Se requieren al menos 3 materias aprobadas entre Asignaturas Específicas y/o Seminarios Ad Hoc
TRABAJO INTEGRADOR FINAL	Todas las materias del Ciclo Inicial y del Ciclo Orientado aprobadas. Esto incluye las Prácticas Pre Profesionales 1 y 2. Además debe haber aprobado el requisito idioma



k) CAMBIO DE DENOMINACIÓN DE ASIGNATURAS

Las siguientes asignaturas previstas en el Plan 440/90 y en dictado permanente desde la creación de la Carrera cambiarían su denominación. Ello implicaría la continuidad de equipos, cargos, dedicaciones y responsabilidades, sin suponer creación de nuevas asignaturas.

	Denominación Plan Res. 440/90	Denominación en Nuevo Plan
1	Teorías y Practicas de la Comunicación I	Teorías de la Comunicación
2	Teorías y Practicas de la Comunicación II	Comunicación y Cultura
3	Semiótica I (De los Géneros Contemporáneos)	Semiótica
4	Semiótica II (De los medios)	Semiótica de los medios
5	Historia General de los Medios y Sistemas de Comunicación	Historia de los Medios
6	Derecho a la Información	Derecho a la Comunicación
7	Teorías y Prácticas de la Comunicación III	La investigación en Comunicación
8	Políticas y Planificación de la Comunicación	Políticas Públicas de la Comunicación
9	Historia Social General I	Historia Social General
10	Historia Social Argentina y Latinoamericana II	Historia Social Argentina y Latinoamericana
11	Antropología Social y Cultural	Antropología y Comunicación
12	Elementos de Economía y Concepciones del Desarrollo	Economía Política
13	Taller de Expresión I	Taller de Escritura
14	Taller de Expresión II (Audiovisual)	Taller Audiovisual
15	Taller de Expresión III	Taller de Redacción y Géneros Periodísticos
16	Taller de Radiofónica (Radio)	Taller Radial
17	Taller de Comunicación Comunitaria	Intervención Social y comunicación
18	Taller de Comunicación Publicitaria	Planificación y Gestión de Emprendimientos Comunicacionales
19	Taller de Comunicación Periodística	Taller de Realización Gráfica
20	Taller de Introducción a la Informática, la telemática y el procesamiento de datos.	Políticas de la Convergencia
21	Seminario de Cultura Popular y Cultura Masiva	Cultura Popular y Cultura de masas
22	Seminario de Informática y Sociedad	Técnica, cultura y Sociedad
23	Seminario de Diseño Gráfico y Publicidad	Cuerpo, Imagen y Sentido
24	Teorías sobre el Periodismo	Periodismo, Política y Sociedad
25	Planificación de la Actividad Periodística II	La narración en la cultura audiovisual



	Denominación Plan Res. 440/90	Denominación en Nuevo Plan
26	Diseño de la Información Periodística	Editorialidad y Estrategias de comunicación
27	Teorías del Estado y la Planificación	Estado, democracia y políticas de comunicación
28	Metodología del Planeamiento en Comunicación	Planificación en Comunicación
29	Economía de la Información	Economía política de la comunicación
30	Comunicación y Educación	Comunicación, educación y cultura
31	Análisis Institucional	Comunicación Institucional y Corporativa
32	Técnicas de Investigación de Opinión Pública y Mercado	Técnicas de la investigación en opinión pública
33	Promoción de las Actividades Comunitarias	Investigación-acción socio-comunitaria
34	Taller Anual de la Orientación de Políticas y Planificación de la Comunicación	Diseño Estratégico de la Comunicación en Políticas Públicas
35	Taller Anual de la Orientación de Comunicación y Procesos Educativos	Prácticas comunicacionales en entornos educativos
36	Taller Anual de la Orientación en Opinión Pública y Publicidad	Creatividad Publicitaria
37	Taller Anual de la Orientación en Comunicación y Promoción Comunitaria	Comunicación y cultura Comunitaria
38	Taller Anual de la Orientación en Periodismo	Taller de Investigación Periodística

I) **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. 4424/16 (C.S)

1. La sociedad: conceptos básicos para su definición y análisis. Sociedad y estratificación social. Orden, cooperación y conflicto en las sociedades contemporáneas. Los actores sociopolíticos y sus organizaciones de representación e interés, como articuladores y canalizadores de demandas. Desigualdad, pobreza y exclusión social. La protesta social. Las innovaciones científicas y tecnológicas, las transformaciones en la cultura, los cambios económicos y sus consecuencias sociopolíticas. La evolución de las sociedades contemporáneas: el impacto de las tecnologías de la información y la comunicación, las



variaciones demográficas y las modificaciones en el mundo del trabajo, la producción y el consumo.

2. El Estado: definiciones y tipos de Estado. Importancia, elementos constitutivos, origen y evolución histórica del Estado. Formación y consolidación del Estado en la Argentina. Estado, nación, representación, ciudadanía y participación política. Estado y régimen político: totalitarismo, autoritarismo y democracia. Las instituciones políticas de la democracia en la Argentina. El Estado en las relaciones internacionales: globalización y procesos de integración regional.

3. Estado y modelos de desarrollo socioeconómico: el papel de las políticas públicas. Políticas públicas en economía, infraestructura, salud, ciencia y técnica, educación, con especial referencia a la universidad.

Introducción al Pensamiento Científico

CONTENIDOS MÍNIMOS: SEGUN RES. Nro. 4425/16 (C.S.)

1. Modos de conocimiento: Conocimiento tácito y explícito. Lenguaje y metalenguaje. Conocimiento de sentido común y conocimiento científico. Conocimiento directo y conocimiento inferencial. Ciencias formales y fácticas, sociales y humanidades. Ciencia y pensamiento crítico. Tipos de enunciados y sus condiciones veritativas. El concepto de demostración. Tipos de argumentos y criterios específicos de evaluación.

2. Historia y estructura institucional de la ciencia: El surgimiento de la ciencia contemporánea a partir de las revoluciones copernicana y darwiniana. Cambios en la visión del mundo y del método científico. Las comunidades científicas y sus cristalizaciones institucionales. Las formas de producción y reproducción del conocimiento científico. Las sociedades científicas, las publicaciones especializadas y las instancias de enseñanza.

3. La contrastación de hipótesis: Tipos de conceptos y enunciados científicos. Conceptos cuantitativos, cualitativos, comparativos. Enunciados generales y singulares. Enunciados probabilísticos. Hipótesis auxiliares, cláusulas ceteris paribus, condiciones iniciales. Asimetría de la contrastación y holismo de la contrastación.

4. Concepciones respecto de la estructura y el cambio de las teorías científicas: Teorías como conjuntos de enunciados. El papel de la observación y la experimentación en la ciencia. Cambios normales y cambios revolucionarios en la ciencia. El problema del criterio de demarcación. El problema del progreso científico. El impacto social y ambiental de la ciencia. Ciencia, tecnología, sociedad y dilemas éticos.

Semiología

CONTENIDOS MÍNIMO: SEGUN RES. Nro 5271/16 (C.S.)

1. Teorías del signo y de los sistemas semióticos. El orden semiótico y el semántico. Semiosis social, modalidad del signo lingüístico: oralidad y escritura. Multimodalidad. Articulación entre lo verbal y lo no verbal. Teorías de la comunicación. Modelos inferenciales, modelos no lineales. Esquema comunicativo y funciones del lenguaje. Competencia lingüística y comunicativa. interacción. influencia social. Negociación e intercambio. Técnicas persuasivas y cambio de actitud.

2. El problema de la enunciación. La construcción discursiva del sujeto. Discurso. Enunciación y enunciado. El vínculo con los otros. Los actos de habla. Dialogicidad. Lo explícito y lo



implícito. Polifonía y heterogeneidades discursivas. Intertextualidad. Los géneros discursivos. Modos de organización textual. Multimedialidad. La narración. La descripción. La argumentación. Perspectiva retórica. Tipos de prueba. Ethos, logos y pathos. La explicación. 3. Discurso, texto, representación. Función epistémica de la escritura. La retórica en el lenguaje verbal y en los lenguajes no verbales. Géneros académicos. La interpretación. Lectura crítica. Modalidades de lectura. Modalidades de construcción del sentido. Sintaxis visual. Diferentes lenguajes. Intermedialidad, transmedialidad. Performance. 4. Mediatización. Semiótica, cultura y sociedad. Discurso, poder e ideología. La construcción mediatizada de la realidad social. La imagen en los medios masivos. Consumos culturales.

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.

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

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 comunicación

Fundamentos de derechos humanos. Fundamentos de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación y la información. Universalidad de sujetos, soportes y mensajes. Tratados de derechos humanos y otras declaraciones y resoluciones internacionales aplicables. Derechos involucrados en las libertades de informar. Reglas constitucionales de derecho a la información, libertad de expresión y prensa. Responsabilidades ulteriores del ejercicio de la libertad de expresión. Regímenes legales, jurisprudencia y doctrina aplicable a la actividad periodística, a los servicios de comunicación audiovisual y al acceso a la información pública. Derecho comparado y supranacional. Supuestos: honor, intimidad, vida privada, género, orden público, seguridad nacional. Libertad de expresión en internet. Libertad de expresión y uso del espacio público. Derecho a la protesta. Introducción a las reglas de propiedad intelectual, derechos de autor. Cuestionamientos a los regímenes en virtud de las NTICS y la sociedad de la información.

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 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.

Semiótica de los medios

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 estilísticas 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. Las 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 postproducción. 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 y Comunicación

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 de masas

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.

CICLOS ORIENTADOS

CICLO ORIENTADO EN INTERVENCIÓN

ASIGNATURAS INTRODUCTORIAS

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.

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.

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.

Comunicación, educación y 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 social y comunicación

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.

Medios de comunicación comunitarios, populares 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".

Comunicación y cultura 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 la 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

Técnicas de la investigación en opinión pública

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.

Planificación y Gestión de emprendimientos Comunicacionales

Periodísticos: 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.

Publicitarios: El discurso publicitario como espacio de producción, circulación y transformación de valores e imaginarios socioculturales. Análisis de los procesos de generación y circulación de estrategias publicitarias, el conocimiento y la puesta en práctica de la lógica de la planificación estratégica, creatividad y producción de las mismas y el abordaje de herramientas básicas para la inserción profesional en la actividad publicitaria.

El producto comunicativo y la globalización. La intersección de contenidos periodísticos y 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.

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 la sociedad civil para la incidencia en los contenidos de los medios.

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

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.

Epistemología de la comunicación

Conocimiento científico y conocimiento cotidiano: validez y verdad; el rol de la universidad. Claves del pensamiento crítico para una nueva epistemología. 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. La decolonialidad como alternativa epistémica. Epistemología de la conciencia histórica o del presente potencial. Filosofía y teología de la liberación. Matrices de pensamiento regionales.

Psicología y Comunicación

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.



ASIGNATURAS DEL RECORRIDO APLICADO

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.

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.

Economía Política de la Comunicación

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.

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.

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.

Audiencias 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.



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.

ASIGNATURAS ESPECÍFICAS DE LOS CICLOS ORIENTADOS

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.

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 reinvencción 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. Principales abordajes teórico-metodológicos de la acción colectiva. 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.



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).

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.

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.

Campañas Publicitarias

Creación y producción de mensajes con fines publicitarios o propagandísticos. Formulación de objetivos, elaboración de “plataformas” y estrategias comunicacionales. Redacción publicitaria para los diversos medios masivos. Guiones y bocetos para TV y cine. Organización comercial en publicidad.



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.

Historia del Arte y su relación con los medios masivos de comunicación

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.

Políticas internacionales de Comunicación

Efecto de los cambios económicos, políticos y culturales ocurridos desde el fin de la Segunda Guerra Mundial hasta la actualidad en el campo de las comunicaciones y la información. Se incorporará, en especial, la consideración de los debates internacionales acerca de las propuestas de reordenamiento informativo y comunicacional. Las políticas reglamentarias y legislativas favorecedoras de la liberalización y la trans-regulación, la tendencia a constituir mercados oligopólicos globales, la actividad de concentraciones horizontales, integraciones verticales y fusiones de los principales grupos de las industrias de las telecomunicaciones, la informática, el audiovisual y la gráfica como lógicas fundamentales en el funcionamiento actual de las actividades de comunicación y cultura. Políticas internacionales de incorporación de nuevas tecnologías, fomento al pluralismo audiovisual, tratamiento de las problemáticas vinculadas a propiedad intelectual y gobernanza global.

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.



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.

m) CARÁCTER DE LAS ASIGNATURAS DENTRO DEL PLAN

En el plan de estudios hay 36 asignaturas cuatrimestrales, de las cuales 19 son obligatorias, 15 electivas, 2 optativas, dos instancias de práctica pre-profesional y un Trabajo Integrador Final. El Ciclo Básico Común (CBC) se compone de 6 materias obligatorias. El Ciclo Inicial y el Ciclo Orientado, en tanto, contienen en total 30 asignaturas cuatrimestrales de las cuales 13 son obligatorias, 15 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. Asimismo el Plan de Estudios posee una estructura curricular mixta integrada por asignaturas disciplinares en articulación con asignaturas contextuales, Seminarios de reflexión sobre problemáticas del campo, talleres de producción, prácticas pre-profesionales en la formación en todo el recorrido curricular y talleres de trabajo integrador final.

n) EL CICLO LECTIVO A PARTIR DEL CUAL TENDRÁ VIGENCIA Y TABLA DE EQUIVALENCIAS

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.

Una vez entrado en vigencia el Plan se establecerá una tabla de equivalencias para los que estén cursando el Plan anterior (Res 440/90) según el siguiente detalle:

	CBC - Plan 1990 (Res. 440/90)	CBC – NUEVO PLAN
1	Introducción al Conocimiento de la Sociedad y el Estado	Introducción al Conocimiento de la Sociedad y el Estado
2	Introducción al Pensamiento Científico	Introducción al Pensamiento Científico
3	Semiología	Semiología
4	Sociología	Sociología
5	Economía	Economía
6	Psicología	Psicología



	Asignaturas Carrera Plan 1990 (Res. 440/90)	Asignaturas Carrera Nuevo Plan
1	Teorías y Practicas de la Comunicación I	Teorías de la Comunicación + 1 Seminario Ad Hoc.
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)	Semiótica + 1 Seminario Ad Hoc.
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 Comunicación
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 y Comunicación
14	Elementos de Economía y Concepciones del Desarrollo	Economía Política
15	Psicología y Comunicación	Psicología y Comunicación
16	Taller de Expresión I	Taller de Escritura + Práctica Pre-Profesional I
17	Taller de Expresión II (Audiovisual)	Taller Audiovisual + Elementos y Estructuras de la Expresión Audiovisual
18	Taller de Expresión III.	Taller de Redacción y Géneros Periodísticos + Práctica Pre-Profesional II
19	Taller de Radiofónica (Radio)	Taller Radial
20	Taller de Comunicación Comunitaria	Intervención social y comunicación
21	Taller de Comunicación Publicitaria	Planificación y Gestión de Emprendimientos Comunicacionales
22	Taller de Comunicación Periodística	Taller de Realización Gráfica
23	Taller de Introducción a la Informática, la telemática y el procesamiento de datos.	Políticas de la Convergencia
24	Seminario de Cultura Popular y Cultura Masiva	Cultura Popular y Cultura de masas
25	Seminario de Informática y Sociedad	Técnica, cultura y Sociedad



	Asignaturas Carrera Plan 1990 (Res. 440/90)	Asignaturas Carrera Nuevo Plan
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	Editorialidad y Estrategias de comunicación
31	Historia del Arte y su relación con los Medios masivos de Comunicación	Historia del Arte y su relación con los Medios masivos de Comunicación
32	Teorías del Estado y la Planificación	Estado, democracia y políticas de comunicación
33	Metodología del Planeamiento en Comunicación	Planificación en Comunicación
34	Legislación Comparada	Legislación Comparada
35	Teorías del estado y la Planificación II	No se dicta.
36	Planificación en Informática y Telecomunicaciones	No se dicta.
37	Política Internacional en Comunicaciones	Políticas Internacionales de Comunicación
38	Economía de la Información	Economía política de la comunicación
39	Comunicación y Educación	Comunicación, educación y cultura
40	Sociología de la Educación	Seminario Ad hoc
41	Tecnologías educativas	Tecnologías educativas
42	Historia de la Educación Argentina	No se dicta.
43	Análisis Institucional	Comunicación institucional y Corporativa
44	Técnicas de la actividad grupal	Seminario Ad-Hoc
45	Comercialización	Comercialización
46	Campañas Publicitarias	Campañas Publicitarias
47	Planificación de Medios	Planificación de Medios
48	Técnicas de Investigación de Opinión Publica y Mercado	Técnicas de la investigación en opinión pública
49	Promoción de las Actividades Comunitarias	Investigación-acción socio-comunitaria
50	Seminarios optativos	Seminarios Optativos ad hoc
51	Idioma	Idioma



o) PLAN DE TRANSICIÓN

Disposiciones para la coexistencia de planes

A partir de la fecha de implementación de la modificación del Plan de Estudios de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, serán incorporados todos los estudiantes que ingresan al Ciclo Inicial en Facultad, aquellos que posean menos de SEIS (6) asignaturas aprobadas y aquellos estudiantes que opten por pasar al nuevo plan siempre que tengan hasta VEINTICUATRO (24) asignaturas aprobadas. Los estudiantes que tengan aprobadas más de VEINTICUATRO (24) asignaturas continuarán con el Plan Resolución (CS) N° 440/90.

Los estudiantes dispondrán de ONCE (11) fechas para rendir los finales de las asignaturas que hayan cursado en el marco del plan Resolución (CS) N° 440/90, respetando el reglamento académico en el artículo 52:

“El alumno que finalice la cursada de una materia en carácter de regular y quede habilitado para rendir examen final, dispondrá de 11 (once) turnos de exámenes consecutivos a partir del momento de terminar el curso como regular, y siempre y cuando no desapruebe el examen final 3 (tres) veces. En consecuencia, pierde la regularidad al tercer aplazo. El Taller Anual de Orientación, de Ciencias de la Comunicación Social, goza de una regularidad de 21 (veintiún) turnos (Res. (CD) 4228/05)”.

Pasado ese plazo, y tal como lo establece el reglamento, si el estudiante no hubiera aprobado la asignatura, deberá recursarla.

Periodo de coexistencia de ambos planes

Se considera que ambos planes tendrán una coexistencia de SEIS (6) años, para dar tiempo suficiente a los estudiantes que continúan con el plan aprobado por Plan Resolución (CS) N° 440/90.

El plan de estudios aprobado por Resolución (CS) N° 440/90 caduca al concluir el sexto año lectivo posterior a la fecha de su implementación.

p) REQUERIMIENTOS PARA MANTENER LA REGULARIDAD EN LA CARRERA

Para conservar la regularidad se dispone la misma reglamentación que establece el Reglamento Académico de la Facultad de Ciencias Sociales (Artículo 21):

Artículo 21°: *Los alumnos de las carreras de grado de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA deberán, para mantener su condición de alumno regular en alguna de las Carreras que se dictan en esta Facultad:*

a) Aprobar un mínimo de dos (2) materias o asignaturas correspondientes a su plan de estudios en el lapso de dos años académicos consecutivos. Se computará como año académico el período comprendido entre el 1 de abril y el 31 de marzo del año siguiente. (Res. (CS) 1648/91)

b) Presentar dentro del número total de asignaturas que integran el plan de estudios respectivo, incluidas el CBC, un número de a plazos inferior al 33% del referido número. (Res. (CS) 1648/91) Esta norma no se aplicará a los alumnos que excedan ese porcentaje en el trámite de la aprobación de las últimas seis materias de su carrera.



.UBA40[∞]
AÑOS DE
DEMOCRACIA

EX-2020-02166494- -UBA-DME#SAHDU_FSOC
- 53 -

c) Completar la aprobación de todas las obligaciones correspondientes al Plan de estudios de su carrera en un lapso que no exceda el doble del número de años académicos que en cada caso los respectivos Planes de Estudio establezcan como duración normal estimada de la carrera excluyendo el Ciclo Básico Común. (Res. (CS) 1648/91)

d) Cumplimentar los censos correspondientes que la Universidad establezca oportunamente. e) Tener regularizada su situación en la Biblioteca de la Facultad.

f) Cumplimentar, en los plazos estipulados, con la Revisión Médica Obligatoria y la entrega del certificado de materias del Ciclo Básico Común.”



.UBA40[∞]
AÑOS DE
DEMOCRACIA

Anexo Resolución Consejo Superior

Hoja Adicional de Firmas

Número:

Referencia: EX-2020-02166494- -UBA-DME#SAHDU_FSOC - Plan de Estudios de la Carrera de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 53 pagina/s.

Digitally signed by ALFONSIN Juan
Date: 2023.04.26 14:59:59 ART
Location: Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Digitally signed by GDE UBA
Date: 2023.04.26 15:00:00 -03:00