



RESOLUCION-CS-N° 110/96

Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

BUENOS AIRES 177 - 4400 SALTA (R. A.)

SALTA, 20 SET 1996

Expte. N° 20.090/95.-

VISTO:

Estas actuaciones y el proyecto de implementación de la Carrera de Comunicación Social, elevado por Dirección de Sede Regional Tartagal; y,

CONSIDERANDO:

Que reúne todos los requisitos exigidos por la normativa vigente para la presentación y elaboración de Planes de Estudios, establecidos mediante Resolución C.S. N° 949/85 y cuenta con la aprobación del Consejo Directivo de la Facultad de Humanidades, a través de la Resolución N° 1.069/95.

Que se trata de una carrera corta que daría respuesta a necesidades del medio.

Que la mencionada Sede Regional, mediante nota N° 126/96, expresa que del estudio completo y real de las necesidades de cargos para atender los requerimientos académicos que demande implementación de la carrera de Comunicación Social, se necesita sumar, a lo ya existente, 2 J.T.P. con dedicación simple y 3 J.T.P. con dedicación semiexclusiva.

Que la Facultad de Humanidades deberá asumir el compromiso de prever las necesidades mínimas de coyuntura de planta docente de la mencionada Sede Regional.

Que Secretaría Académica de esta Universidad tomó conocimiento de lo actuado.

POR ELLO, en uso de las atribuciones que le son propias y atento a lo aconsejado por las Comisiones de Docencia, Investigación y Disciplina y de Hacienda, mediante Despachos Nros. 143/95 y N° 020/96 respectivamente,

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA
(en sesión ordinaria del 12 de Setiembre de 1996)

RESUELVE:

ARTICULO 1°.- Crear en el ámbito de Sede Regional Tartagal, bajo la dependencia académica de la Facultad de Humanidades, la Carrera de Comunicación Social a partir del Período Lectivo 1997 y por el término de tres (3) años.

ARTICULO 2°.- Aprobar el Plan de Estudios de la Carrera implementada por el artículo anterior, el que como Anexo I forma parte del presentes artículo.

///...



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR
BUENOS AIRES 177 - 4400 SALTA (R. A.)

.../// - 2 -

Expte. N° 20.090/95.-

ARTICULO 3°.- Disponer que para atender las necesidades académica de la carrera creada, se asignan los siguientes cargos docentes conforme al siguiente cronograma:

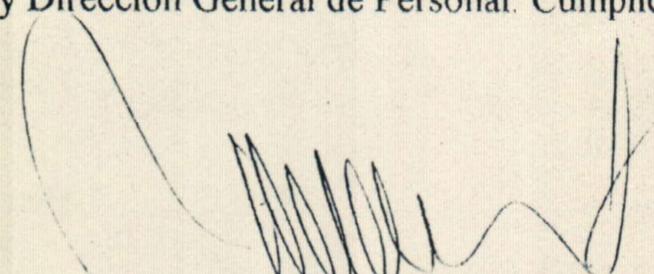
- Para la implementación del 1er. año se crea un (1) cargo de J.T.P. con dedicación simple.
- Para la implementación del 2do. año se crean dos (2) J.T.P. con dedicación semiexclusiva.
- Para la implementación 3er. año se crea un (1) cargo de J.T.P. con dedicación simple y un (1) cargo de J.T.P. con dedicación semiexclusiva.

ARTICULO 4°.- Disponer que los cargos enunciados en el artículo anterior revisten el carácter de acumulativo, debiéndose prever la asignación de los mismos en el análisis global de la planta docente respectiva.

ARTICULO 5°.- Hágase saber, comuníquese con copia a: Sr. Rector, Facultad de Humanidades, Sede Regional Tartagal, Secretaría Académica, Secretaría General, Secretaría Administrativa, Dirección de Control Curricular y Dirección General de Personal. Cumplido, siga a Secretaría Académica a sus efectos.-

U.N.Sa.

JUAN HERIBERTO HERRERA
SECRETARIO GENERAL


C.P.N. NARCISO RAMON GALLO
RECTOR


Lic. JUAN JOSÉ SAUND
SECRETARIO CONSEJO SUPERIOR

RESOLUCION-CS-N° 110/96



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR
BUENOS AIRES 177 - 4400 SALTA (R. A.)

ANEXO I al Artículo 2º de la Resolución
CS N° 110/96 - Expte. N° 20.090/95.-

CARRERA DE COMUNICACION SOCIAL

I. INTRODUCCION.

El presente proyecto busca conjugar factores de orden general y de orden institucional.

Por un lado, la conciencia del alcance de los sistemas de comunicación instalados en el orden socio-económico cultural contemporáneo y la constatación de que en ese contexto las relaciones establecidas entre "emisores" y "receptores" de mensajes, de discursos, está desprovista de ingenuidad, de unilinealidad y por ello demandan acciones críticas, formativas y de compromiso con la realidad individual y colectiva.

A esto se suma, como exigencia una respuesta institucional que sistematice una "praxis" en el manejo de situaciones comunicacionales y posibilite la apertura de un ámbito de reflexión, teorización, debate y transferencia no sólo sobre los medios de comunicación mismos sino sobre la experiencia de la realidad que los sujetos como actores sociales, viven en el seno de una sociedad más mediatizada y sobre el poder de transformación y conducción que pueden ejercer los comunicadores sociales en un contexto de subdesarrollo, marginalidad y descentramiento socio-económico y cultural.

II. FUNDAMENTOS.

NECESIDAD REGIONAL

La Sede Regional Tartagal de la Universidad Nacional de Salta, ubicada en un enclave geográfico de frontera (está a 50 km del límite con Bolivia) particulariza todos los procesos sociales, culturales, económicos, políticos desde ese posicionamiento en el "margen" respecto de la centralidad organizativa en el contexto tanto provincial como nacional.

"Una mirada desde el margen se hace posible por la experiencia de postergación, de la limitación, del cercenamiento de metas, de la lejanía de los centros de decisión. Y allí, el sujeto queda involucrado en los acontecimientos sin decidirlo. En la práctica se sitúa desde dos determinantes básicos: o desde una actitud pasiva y por ende convalidante, o desde un distanciamiento, hasta resistente que posibilita gestar instancias creativas superadoras."

Esta región está en severa crisis por una situación económica-social marcada por la



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

BUENOS AIRES 177 - 4400 SALTA (R. A.)

recesión y el desempleo. Si bien es una zona rica en petróleo y gas los procesos de privatización han desmantelado una infraestructura ocupacional monopólica sin dejar opciones ciertas de reconversión social y económica. Recién está sistematizándose el desarrollo agrícola, con posibilidades promisorias pero aún no puede hablarse de que constituya la base económica de la región. Proceso y valoración semejante pueden merecer el desarrollo forestal e industrial.

A estas instancias se debe sumar una problemática de salud que se debate entre respuestas de emergencia dadas por la institución sanitaria en crisis y un comportamiento poblacional que por la situación de pobreza, la desinformación y la falta de educación agudiza los procesos.

"Como en gran parte de América Latina, coexisten en un espacio físico una diversidad de identidades, muchas veces intremezcladas y en conflicto. Este es, de algún modo, un "pueblo nuevo" en tanto conjunción de culturación y fusión de distintos matices étnicos, en proceso, en diferentes estados de cristalización".

"Todos estos datos no son meramente descriptivos de una realidad que se puede ver desde el "centro" como crítica y llamativa.

En realidad, configuran una cosmovisión fundada en la diversidad, que sustenta a un hombre que **va siendo**, en un juego de tensiones entre códigos y modelos pos-modernos y otros en las que no se instaló aún la modernidad".

Estos modelos de distintas culturas no implican una "no-racionalidad" sino distintos modos de concebirla, y por ello esa **tensión** en cuanto forma de asumir fines, proponer medios y establecer la relación entre ambos.

En el espacio generado por estas variables, las Instituciones instaladas en el medio se encuentran permanentemente acodadas por "los modelos" que persisten en el imaginario social y las demandas "reales" que el entorno presenta y que muchas veces lo que reclaman implica abandonar esos modelos.

Este es el caso de la Universidad y el de las organizaciones creadas en torno a los medios de comunicación.

Ambos constituyen factores determinantes en la configuración de procesos de cambios sociales y culturales que están llamadas a cumplir de un modo peculiar.

Los medios son relevantes a la hora de formar opinión, de crear necesidades, de



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

BUENOS AIRES 177 - 4400 SALTA (R. A.)

difundir información. Resulta imperativo contar con un profesional con sólida base académica pero con una conciencia de rol protagónico que debe asumir en la constitución de prácticas sociales (políticas, culturales, educacionales, religiosas) consideradas como formas de interacción comunitaria, en la planificación y el trazado de estrategias comunicacionales desde las instituciones adecuando "los mensajes a los diferentes niveles de decodificación" que presenta la sociedad en la región; en la formación de una actitud crítica tanto en el emisor como en el receptor de los mensajes, actitud crítica que afianza los procesos de democratización socio-cultural a través de la participación consciente, responsable y creativa de los sujetos en los proyectos de desarrollo comunitario.

La Universidad, por su parte, es factor clave en la profesionalización de quienes deciden participar de estas opciones.

En la zona hay un alto porcentaje de operadores en medios que no cuentan con una formación teórica que respalde su acción. Normalmente, "no se tiene conciencia de lo que significa trabajar como mediador entre la sociedad y la información que ella misma genera, además no se reconoce en la audiencia un sujeto pensante capaz de elaborar opiniones sobre lo recibido y consecuentemente, el poder de seducción de los medios solo aliena a la audiencia"

La Universidad debe constituirse en sólido puente de vinculación del Saber instituido con un Hacer significativo que sus graduados actualicen convirtiéndose en agentes de la transformación social en el respeto de las bases culturales de la población pero realizando aportes claves para el proceso de dignificación de la persona desde un marco socio-económico-político que las contenga.

NECESIDAD INSTITUCIONAL:

Desde hace más de un decenio los medios de comunicación y la información motivaron un debate que compromete la intervención y, consecuentemente la acción, de múltiples sectores y organismos e instituciones.

El impacto socio-cultural de los medios se traduce en la transformación de conceptos, de problemáticas disciplinarias y transdisciplinarias que superaron los planteos académicos tradicionales en torno al hombre y la sociedad. Asimismo la evolución de los estudios sociales y humanos marcan una extensión de los ámbitos de influencia de los procesos de desarrollo tecnológico y el modo en que han transformado, esencialmente, el orden socio-cultural y económico constituyéndose en referente para la organización de esos niveles de significación y estructuración social.



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

BUENOS AIRES 177 - 4400 SALTA (R. A.)

Desde los '60 al presente la reflexión sobre los medios de comunicación ha conformado un sólido corpus donde confluyen aspectos formativos de tipo técnico-científico, informático y teórico. Con Marshall Mac Luhan, inaugurando la descripción de los procesos circulantes con el concepto de "aldea global", "El hombre unidimensional" de Marcuse atacando los rasgos que asumía la cultura y la sociedad con la presencia creciente de los medios, con los textos fortalecedores de Hanz Enzesberger, Roland Barthes, y/o Umberto Eco con "Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas" se va fundamentando esa mirada crítica sobre los múltiples objetos, prácticas, signos, tecnologías y relaciones sociales que se construyen en sociedades que cambian permanentemente.

La idea de "industrialización de la cultura" de Horkheimer y Theodor Adorno vino a conceptualizar esos complejos procesos que convierten a las sociedades democráticas e industriales en sistemas abiertos y diversificados que replantean constantemente su funcionamiento y desarrollo; Mattelart y Dorfmann, Verón, Massotta confirmaron con sus obras la apertura de una instancia que fracturó la visión lineal de la racionalidad moderna sobre los procesos sociales y sus resultados.

Publicaciones, equipos de investigación, proyectos y emprendimientos van sustanciando la convicción de la necesidad de analizar y sistematizar una nueva manera de "leer" la propia historia, la situación social, los modos de acción política, económica, educacional y cultural.

La crítica y teorización de los medios de comunicación y la información revelan que en torno a ellos se constituye un nuevo orden mundial.

Televisión, periódicos, revistas, satélites comunicacionales, publicidad afectan lo cotidiano, lo individual. La conducta particular comienza a percibirse condicionada por propósitos transpersonales y constituida en objeto de intereses ligados básicamente a la ley de beneficio económico. La modelación de la conducta, de las aspiraciones y de los estilos de vida desde los medios planteó dos miradas, una esperanzadora que creía ver en ello un camino para lograr un ser humano diferente y otra agudamente crítica que desenmascara el espectáculo y las estrategias de ilusión y omnimoda libertad que plantea el consumismo y la libertad de mercado.

El saber que critica, descubre las estructuras ideológicas subyacentes en las estructuras comunicacionales. Los mensajes y sus formas y procedimientos constructivos centralizan el análisis y dan la pauta de la semiotización de la cultura. La información como compleja entidad se plantea objeto de estudio y en relación con ella, la problematización de los mecanismos de producción y la generación de fenómenos de transposición y mezcla de mensajes.



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

BUENOS AIRES 177 - 4400 SALTA (R. A.)

La Universidad fue un punto de anclaje para todo este saber reflexivo, ordenador, sistematizador. Fue y es uno de los ámbitos en donde el trabajo experimental, la indagación rigurosa, la formación académica con responsabilidad social pero también con capacidad creativa permitió articular estos conocimientos que estructuran la dimensión científica de la formación profesional, que le permite abordar con sistematicidad y rigurosidad, la realidad, describirla, obtener datos de ella y referida desde el ámbito en que se desempeñen.

La Universidad fue un punto de anclaje para todo este saber reflexivo, ordenador, sistematizador. Fue y es uno de los ámbitos en donde el trabajo experimental, la indagación rigurosa, la formación académica con responsabilidad social pero también con capacidad creativa permitió articular estos conocimientos que estructuran la dimensión científica de la formación profesional, que le permite abordar con sistematicidad y rigurosidad, la realidad, describirla, obtener datos de ella y referida desde el ámbito en que se desempeñen.

No obstante, la formación profesional debe complementarse con una formación artística que cimente con originalidad y creatividad un nivel de práctica profesional que armonice y proyecte su formación teórica con una sensibilidad a los particulares y especificar mensajes que el entorno proporciona y demanda.

A esta dimensión estética debemos sumar la necesidad de adquirir un conocimiento teórico-profesional que se deriva en parte del alto grado de tecnologización que las comunicaciones han alcanzado hoy y por otro lado porque al trabajar con técnicas de producción, la maquinaria tecnológica debe estar al servicio de la misma.

La Sede Regional Tartagal no puede permanecer ajena a esta situación y como institución de formación superior debe responder a las demandas que el contexto y las necesidades le marcan. En esta zona, quienes practican periodismo poseen un grado de conocimiento que deviene de su práctica intuitiva, autodidáctica y de su sensibilidad a la realidad del entorno.

Una propuesta académica en el campo de las comunicaciones permitirá a los alumnos acceder a las fuentes de información teórica que potenciarán y resignificarán su praxis individual para una producción de bienes, estrategias y políticas de desarrollo socio-cultural institucional y comunitario que apuntan a transformar, desde este ángulo, las condiciones de los grupos humanos de la región.-



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR
BUENOS AIRES 177 - 4100 SALTA (R. A.)

III. DISEÑO DE LA PROPUESTA.

Carrera: COMUNICACIÓN SOCIAL

	<u>HS. SEMANAL</u>	<u>REGIMEN</u>
<u>1º Nivel.</u> (1º y 2º Cuatrimestre)		
1.- Introducción al Conocimiento Científico	4	Cuatrim.
2.- Psicología Social	4	Cuatrim.
3.- Introducción a la Economía	4	Cuatrim.
4.- Introducción a la Comunicación Social	4	Cuatrim.
5.- Introducción a la Sociología	4	Cuatrim.
6.- Laboratorio de Idioma		Anual
a) Taller de Expresión I	3	Anual
b) Taller de Producción Radial	3	Anual

	26	
<u>2º Nivel.</u> (3º y 4º Cuatrimestre)		
7.- Teorías de la Comunicación	4	Cuatrim.
8.- Semiótica	3	Anual
9.- Antropología Socio-Cultural	4	Cuatrim.
10.- Historia Argentina Contemporánea	4	Cuatrim.
a) Taller de Expresión II	3	Anual
b) Taller de Producción gráfica	3	Anual
c) Taller de Informática I	4	Cuatrim.

	25	



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

BUENOS AIRES 177 - 4400 SALTA (R. A.)

<u>3° Nivel.</u> (5° y 6° Cuatrimestre)	<u>HS. SEMANAL</u>	<u>REGIMEN</u>
11.- Planeamiento Institucional Comunicacional	4	Cuatrim.
12.- Metodología de Investigación para la Comunicación	4	Cuatrim.
13.- Movimientos Estéticos y Culturales de Argentina En Sede Reg. Tartagal como Seminario optativo I	4	Cuatrim.
14.- Promoción Cultural Comunitaria En Sede Regional como materia obligatoria. En Salta Seminario optativo.	4	Cuatrim.
a) Taller de Expresión III	3	Anual
b) Taller de Informática II	3	Anual
c) Taller de Producciones Audio Visual y Videos	4	Cuatrim.
	----- 26	

4° Nivel. (7° Cuatrimestre)

- Seminario II 4 Cuatrim.
- Legislación de la Comunicación 4 Cuatrim.
- Residencia/Pasantía en el ámbito de la promoción comunitaria (Cuatrimestral).

El eje estructurante de todas las materias, talleres y seminarios será: La lectura de la realidad socio-económica y cultural de la región de modo de conciliar una sólida formación teórica con la habilidad de transferir esos elementos en una práctica profesional vinculada con su entorno.



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR
BUENOS AIRES 177 - 4400 SALTA (R. A.)

TOTAL DE ASIGNATURAS Y HORAS CÁTEDRAS

TOTAL DE ASIGNATURAS:

- Anuales: 8 (ocho).
- Cuatrimestrales: 16 (dieciséis).

HORAS CÁTEDRAS MÍNIMAS:

2.464 (dos mil cuatrocientos sesenta y cuatro).

CONTENIDOS MINIMOS

1.- INTRODUCCION AL CONOCIMIENTO CIENTÍFICO.

Introducir a los alumnos a la problemática específica de la ciencia. El lenguaje científico frente a otro tipo de lenguajes. Un acercamiento crítico a los problemas de la elaboración de teorías, hipótesis, leyes y las diferentes formas de validación; su marco interno y su relación con su contexto histórico político.

2.- PSICOLOGIA SOCIAL.

La interacción humana co-presencial como proceso semiótico. Funciones semióticas que regulan la interacción lingüística, paralingüística, gestual, kinésica, proxémica, objetal, territorial. Análisis conversacional. Definiciones de situación. Capital económico, cultural simbólico. Espacio social, microfísica del poder. Liderazgo. Masa. Propaganda. Dimensión subjetiva. Sujeto del inconsciente. Lo real, lo imaginario y lo simbólico. Rumor. Prejuicio.

3.- INTRODUCCION A LA ECONOMIA.

Nociones básicas de las principales corrientes teóricas en economía. El funcionamiento de la economía de mercado. Análisis económicos de producción, circulación, distribución y consumo. Elementos para el cálculo de costos. La variable económica en la comunicación. El papel de la economía en los procesos comunicacionales y en las industrias culturales.



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR
BUENOS AIRES 177 - 4400 SALTA (R. A.)

4.- INTRODUCCION A LA COMUNICACIÓN SOCIAL.

La comunicación como práctica social. Hegemonía y poder de las comunicaciones. Un enfoque semiótico y teoría de los discursos, abordan los conceptos de cultura e identidad; Los discursos sociales y la construcción del sentido. Categorizaciones sobre la comunicación social. Descripción de sistemas comunicacionales (institucionales). Los medios de comunicación: estructura y funciones.

Los discursos sociales en los medios de comunicación. Políticas comunicacionales.

5.- INTRODUCCION A LA SOCIOLOGÍA

A partir de las teorías sociológicas abordar los elementos claves del marco conceptual de la sociología: grupo social, conflicto social, cambio social, estratificación social, etc.

a) TALLER DE EXPRESIÓN I

Desarrollo de las competencias comunicativas en el campo de la oralidad y la escritura tanto en la producción como en la recepción. Intensa práctica de la expresión oral y escrita apuntando a los distintos tipos de textos que debe manejar un comunicador social.

b) TALLER DE PRODUCCIÓN RADIAL

El mensaje radiofónico y sus variantes.

Las tecnologías aplicadas en la transmisión radial. Frecuencias y usos del medio radial.

Importancia del locutor como referente lingüístico en una comunidad.

El lenguaje radiofónico. Intensa práctica en la producción de mensajes radiofónicos.

Breve historia de la radio en Argentina.

6.- TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

Distintas teorías sobre el proceso de la comunicación. Esquemas, niveles, infraestructuras o redes internas. Leyes que rigen la construcción del mensaje en sus diferentes manifestaciones.

7.- SEMIÓTICA

Semiótica del signo. Saussure y Pierce. Las principales corrientes de la semiótica: Eco, semiótica de la comunicación y semiótica de la significación, Greimas y la producción de sentido, la narratología; Lotman y la semiótica de la cultura. Roland Barthes y la



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR
BUENOS AIRES 177 - 4400 SALTA (R. A.)

significación de los productos culturales en torno a los medios masivos de comunicación.
Semiótica de la interacción, construcción del sujeto como construcción del texto.

8.- ANTROPOLOGÍA SOCIO-CULTURAL

Nociones básicas de antropologías que permitan comprender los fenómenos comunicativos. Conceptos fundamentales del análisis antropológico de la sociedad y la cultura. Estructuras organizacionales de una sociedad y en distintas subculturas.

Diversidad étnica y comunicación social. Asimilación, adaptación, marginalización e integración de estas estructuras sociales.

El papel de los medios de comunicación en la cultura.

9.- HISTORIA ARGENTINA CONTEMPORÁNEA

A partir de la Organización Nacional, atender al proceso de formación del Estado Nacional, los problemas sociales y políticos en Argentina.

Influencia de la colonia, pluralidad de culturas y etnias.

Los medios de comunicación en el proceso político argentino.

a) TALLER DE EXPRESIÓN II

Profundizar los niveles de competencia en la producción de mensajes orales y escritos centrados en el conocimiento de los códigos propios de cada situación comunicacional.

Estructura de la noticia, diferencia entre noticia y rumor.

Cable de agencias, material de prensa, particularidades de los distintos géneros periodísticos.

b) TALLER DE PRODUCCIÓN GRÁFICA

Análisis y producción de textos centrados en la imagen y otros signos icónicos, fotografía, video, T.V., producción gráfica, cine publicidad, etc.

Conocimiento y práctica en el análisis, diseño, producción y comercialización de programas y materiales de comunicación.

c) TALLER DE INFORMÁTICA I

Objetivos: el Taller deberá permitir iniciarse al alumno en el manejo de una P. Deberá contener elementos básicos de computación en relación al Hardware y al software. Sistema operativo DOS. Conocimiento no avanzado de programas utilitarios: Procesadores de Textos, Bases de Datos y Planilla de Cálculos.



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR
BUENOS AIRES 177 - 4400 SALTA (R. A.)

10.- LEGISLACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Principios básicos del derecho constitucional. Derecho a la información en la Legislación Nacional e Internacional.

Libertad de prensa. Derecho a rectificación. Códigos de ética. Estatuto del periodista. Normativa para el personal gráfico.

11.- PLANEAMIENTO INSTITUCIONAL COMUNICACIONAL.

Conceptos, métodos y técnicas operativas para la formación de analistas y agentes de promoción, planificación y realización de actividades culturales comunitarias. Esto permitirá el estudio de la distribución y organización de los espacios institucionales, su constitución interna y relacional. Estructuras y organizaciones comparadas.

Procesos de internalización de la institución en los actores sociales. Lugares sociales y relaciones entre miembros. Dinámica grupal e interacción. Redes y canales de comunicación formal e informal. Mecanismos comunicativos y procesos de integración según la tipología de la organización. Circulación vertical y horizontal.

12.- METODOLOGIA DE INVESTIGACIÓN PARA LA COMUNICACIÓN

Contextos y paradigmas en la investigación sobre los medios. Paradigmas hegemónicos en América Latina, Diseños de investigación. Paradigmas cuantitativos y cualitativos.

Metodologías y técnicas. Enfoques actuales: técnicas de investigación, de opinión pública y de mercado.

13.- MOVIMIENTOS ESTÉTICOS Y CULTURALES ARGENTINOS

Concepciones de cultura. Cultura de elite, de masas. Cultura popular. Culturas hegemónicas y marginales. Heterogeneidad e hibridación en lo cultural.

Concepto de estética. las ideas estéticas europeas y su impronta en América Latina y en la Argentina. Los movimientos culturales y estéticos Argentinos del siglo XIX. El canon europeo y el referente americano. Siglo XX: conformación del propio canon.

El lugar del arte en la actualidad. Literaturas canónicas y literaturas alternativas.

14.- PROMOCION CULTURAL COMUNITARIA

Conceptos, métodos y técnicas operativas para la formación de promotores de actividades culturales comunitarias.

Capacitación para la auto-organización de los miembros de una comunidad o



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

BUENOS AIRES 177 - 4400 SALTA (R. A.)

institución atendiendo a la realidad socio-cultural y económica de la región.

a) **TALLER DE EXPRESIÓN III**

Transferencias de estrategias de investigación en comunicación multimedios.
Profundización de conocimientos adquiridos en talleres previos.

Diseño y puesta en práctica de una campaña de comunicación multimedios centrada en temáticas de interés comunitario.

Organización de una redacción en diarios, revistas, radio, T.V., a través de la práctica.

b) **TALLER DE INFORMÁTICA II**

Preparar al alumno para el manejo de programas de edición. Deberá contener conocimiento del entorno WINDOWS, un nivel avanzado de procesadores de textos, editores tipo Page Maker, graficadores. Nociones mínimas de entorno Multimedia.

c) **TALLER DE PRODUCCIONES AUDIO VISUAL Y VIDEOS**

Centrado en la imagen y sus distintas manifestaciones. Fotografía, cine, T.V., video, gráfica, etc.

Diseño, montaje y comercialización de programas y materiales de comunicación.
Trabajo de campo.

- **SEMINARIO II**

Partiendo del concepto de publicidad como un instrumento de comunicación, con su texto, sus códigos y sus mensajes abordar sus fundamentos.

Campañas publicitarias comerciales y no comerciales (sanitarias, educativas, etc.).

Planificación y realización de actividades culturales comunitarias para comunidades urbanas y rurales.

Trabajos con materiales mediáticos en la comunidad y en la educación formal y no formal.

- **LABORATORIO DE IDIOMA**

A través del Laboratorio de Idioma se debe apuntar a que el alumno logre adquirir nociones básicas sobre el idioma que le permita manejar con corrección las estructuras lingüísticas fundamentales.



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

BUENOS AIRES 177 - 4400 SALTA (R. A.)

Esto se logrará a través del trabajo en:

- Phonology.
- Phonetics.
- Listening Comprehension Exercises.
- Reading Comprehension Exercises.

- RESIDENCIA. PASANTÍA

A partir de la elaboración de proyectos adecuados a los diferentes medios de comunicación de la zona, el alumno realizará observaciones, prácticas y pasantías que lo habilitarán para su desempeño profesional.

- ASPECTOS ESPECIALES REFERIDOS A LA METODOLOGIA

Todas las asignaturas de la carrera serán de índole teórico-práctica con una proporción aproximada de 75 % de clases teóricas. El profesor podrá incrementar la proporción de clases prácticas en relación con los objetivos de la cátedra.

Los talleres y seminarios priorizarán la modalidad promocional y la carga horaria será similar a la de las asignaturas.

- SISTEMA DE EVALUACION Y PROMOCION

El que esté vigente en la Facultad de Humanidades.

- REGIMEN DE CORRELACIÓN DE MATERIAS

Para cursar asignaturas del 2º Nivel el alumno deberá tener regularizadas las correlativas del 1º Nivel, a saber:

- Introducción a la Comunicación Social.
- Introducción a la Sociología.
- Taller de Expresión I.
- Taller de Producción Radial.

Para cursar el 3º Nivel el alumno debe tener aprobado el 1º Nivel y regularizadas las asignaturas correlativas del 2º Nivel, a saber:

- Taller de Expresión II.
- Taller de Informática I.
- Historia Argentina Contemporánea.



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

BUENOS AIRES 177 - 4100 SALTA (R. A.)

Para la instancia de la práctica/residencia el alumno deberá tener aprobados el 1° y 2° Nivel y observar el siguiente régimen para las asignaturas del 3° Nivel:

Regularizadas: Movimientos Estéticos y Culturales.
Taller de Expresión III.
Taller de Informática II.
Taller de Producciones Audio Visuales y Videos.

Aprobadas: Planeamiento Institucional Comunicacional.
Metodología de Investigación para la Comunicación.
Promoción Cultural Comunitaria.

RECURSOS HUMANOS

La Sede Regional Tartagal cuenta con cargos docentes para cubrir las demandas que implica la sustentación de este Plan de Estudios en un 70 %.

El 30 % restante sería cubierto por convenios con instituciones nacionales que apoyan la formación de recursos humanos en esta área.

PERFIL DEL GRADUADO

El egresado de la carrera en Comunicación social tenderá a un desempeño profesional marcado por una conducta:

- Ética: en la producción y difusión de la comunicación.
- Responsable: socialmente en la fundamentación e interpretación de los mensajes tanto de aquellos construidos por él mismo como de los construidos por la comunidad en la que se desempeña.
- Crítica: fundada en un saber reflexivo, cultural, humanístico que contextualice su práctica social.
- Autocrítica: frente al mundo comunicacional.

Para lograr este perfil profesional el estudiante deberá cumplir una currícula organizada en torno al logro de los siguientes objetivos.



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

BUENOS AIRES 177 - 4400 SALTA (R. A.)

- Conocimientos:

Conocerá:

- a) la realidad local, nacional e internacional priorizando una perspectiva latinoamericana que le permita reconocerse como sujeto histórico de una comunidad con un perfil cultural concreto.
- b) el fenómeno comunicacional de un modo integral abordado desde diferentes modelos teóricos.
- c) los fundamentos de las ciencias sociales vinculados al hecho comunicacional y a la realidad cultural en la que está inserto para poder relacionar su práctica profesional con ese contexto y con los parámetros teóricos adquiridos.

- Destrezas y competencias:

Será capaz de:

- * Convertir la práctica profesional en un producto de la investigación interdisciplinaria permanente o que retroalimente el propio desempeño como comunicador.
- * Analizar críticamente los procesos sociales e institucionales que provocan el hecho comunicacional adecuándose a las características que la realidad inmediata le proporciona.
- * Planificar las actividades publicitarias para las distintas instituciones públicas (clubes de barrios, escuelas, hospitales, etc.) a través de formas participativas grupales e individuales.

- Actitudes:

- * Crítica y reflexiva sobre la realidad en la que se encuentra inserto.
- * Actitud social al servicio de los intereses de la comunidad.
- * Respeto por el derecho a la libre expresión, fundamento básico de todo sistema democrático.
- * Creativa y participativa para favorecer el trabajo grupal y la tarea en equipo.



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR
BUENOS AIRES 177 - 4400 SALTA (R. A.)

VALOR ACADÉMICO DEL TÍTULO E INCUMBENCIA

Al concluir los siete (7) Niveles los estudiantes podrán acceder al Título de Comunicador Social.

El graduado podrá desarrollar su práctica profesional en el ámbito de los organismos de comunicación masiva y no-masiva (diarios, revistas, televisión abierta y sistema de cable y radios) y en el ámbito institucional (sindical, cooperativo, de salud, de actividad agrícola, educativa) tanto pública como privada.

El profesional que se gradúe podrá desempeñarse como:

- Asesor de la formación y ejecución de proyectos políticos, culturales de comunicación estatales y para-estatales.

- Programador de campañas publicitarias, de propagandas, de promoción comunitaria en relación con los objetivos y fines de la institución que lo requiera como profesional.

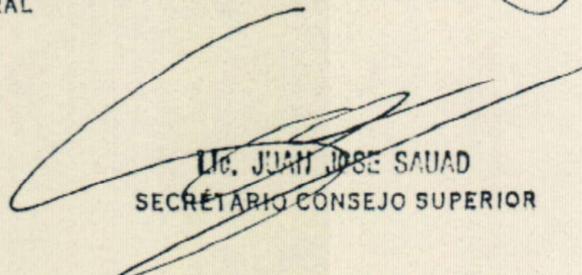
- Promotor de estrategias y actividades que tiendan a la participación de los diversos grupos o sectores comunitarios acorde con sus características socio-culturales, en la problemática de la región.

- Participar en la planificación, conducción y evaluación de procesos comunicacionales en radio, televisión, medios gráficos y otros medios audiovisuales.

- Diseñador en radiodifusión, televisión y medios gráficos de programas, planes y proyectos de comunicación, información y formación social y cultural.


JUAN HERIBERTO HERRERA
SECRETARIO GENERAL


C.P.N. NARCISO RAMON GALLO
RECTOR


LIC. JUAN JOSE SAUAD
SECRETARIO CONSEJO SUPERIOR