



RESOLUCIÓN CS N° 273/00

Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

Av. BOLIVIA 5150 - 4400 SALTA
REPUBLICA ARGENTINA

SALTA, 04 OCT 2000

Expediente N° 20.224/99.-

VISTO las presentes actuaciones y las Resoluciones CS Nros. 110/96 y 086/98, por las cuales este Cuerpo crea en el ámbito de SEDE REGIONAL DE TARTAGAL – bajo dependencia académica de la FACULTAD DE HUMANIDADES, la carrera de “*Técnico Universitario en Comunicación Social*”, con vigencia a partir del período lectivo 1997 y por el término de tres (3) años, y

CONSIDERANDO:

Que la DIRECCIÓN de la mencionada SEDE eleva propuesta de modificación al Plan de Estudios de la aludida Carrera y de creación de la LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL.

Que la Carrera de Licenciatura surge como complemento del trayecto de Tecnicatura en Comunicación Social que se desarrolla desde 1997 y responde no solo a una demanda de continuidad de los estudios de grado propuesta por alumnos regulares, sino también a fines y objetivos de la SEDE orientados al afianzamiento de sus opciones académicas.

Que la propuesta fue analizada en las distintas instancias, tomando la intervención que les compete tanto la SECRETARÍA ACADÉMICA de la Universidad como el CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES, a través de la Resolución N° 745/00.

Que el Artículo 113, inc. 6) del Estatuto Universitario establece que es atribución de los Consejos Directivos aprobar los proyectos de planes de estudio de las carreras de grado y posgrado y sus modificaciones y elevarlos al Consejo Superior para su ratificación.

Por ello, atento a lo aconsejado por las COMISIONES DE DOCENCIA, INVESTIGACIÓN Y DISCIPLINA y de HACIENDA,

EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA
(en su Decimotercera Sesión Ordinaria del 28 de septiembre de 2000)

RESUELVE:

ARTÍCULO 1°.- Ratificar las modificaciones propuestas por el CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES, mediante Resolución N° 745/00, al Plan de Estudios de la Carrera de TÉCNICO UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN SOCIAL que se dicta en SEDE REGIONAL DE TARTAGAL, cuyo Texto Ordenado del Plan de Estudios obra como ANEXO I de la presente.

ARTÍCULO 2°.- Crear la Carrera de LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL en el

///...



RESOLUCIÓN CS N° 273/00

Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

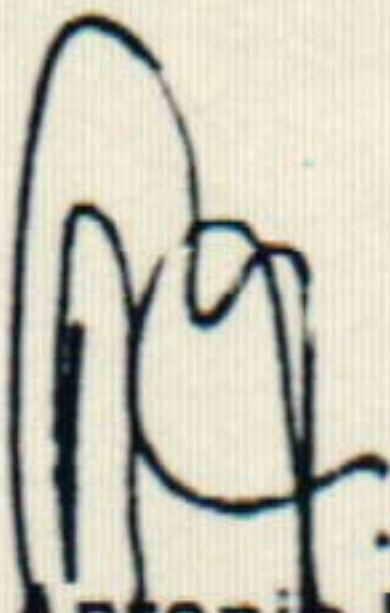
Av. BOLIVIA 5150 - 4400 SALTA
REPUBLICA ARGENTINA


Expediente N° 20.224/99.-

ámbito de SEDE REGIONAL DE TARTAGAL, bajo dependencia académica de la FACULTAD DE HUMANIDADES, como trayecto complementario de la Carrera de TÉCNICO UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN SOCIAL, cuyo Plan de Estudios obra como ANEXO II de la presente.

ARTÍCULO 3°.- Comuníquese con copia a: Sr. Rector, Facultad de Humanidades, Sede Regional de Tartagal, Secretaría Académica y Dirección de Control Curricular. Cumplido, siga a la FACULTAD DE HUMANIDADES a sus efectos.-




Prof. Juan Antonio Barbosa
Secretario Consejo Superior


Dr. VICTOR OMAR VIERA
RECTOR



RESOLUCIÓN CS N° 273/00

Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

Av. BOLIVIA 5150 - 4400 SALTA
REPUBLICA ARGENTINA

ANEXO I - Expediente N° 20.224/99.-

CARRERA DE TECNICO UNIVERSITARIO EN COMUNICACION SOCIAL

I. INTRODUCCION.

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

Por un lado, la conciencia del alcance de los sistemas de comunicación instalados en el orden socioeconómico cultural contemporáneo y la constatación de que en ese concepto 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 solo 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 de conducción que pueden ejercer los comunicadores sociales en un contexto de subdesarrollo, marginalidad y descentramiento socioeconómico 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 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 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 esta instancia 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 entremezcladas y en conflicto. Este es, de algún modo, un "pueblo



RESOLUCIÓN CS N° 273/00

Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

Av. BOLIVIA 5150 - 4400 SALTA
REPUBLICA ARGENTINA

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 acotadas 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 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 alienta a la audiencia".

La Universidad debe constituirse en sólido puente de vinculación entre el Saber instituido y el Hacer significativo que sus graduados actualicen, convirtiéndolos en agentes de la transformación social respetando 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.



RESOLUCIÓN CS N° 273/00

Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

Av. BOLIVIA 5150 - 4400 SALTA
REPUBLICA ARGENTINA

El impacto socio-cultural de los medios se traduce en la transformación de conceptos, de problemáticas disciplinarias y transdisciplinarias que superaron los planos académicos tradicionales en torno al hombre y la sociedad. Asimismo, la evolución de los estudios sociales y humanos marca 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. Se han constituido en referente para la organización de esos niveles de significación y estructuración social.

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, informativo y teórico. Con Marshall Mac Luhan, inaugurando la descripción de los procesos circulantes con un concepto de "aldea global", con "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 en "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, y 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 como 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.

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 estructuraron la dimensión científica de la formación profesional, que se permite abordar con sistematicidad y rigurosidad, la realidad, describirla, obtener datos de ella y referirla desde el ámbito en que se desempeñen.



RESOLUCIÓN CS N° 273/00

Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

Av. BOLIVIA 5150 - 4400 SALTA
REPUBLICA ARGENTINA

No obstante, la formación profesional debe complementarse con una formación artística que cimiente con originalidad y creatividad un nivel de práctica profesional que armonice y proyecte su formación teórica con sensibilidad a los asuntos particulares y especifique 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 sus 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 apuntando a una producción de bienes, estrategias y políticas de desarrollo socio-cultural institucional y comunitario que transformen, desde este ángulo, las condiciones de vida de los grupos humanos de la región.

OBJETIVOS:

- Generar una alternativa de formación profesional en el ámbito de la Sede Regional Tartagal que responda al incremento de demandas de formación académica que la comunidad local expresa a la Universidad.
- Abrir un espacio de formación profesional que posibilite la capacitación de los jóvenes de la región en el ámbito específico de la comunicación social.
- Formar comunicadores sociales que puedan intervenir críticamente en un contexto de subdesarrollo, marginalidad y descentramiento socio económico y cultural.
- Sistematizar una praxis en el manejo de situaciones comunicacionales posibilitando la apertura a la reflexión teorización, debate y transferencia, no solo sobre los medios de comunicación, sino también sobre la experiencia de la realidad de sujetos sociales que viven en una sociedad más mediatizada.

III. DISEÑO DE LA PROPUESTA.

CODIGO	ASIGNATURA	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	REGIMEN DE DICTADO
1° AÑO				
1	INTRODUCCION AL CONOCIMIENTO CIENTIFICO.	4	60	CUATRIM.
2	PSICOLOGIA SOCIAL.	4	60	CUATRIM.
3	INTRODUCCION A LA ECONOMIA.	4	60	CUATRIM.
4	INTRODUCCION A LA COMUNICACION SOCIAL.	4	60	CUATRIM.



RESOLUCIÓN CS N° 273/00

Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

Av. BOLIVIA 5150 - 4400 SALTA
REPUBLICA ARGENTINA

5	INTRODUCCIÓN A LA SOCIOLOGIA.	4	60	CUATRIM.
6	TALLER DE EXPRESION I.	4	120	ANUAL
7	TALLER DE PRODUCCION RADIAL.	4	120	ANUAL
TOTAL			540	
2° AÑO				
8	LABORATORIO DE IDIOMA.	4	120	ANUAL
9	TEORIAS DE LA COMUNICACION.	4	60	CUATRIM.
10	SEMIOTICA.	4	120	ANUAL
11	ANTROPOLOGIA SOCIO-CULTURAL.	4	60	CUATRIM.
12	HISTORIA ARGENTINA CONTEMPORANEA.	4	60	CUATRIM.
13	TALLER DE EXPRESION II.	4	120	ANUAL
14	TALLER DE PRODUCCION GRAFICA.	4	120	ANUAL
15	TALLER DE INFORMATICA I.	4	60	CUATRIM.
TOTAL			720	
3° AÑO				
16	LEGISLACION DE LA COMUNICACION.	4	60	CUATRIM.
17	COMUNICACION Y CULTURA.	4	60	CUATRIM.
18	SEMINARIO I: MOVIMIENTOS ESTETICOS Y CULTURALES DE LA ARGENTINA.	4	60	CUATRIM.
19	PROMOCION CULTURAL COMUNITARIA.	4	60	CUATRIM.
20	RESIDENCIA/PASANTIA EN EL AMBIENTE DE LA PROMOCION COMUNITARIA I.	4	60	CUATRIM.
21	TALLER DE EXPRESION III.	4	120	ANUAL
22	TALLER DE INFORMATICA II.	4	120	ANUAL
TOTAL			540	
4° AÑO (Primer Cuatrimestre)				
23	TALLER DE PRODUCCION AUDIO VISUAL Y VIDEO.	4	60	CUATRIM.
24	RESIDENCIA/PASANTIA EN EL AMBIENTE DE LA PROMOCION COMUNITARIA II.	4	60	CUATRIM.
25	SEMINARIO II.	4	60	CUATRIM.
TOTAL			180	
TOTAL DEL PLAN			1.980	

CONTENIDOS MINIMOS

1.- INTRODUCCION AL CONOCIMIENTO CIENTIFICO:

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.



RESOLUCIÓN CS N° 273/00

Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

Av. BOLIVIA 5150 - 4400 SALTA
REPUBLICA ARGENTINA

2.- PSICOLOGIA SOCIAL:

La interacción humana copresencial como proceso semiótico. Funciones semánticas 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.

4.- INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACION 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 SOCIOLOGIA:

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.

6.- TALLER DE EXPRESION 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.

7.- TALLER DE PRODUCCION 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 Argentina.

8.- 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.

Esto se logrará a través del trabajo en:

- Phonology.
- Phonetics.
- Listening Comprehension Exercises.



RESOLUCIÓN CS N° 273 / 00

Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

Av. BOLIVIA 5150 - 4400 SALTA
REPUBLICA ARGENTINA

- Reading Comprehension Exercises.

9.- TEORIAS DE LA COMUNICACION:

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.

10.- SEMIOTICA:

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

11.- ANTROPOLOGIA 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.

12.- HISTORIA ARGENTINA CONTEMPORANEA:

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.

13.- TALLER DE EXPRESION 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.

14.- TALLER DE PRODUCCION GRAFICA:

Análisis y producción de textos centrados en la imagen y otros signos icónicos, fotografía, video, TV, producción gráfica, cine, publicidad, etc. Conocimiento y práctica en el análisis, diseño, producción y comercialización de programas y materiales de comunicación.

15.- TALLER DE INFORMATICA I:

Objetivos: el Taller deberá permitir iniciarse al alumno en el manejo de una PC. Deberá contener elementos básicos de computación en relación al Hardware y al Software. Sistemas operativos. conocimiento no avanzado de programas utilitarios. Procesadores de Textos, Bases de Datos y Planillas de Cálculos.



RESOLUCIÓN CS N° 273/00

Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

Av. BOLIVIA 5150 - 4400 SALTA -
REPUBLICA ARGENTINA

16.- LEGISLACION DE LA COMUNICACION:

Principios básicos del derecho constitucional. Derecho a la información en la Legislación Nacional e Internacional. Libertad de prensa. Derecho a rectificación. Código de ética. Estatuto del periodista. Normativa para el personal gráfico.

17.- COMUNICACION Y CULTURA:

La asignatura tendrá por finalidad problematizar la relación entre las estructuras sociales y estructuras simbólicas, la interacción entre productores y consumidores de los mensajes sociales. Se analizarán las diferentes líneas teóricas de los abordajes a la dimensión simbólica de los social.

18.- SEMINARIO I: MOVIMIENTOS ESTETICOS Y CULTURALES ARGENTINOS:

Concepciones de cultura. Cultura de élite, 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. Literatura canónicas y literaturas alternativas.

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

20.- RESIDENCIA /PASANTIA EN EL AMBITO DE LA PROMOCION COMUNITARIA I:

Inserción y seguimiento, como alumnos residentes, en instituciones públicas y/o privadas para el desarrollo de prácticas de observación y diagnóstico de los registros comunicacionales que circulan en la dinámica institucional.

21.- TALLER DE EXPRESION 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, TV, a través de la práctica.

22.- TALLER DE INFORMATICA II:

Prepara 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.

23.- TALLER DE PRODUCCIONES AUDIO VISUAL Y VIDEOS:

Centrado en la imagen y sus distintas manifestaciones. Fotografía, cine, TV, video, gráfica, etc. Diseño, montaje y comercialización de programas y materiales de comunicación. Trabajo de campo.

24.- RESIDENCIA /PASANTIA EN EL AMBITO DE LA PROMOCION COMUNITARIA II:



RESOLUCIÓN CS N° 273/00

Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

Av. BOLIVIA 5150 - 4400 SALTA
REPUBLICA ARGENTINA

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.

25.- SEMINARIO II:

Tiene carácter abierto y posee la finalidad de flexibilizar el Plan en relación a nuevas necesidades o avances en el conocimiento atinente a la comunicación social. Se sugieren alternativas para profundizar en problemáticas como Lenguaje y Comunicación, Periodismo y comunicación, Guiones, etc.

- 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.

- SISTEMA DE EVALUACION Y PROMOCIÓN:

El que está vigente en la Facultad de Humanidades.

- REGIMEN DE CORRELATIVIDADES DE MATERIAS:

EL ALUMNO AL CURSAR:	HABRA REGULARIZADO:	PARA RENDIR:	HABRA APROBADO:
(A) * Teorías de la Comunicación . * Semiótica.	(B) * Introducción a la Comunicación Social.	Las materias de (A).	La materia de (B).
(C) * Antropología Sociocultural.	(D) * Introducción a la Sociología. * Psicología Social.	La materia de (C).	Las materias de (D).
(E) * Taller de Expresión II. * Laboratorio de Idioma.	(F) * Taller de Expresión I.	Las materias de (E).	La materia de (F).
(G) * Movimientos Estéticos y Culturales Argentinos.	(H) * Historia Argentina Contemporanea * Semiótica.	La materia de (G).	Las materias de (H).
(I) * Comunicación y Cultura.	(J) * Teorías de la Comunicación. * Antropología Social.	La materia de (I).	Las materias de (J).
(K) * Promoción Cultural y Comunitaria.	(L) * Introd. a la Comunicación Social. * Antropología Socio Cultural.	La materia de (K).	Las materias de (L).
(M) * Taller de Expresión III.	(Ñ) * Taller de Expresión II.	La materia de (M).	La materia de (Ñ).
(O) * Taller de Informática II.	(P) * Taller de Informática I.	La materia de (O).	La materia de (P).

- 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 %.



RESOLUCIÓN CS N° 273/00

Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

Av. BOLIVIA 5150 - 4400 SALTA
REPUBLICA ARGENTINA

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

TITULO QUE OTORGA:

TECNICO UNIVERSITARIO EN COMUNICACION SOCIAL

PERFIL DEL GRADUADO:

El egresado deberá encontrarse en condiciones de conocer la estructura y proceso de generación de los mensajes sociales y la relación de los mismos con el entorno sociocultural respectivo, en sus aspectos teóricos y prácticos.

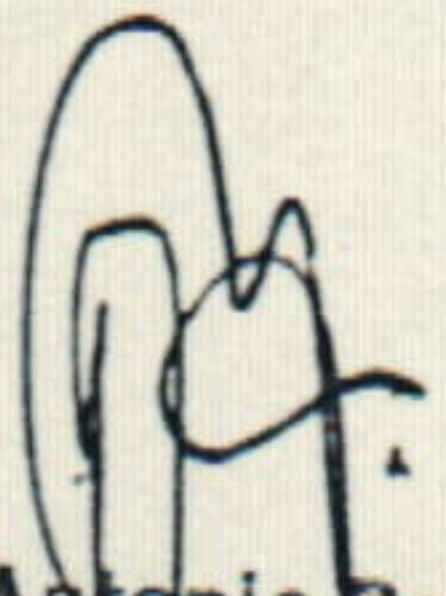
En relación con lo anterior, la práctica profesional del egresado de esta carrera estará marcada por una conducta:

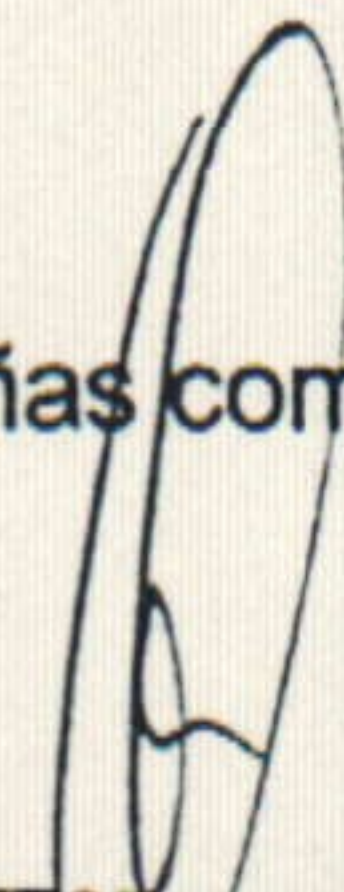
- Etica: en la producción y difusión de la comunicación.
- Responsable: socialmente en la fundamentación e interpretación de los mensajes tanto de aquellos construidos por él mismo como los construidos por la comunidad en la que se desempeña.
- Crítica: fundada en un saber reflexivo, cultural, humanístico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

ALCANCES DEL TITULO:

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

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


Prof. Juan Antonio Barbosa
Secretario Consejo Superior


Dr. VICTOR OMAR VIERA
RECTOR



RESOLUCIÓN CS N° 273/00

Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

Av. BOLIVIA 5150 - 4400 SALTA
REPUBLICA ARGENTINA

ANEXO II – Expediente N° 20.224/99.-

LICENCIATURA EN COMUNICACION SOCIAL

FUNDAMENTOS:

El presente proyecto busca generar opciones en el ámbito de Sede Regional Tartagal que dinamicen la continuidad de los estudios de pre-grado de sus propios egresados produciendo una transformación cualitativa en el campo de la inserción laboral del profesional egresado, así como la profundización de las bases de su formación.

El Licenciado en Comunicación Social tendrá un campo laboral más amplio e independiente, con múltiples perfiles como resultado del paso por la carrera. Hay algunas diferencias entre quienes esperan poder producir, realizar y crear textos en los medios contemporáneos y los que quieren convertirse en investigadores o críticos de esos mismos textos y entre ambos, están aquellos que con algo de los dos grupos anteriores se orientan a la planificación.

La Sede Regional Tartagal interpreta la necesidad de formación de grado por una diversidad de factores que involucran a la Institución Universitaria y a los medios y organizaciones públicas y privadas que la contextualizan y se configuran como espacios donde se crean, producen y reproducen las prácticas socioculturales transformadoras.

La apertura de este trayecto de formación de grado fortalece siempre las bases de crecimiento de la oferta académica de una institución de formación superior, a la vez que otorga idoneidad al graduado para el desempeño de una práctica autónoma de su profesión.

OBJETIVOS:

- Generar opciones de formación profesional en el ámbito de Sede Regional Tartagal que dinamicen la continuidad y profundización de los estudios de pre-grado de los propios egresados, produciendo una transformación cualitativa en el campo de la inserción laboral.
- Fortalecer las bases de crecimiento de la oferta académica, lo que no solo otorga una mayor idoneidad a graduado para una práctica autónoma de su profesión sino también constituye para Sede regional Tartagal una nueva alternativa de presencia de la Universidad en el espacio geopolítico en que se ubica.

DISEÑO DE LA PROPUESTA

CODIGO	ASIGNATURA	CARGA HORARIA SEMANAL	CARGA HORARIA TOTAL	REGIMEN DE DICTADO
26	METODOLOGIA EN INVESTIGACION SOCIAL.	4	120	ANUAL
27	PERSPECTIVAS SOCIO-FILOSOFICAS CONTEMPORANEAS.	4	60	CUATRIM.
28	ESTETICA EN LOS MEDIOS.	4	60	CUATRIM.
29	SEMINARIO III: ANALISIS DE LAS INSTITUCIONES Y PLANIFICACION INSTITUCIONAL.	6	80	CUATRIM.
30	SEMINARIO DE APOYO AL			



RESOLUCIÓN CS N° 273/00

Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

Av. BOLIVIA 5150 - 4400 SALTA
REPUBLICA ARGENTINA

	DESARROLLO DE TESIS.	4	120	ANUAL
31	TESIS.		300	
TOTAL			740	

TOTAL DE HORAS CATEDRAS:

- Total de horas cátedras del Trayecto de Tecnicatura: **1.980** (un mil novecientos ochenta) horas.
- Total de carga horaria del Trayecto de Licenciatura: **740** (setecientos cuarenta) horas.
- Total de carga horaria de ambos Trayectos: **2.720** (dos mil setecientos veinte) horas.

Duración total de la Carrera: 4 (cuatro) años, sumando los dos trayectos y el tiempo estipulado para el desarrollo de la tesis, según lo establecido en normativa de Facultad de Humanidades..

CUADRO DE CORRELATIVIDADES

EL ALUMNO AL CURSAR:	HABRA REGULARIZADO:	PARA RENDIR	HABRA APROBADO:
(A) * Metodología de la Investigación Social.	(B) - Introducción al Conocimiento Científico. - Introducción a la Economía. - Introducción a la Sociología. - Introducción a la Comunicación Social. - Psicología Social. - Teorías de la Comunicación. - Semiótica. - Antropología Socio-Cultural. - Comunicación y Cultura. - Promoción Cultural Comunitaria. - Residencia /Pasantía I.	La materia de (A)	Las materias de (B)

(C) * Perspectivas Socio-Filosóficas Contemporáneas.	(D) - Introducción al Conocimiento Científico. - Introducción a la Sociología. - Introducción a la Comunicación Social. - Teorías de la Comunicación. - Antropología Socio-Cultural. - Comunicación y Cultura. - Movimientos Estéticos y Culturales de Argentina.	La materia de (C).	Las materias de (D)
(E) * Estética en los Medios.	(F) - Introducción al Conocimiento Científico. - Introducción a la Sociología. - Introducción a la comunicación Social. - Teorías de la Comunicación. - Semiótica. - Comunicación y Cultura. - Movimientos Estéticos y Culturales de la Argentina. Seminario I.	Las materias de (E).	La materia de (F).
(G)	(H)		



RESOLUCIÓN CS N° 273 / 00

Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

Av. BOLIVIA 5150 - 4400 SALTA
REPUBLICA ARGENTINA

* Seminario III: Análisis de las Instituciones y Planificación Institucional.	- Introducción a la Economía. - Introducción a la Sociología. - Introducción a la Comunicación Social. - Antropología Socio-Cultural. - Comunicación y Cultura. - Promoción Cultural Comunitaria. - Legislación de la Comunicación. - Residencia I y II.	La materia de (G)	Las materias de (H)
(I) * Seminario de Apoyo al desarrollo de Tesis.	(J) El trayecto correspondiente a la Tecnatura.	La materia de (I).	Lo correspondiente a (J).
(K) * Tesis.	De acuerdo a la normativa vigente para estos casos en la Facultad de Humanidades.		

CONTENIDOS MINIMOS

26.- METODOLOGIAS DE INVESTIGACION SOCIAL:

Fundamentos de la investigación social. Distintas perspectivas teóricas. Formulación de un problema de investigación social. Tipos de diseño y estrategias de operacionalización. Abordaje cuantitativo y cualitativo. Instrumentos de relevamiento. Fuentes de información y técnicas de recolección de datos. Procesamiento y análisis de datos.

27.- PERSPECTIVAS SOCIO-FILOSOFICAS CONTEMPORANEAS:

Críticas a la razón moderna. Teoría crítica de la escuela de Frankfurt (Adorno, Benjamin). El concepto de industria cultural. Derivaciones. Razón comunicativa y razón instrumental. Las racionalidades múltiples. Ética: debates contemporáneos aplicados. Relaciones con la problemática de los mass. media.

28.- ESTETICA EN LOS MEDIOS:

Desarrollo histórico del concepto de ideología: búsqueda del nuevo espacio de la representación social. Del prerrenacimiento al Barroco. La construcción estética y moral de la revolución burguesa. Movimientos y corrientes artísticas y expresivas contemporáneas. Su influencia en los medios de comunicación; en la pintura y en la fotografía (Dadaísmo, Surrealismo, Expresionismo, Neorrealismo, Arte Pop); en cine (Surrealismo, Expresionismo, Neorrealismo, Cine industrial de Hollywood, Cine de autor, Cine latinoamericano y argentino); en literatura; en música (Jazz, Rock, etc.). Estética de los nuevos medios: del Comic al Cine y la T.V., del Rock a M.T.V. pasando por Eisenstein, de Andy Warhol al photo-shop.

29.- SEMINARIO III: ANALISIS DE LAS INSTITUCIONES Y PLANIFICACION INSTITUCIONAL:

Bases teóricas del análisis institucional. La significación del proceso comunicacional en la dinámica institucional. El diagnóstico de comunicación en las instituciones: su necesidad. Lo institucional y lo organizacional y grupal. Los discursos "en" la institución y "de" la institución. Metodología general de planificación: la planificación de la comunicación en las instituciones y en las comunidades. Planificación de la comunicación en campañas sociales de difusión/educación.



RESOLUCIÓN CS N° 273/00

Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

Av. BOLIVIA 5150 - 4400 SALTA
REPUBLICA ARGENTINA

30.- SEMINARIO DE APOYO AL DESARROLLO DE TESIS:

Características y definiciones, modelos y problemáticas. Fuentes, referencias y citas. Tipos de investigaciones. Metodologías. Planes de trabajo y fichajes. Superestructuras de textos expositivos. Estrategias discursivas en la elaboración de una tesis: la argumentación. Superestructuras del texto de opinión. Retórica y discursos de la argumentación. Resolución de trabajos de producción para medios gráficos, partidos políticos y otras instituciones.

31.- TESIS:

Constituye el requisito final de la Licenciatura en Comunicación Social y tiene como objetivo que el alumno demuestre su capacidad de plantear un problema y abordarlo poniendo en práctica los saberes adquiridos en las distintas áreas de la Carrera. La tesis deberá ajustarse a la reglamentación vigente en la Facultad de Humanidades de la U.N.Sa..

- SISTEMA DE EVALUACION Y PROMOCION:

El que está vigente en la Facultad de Humanidades de la Universidad Nacional de Salta.

- RECURSOS HUMANOS:

La Sede Regional Tartagal, cuenta con cargos docentes de la Carrera de Letras que por extensión de funciones cubrirían las demandas de este trayecto de Licenciatura en un 70 %. El 30 % restante sería cubierto por convenios con Instituciones Nacionales que apoyan la formación de recursos humanos en esta área.

TITULO QUE OTORGA:

LICENCIADO EN COMUNICACION SOCIAL

PERFIL DEL GRADUADO:

El Licenciado en Comunicación Social será un graduado capaz de re-pensar la teorización en comunicación para producir el ingrediente renovador del "hacer comunicación". Un sujeto dotado de capacidad crítica, productiva y creativa para desenvolverse frente a los problemas de comunicación existentes. En el mismo sentido capacitado para actuar desde la comprensión de las realidades locales y regionales en continuo diálogo con lo transnacional y lo global, con habilidad para aplicar conocimientos metodológicos, técnicos e instrumentales.

Supone asimismo este perfil un sujeto que integre, en la generación de conocimientos, la actividad de producción con la de investigación, contribuyendo desde su especificidad a los procesos integrales de transformación social.

ALCANCES DEL TITULO:

El Licenciado en Comunicación Social será un profesional capaz de:

- Diseñar y planificar estrategias de comunicación institucional, empresarial y de medios masivos.



RESOLUCIÓN CS N° 273/00

Universidad Nacional de Salta

CONSEJO SUPERIOR

Av. BOLIVIA 5150 - 4400 SALTA
REPUBLICA ARGENTINA

- Intervenir en el diseño de programas de comunicación que acompañen procesos de adquisición de conocimientos en distintos niveles, ámbitos o instancias.
- Diseñar, ejecutar y evaluar estrategias de comunicación en procesos de comunicación macrosociales (campañas de salud, programas de desarrollo, de prevención, etc.).
- Investigar sobre el campo de la comunicación en la búsqueda de la actualización constante y la producción de conocimientos.
- Analizar, desde una perspectiva comunicacional y con herramientas inter y transdisciplinarias, los procesos políticos, culturales y de comunicación vinculados con todos los sectores, tanto a nivel internacional como nacional, provincial y municipal.

Prof. Juan Antonio Barbosa
Secretario Consejo Superior

Dr. VICTOR OMAR VIERA
RECTOR