

CONTENIDOS MÍNIMOS DE CADA ASIGNATURA

CICLO BÁSICO COMÚN

Lectura y escritura I

Objetivos:

Que el alumno adquiera o afiance hábitos de lectura y escritura, y que desarrolle competencias para la producción de textos como un proceso estratégico.

Contenidos:

Lectura y escritura como procesos de comunicación. Concepto. Etapas. Estrategias.

Lenguaje y comunicación. Proceso y funciones del lenguaje. Componentes de la situación comunicativa. Oralidad y escritura.

El texto como objeto de lectura y de escritura. Nivel es y dimensiones.

Géneros discursivos. Lengua española: sistema, norma y habla. Aspectos normativos en las dimensiones notacional, morfológica, sintáctica, semántica y pragmática.

Procesos sociales y políticos contemporáneos

Objetivos:

Que el alumno comprenda en su complejidad los principales procesos sociales, económicos, políticos y culturales que configuran la historia reciente en América Latina y la Argentina.

Contenidos:

La modernidad: claves para interpretar la historia de la sociedad y la cultura. Origen y problemas del Estado Moderno. Positivismo. La construcción de la modernidad latinoamericana. Marxismo. Siglo XIX: conflictos sociales y políticos en el mundo, Argentina y San Juan.

Pensadores posmodernos. Siglo XX: contexto histórico-ideológico-cultural.

Modelos de acumulación. América Latina en el marco de las democracias condicionadas, rupturas revolucionarias, dictaduras y nuevas democracias.

Comunicación y medios

Objetivos:

Que el alumno reconozca la relación dialéctica entre contextos sociales, culturales y políticos y el surgimiento, evolución y naturaleza de las tecnologías y medios de comunicación social.

Contenidos:

De la imprenta a Internet: cambios en las formas de producción y distribución de los bienes simbólicos. La revolución industrial como revolución en las comunicaciones. Modernidad y medios de comunicación.

Naturaleza y características distintivas de las tecnologías y los medios gráficos, radiales, televisivos y multimediales. Diversificación de la audiencia de masas. Revolución de las tecnologías de la información y la comunicación. Del paradigma industrial al capitalismo informacional. Bienes culturales y bienes intangibles. Convergencia tecnológica. Redes sociales. Medios digitales. Dimensión deontológica del trabajo del comunicador.

Comunicación, imagen y sonido

Objetivos:

Que el alumno reflexione sobre la relación histórica entre la imagen y el sonido mediatizados y otras modalidades de representación a lo largo de la historia.

Contenidos:

Del lenguaje visual al mensaje visual. Percepción y representación. De la imagen sintética a la imagen digital. Sintaxis visual. La imagen fotográfica. La imagen audiovisual. Estética: distintos paradigmas en torno a la noción de arte. Movimientos de vanguardia. El sonido. Las funciones del sonido en los medios audiovisuales. El sonido en cine, video, televisión y radio. Sintaxis musical.

Introducción al pensamiento científico

Objetivos:

Que el alumno se introduzca al estudio histórico-social y filosófico de la ciencia, y reflexione críticamente en torno a las diversas dimensiones e implicancias sociales de los procesos de producción de conocimientos científicos.

Contenidos:

Concepciones de la ciencia en la historia del pensamiento occidental. Contexto histórico y condiciones sociopolíticas de surgimiento de las disciplinas científicas modernas. Rupturas con saberes previos. Dimensiones histórica, social, cultural, epistémica y política de producción de conocimientos científicos. Caracterización moderna y contemporánea de la ciencia. Conocimiento científico y conocimiento de sentido común. Relación sujeto-objeto. Clases de ciencias, tipos de enunciados científicos y criterios de verdad. El papel de la teoría. Relación entre Epistemología, Teoría, Metodología y Técnicas de investigación. Debates acerca de los métodos de descubrimiento y validación. Principales corrientes epistemológicas y metodológicas en Ciencias Empíricas: inductivismo, deductivismo, constructivismo, falsacionismo. Implicancias sociales, políticas, económicas, culturales y éticas de la ciencia en las prácticas sociales. Perspectivas epistemológicas latinoamericanas y reflexiones en torno a las relaciones entre Ciencia, Tecnología, Política y Sociedad.

Epistemología de las Ciencias Sociales

Objetivos:

Que el alumno conceptualice las problemáticas epistemológico-metodológicas más relevantes en el campo de las Ciencias Sociales y las principales corrientes de la Teoría Social contemporánea.

Contenidos:

Constitución histórica de las Ciencias Sociales. Condiciones sociales, culturales, epistémicas y políticas del surgimiento de las disciplinas científico-sociales europeas. Grandes paradigmas epistemológico-metodológicos en Ciencias Sociales. Positivismo, Hermenéutica y Dialéctica. El problema del método: explicación vs. comprensión. Principales corrientes de la Teoría Social contemporánea. Estructural-funcionalismo. Teoría de sistemas. Sociología comprensiva. Materialismo

histórico. Escuela de Frankfurt. Teoría de la hegemonía. Postmarxismos. Postestructuralismo. Teorías del Discurso.

Políticas y legislación en Comunicación

Objetivos:

Que el alumno comprenda el papel del Estado como generador de políticas comunicacionales y entienda el marco legal de la actividad en la Argentina y América Latina.

Contenidos:

Problemáticas en torno al Estado Moderno y contemporáneo. NOMIC, teoría de la dependencia y la invasión cultural y el Pacto de San José de Costa Rica. Diversas concepciones y actores desde la Sociopolítica de la comunicación y la economía política de las comunicaciones. Acceso y participación. Legislación sobre medios en Europa, Estados Unidos y Latinoamérica. Debates latinoamericanos sobre comunicación. Políticas de medios de comunicación en el siglo XX y XXI en Argentina y América Latina. Privatizaciones, desregulación, autoregulación y multimedios. Legislación y políticas sobre medios gráficos. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Lectura y escritura II

Objetivos:

Que el alumno comprenda los diferentes géneros discursivos así como las características propias de la expresión oral y escrita a los fines de la lectura y producción de textos.

Contenidos:

Géneros, estilos, formatos y tipos de textos. Funciones textuales y géneros mediáticos. Reconocimiento y producción de textos informativos, narrativos, descriptivos, explicativos y argumentativos. Reconocimiento y producción de textos para soportes gráfico, radiofónico, audiovisual y digital.

Teorías de la Comunicación I

Objetivos:

Que el alumno conozca las principales corrientes en los estudios sobre comunicación y reflexione en torno de los supuestos epistemológicos presentes en cada abordaje.

Contenidos:

Ubicación del campo de estudio de la comunicación en las ciencias sociales.

Enfoques clásicos de la comunicación de masas:

Aplicación del positivismo al estudio de la comunicación - "Mass Communication Research": el conductismo, la teoría de la sociedad de masas y teoría de la aguja hipodérmica; el neoconductismo y la corriente empírico-experimental; la sociología de campo y los estudios empíricos sobre el terreno; el funcionalismo.

Aplicación del paradigma sociocrítico al estudio de la Comunicación - Escuela de Frankfurt - 1ª generación: industria cultural, cierre del universo del discurso. Escuela de Frankfurt - 2ª generación: introducción a la teoría de la acción comunicativa.

Interaccionismo Simbólico. Teoría Sistémica - Escuela de Palo Alto.

Comunicación verbal y no-verbal.

Teorías de efectos cognitivos de los mensajes de los medios en el público, a largo plazo.

Construcción social de la realidad y construcción del acontecimiento.

Comunicación gráfica

Objetivos:

Que el alumno conozca y comprenda la naturaleza, lenguaje y características de los medios gráficos en sus distintas expresiones y se inicie en la producción de contenidos.

Contenidos:

Origen, desarrollo y características de los medios de comunicación gráficos en América Latina, Argentina y San Juan. Los medios gráficos como actores políticos y productores de Conocimiento. Medios impresos privados, institucionales, educativos, comunitarios, gremiales y sectoriales. Grupos multimedios. Morfología y organización de contenidos en diarios, revistas y otras publicaciones periódicas impresas. El concepto de noticia. Del hecho al relato del hecho. De los factores noticiables a la valoración de los acontecimientos. Producción de contenidos para medios impresos: fases y características. Periodicidad y construcción de la actualidad. Fuentes. Agencias. Géneros del periodismo gráfico en diarios, periódicos y revistas. Hibridación. Infografías. La fotografía y su relación con la prensa. Fotoperiodismo. La publicidad y otras formas de espacios pagos. Públicos lectores. Impacto y papel de las TICs.

Comunicación radiofónica

Objetivos:

Que el alumno conozca y comprenda la naturaleza, lenguaje y características del medio radiofónico en sus distintas expresiones y se inicie en la producción de contenidos.

Contenidos:

Origen, desarrollo, organización y características de los medios radiofónicos públicos, privados, institucionales, comunitarios o alternativos en América latina, Argentina y San Juan. Modelos radiofónicos: contenidos, estéticas, perfiles de audiencia. Lenguaje radiofónico: elementos. Guión. Programación. Programa de radio. Tipología. Géneros y formatos radiofónicos periodísticos, ficcionales, promocionales. Hibridaciones y nuevos formatos. Agencias. La publicidad en la radio. Impacto de las TICs. La radio por Internet. Análisis, escucha crítica y producción de piezas en distintos géneros y formatos.

Psicología del sujeto y la Comunicación

Objetivos:

Que los alumnos se aproximen a diferentes miradas epistemológicas acerca de la construcción de la subjetividad en relación a las transformaciones culturales y su dialéctica con el campo comunicacional.

Contenidos:

La comunicación lineal: el conductismo-cognitivismo -neurociencias.

La comunicación como sistema: El interaccionismo.

La comunicación como síntoma: Del sujeto de la razón al sujeto dividido. De la Psicología de las masas al Malestar en la cultura.

La comunicación como malentendido necesario: Diferencia entre constitución del sujeto como invariante estructural y subjetividad como efecto de transformaciones culturales. Lenguaje, palabra y discurso.

El discurso como lazo social. Significantes amos: disputa simbólica por el

relato. Dispositivos de control como efecto de la declinación subjetiva de la autoridad.

Tecnología computacional I

Objetivos:

Que el alumno desarrolle capacidad de evaluación crítica frente a las opciones que ofrece la tecnología computacional y pueda operar con solvencia sobre los aspectos tecnológicos de la producción y edición de imágenes digitales con propósitos diversos.

Contenidos:

Fundamentos de la tecnología computacional, alcances y limitaciones. Configuración lógica y física de la computadora. Tecnología de gráficos digitales: dimensiones, color, formatos gráficos. Creación y edición de gráficos con destinos diversos (impresión, monitor, web). Software libre, Software privativo y Software patentado.

Lingüística y Comunicación

Objetivos:

Que el alumno comprenda la lingüística como disciplina científica, sus principales teorías y su relación con la comunicación.

Contenidos:

La lingüística como disciplina: objeto/s y unidades de análisis. El lenguaje: sistema y uso.

La lengua. Gramática. Aspectos morfológicos y sintácticos del español.

El texto. Contexto de situación. Cohesión textual. Tipos textuales. El lenguaje en el contexto social.

Instituciones y sociedad

Objetivos:

Que el alumno reconozca diferentes abordajes teóricos sobre instituciones y organizaciones.

Contenidos:

Institución. Constitución de las instituciones como fundamento del orden social: lo instituido.

La dinámica del cambio: lo instituyente. Organización, paradigmas de lectura acerca de las organizaciones. Organizaciones y poder. Diferentes actores institucionales y sus relaciones. Grupos. Discurso, lenguaje, ideología e instituciones.

Literatura latinoamericana y argentina de los siglos XX y XXI

Objetivos:

Que el alumno comprenda la relación entre la literatura como discurso social y el contexto en que dicho discurso se produce.

Contenidos:

Literatura: conceptos básicos. Movimientos literarios. Relación entre la literatura y los procesos sociales y políticos argentinos y latinoamericanos de los siglos XX y XXI. El ensayo latinoamericano. La narrativa latinoamericana. La dramática. La Lírica.. Autores y obras en América Latina y Argentina

Derecho y Comunicación

Objetivos:

Que el alumno conozca y comprenda la terminología y los principios generales del derecho e identifique sus fuentes. Que reconozca a la comunicación como derecho humano.

Contenidos:

El Derecho. Concepto. Clasificación. Organización jurídica del Estado nacional y provincial. El derecho subjetivo a la información. La comunicación como Derecho Humano: Pacto de San José de Costa Rica. La libertad de expresión. Límites a la libertad de expresión. Derechos de autor. Derecho a la intimidad. Terminología jurídica para el manejo periodístico.

Economía Política

Objetivos:

Que los estudiantes comprendan los enfoques teóricos que problematizan las diversas formas de articulación entre el estado y el mercado.

Contenidos:

Economía política y Economía. El enfoque neoclásico y la determinación de los precios

El enfoque keynesiano y la determinación del producto. Gasto y empleo.

Economía internacional, latinoamericana y argentina. Crecimiento y Desarrollo.

Fotografía

Objetivos:

Que el alumno adquiera y conozca el lenguaje fotográfico a través del aprendizaje de sus fundamentos teóricos, técnicos, prácticos y estéticos.

Contenidos:

Conceptos básicos y fundamentos técnicos de la fotografía. Antecedentes históricos.

Tipología de cámaras. Fotografía analógica y digital. Iluminación. Objetivos, filtros y equipamiento fotográfico. Estrategias significativas: composición y encuadre fotográfico. La fotografía en la convergencia tecnológica.

Diseño y técnicas de impresión

Objetivos:

Que el estudiante explore los elementos formales y de estilo del diseño gráfico y conozca las distintas etapas de impresión de la industria gráfica, sus alcances tecnológicos y recursos.

Contenidos:

Diseño gráfico. Diseño editorial y diseño de la información. Diseño desde el contenido. Tipografía. Diagramación. Composición. Piezas impresas: formatos. Maquetado. Sistemas de impresión analógicos y digitales. El color. Papel: clasificación y posibilidades. Tintas. Encuadernación.

Estadística

Objetivos:

Que el alumno comprenda las herramientas que la estadística dispone para la interpretación de datos e información y su aporte a la Comunicación en el marco de las Ciencias Sociales.

Contenidos:

La estadística y su relación con las Ciencias Sociales. Nociones matemáticas. Estadística descriptiva. Análisis descriptivo completo. Medidas de tendencia central y medidas de dispersión. Características. Indicadores.

Tipos. Números índices. Probabilidad. Elementos de teoría de conjuntos. Distribuciones de probabilidad. Muestreo. Inferencia estadística. Test de hipótesis.

ASIGNATURAS COMUNES DEL CICLO SUPERIOR ORIENTADO

Teorías de la Comunicación II

Objetivos:

Que el alumno conozca los estudios críticos en el campo de la comunicación contemporánea en el marco del paradigma interpretativo y reflexione sobre la producción, circulación y consumos mediáticos como procesos de mediación sociocultural en América Latina y la región.

Contenidos:

Comunicación y cultura como campos interdisciplinarios en el marco de la geopolítica del conocimiento desde una perspectiva intercultural. La Escuela de Birmingham. Los Estudios Culturales en América Latina y Argentina. Medios masivos, cultura de masas y cultura popular. El problema de las mediaciones de producción de sentido. Los procesos de recepción del discurso. Discurso y poder.

Comunicación audiovisual

Objetivos:

Que los alumnos puedan problematizar, analizar y caracterizar los discursos, soportes y medios audiovisuales, especialmente el de la televisión y se inicien en la producción de contenidos.

Contenidos:

Medios, géneros y formatos para la comunicación audiovisual. Naturaleza del medio televisivo. Origen, desarrollo y características de los medios audiovisuales públicos, privados, institucionales y comunitarios en América latina, Argentina y San Juan. Monopolios. Multimedios. Productoras y canales. Programación televisiva. Géneros y formatos. La segmentación de los públicos. Los nuevos géneros. Hibridación. Tecnologías de emisión y recepción. Equipo técnico para la producción audiovisual. El lenguaje audiovisual: elementos básicos. Evolución tecnológica, estética y discursiva de la televisión en las últimas décadas. El proceso de producción audiovisual: etapas. Televisión con fines educativos. Canales, géneros y formatos. Formatos periodísticos en TV. Impacto de las NTICS. El diseño de la programación de medios audiovisuales: modelos de programación y metodología para su diseño. La organización de las tareas de producción en los medios audiovisuales. Producción propia, co-producciones, producciones en red, etc. Recursos institucionales y económicos para la producción audiovisual (concursos INCAA, polos regionales, Red nacional audiovisual universitaria, etc.) Gestión de contenidos producidos por terceros; vinculación con productores independientes. Análisis y audiovisionado crítico.

Lingüística y análisis del discurso

Objetivos:

Que el alumno conozca, discuta y aplique diversas vertientes del análisis del discurso según diversos enunciados históricos.

Contenidos:

El discurso en el marco de la lingüística. El discurso como campo interdisciplinario. Criterios de pertinencia.

Discurso y subjetividad. Enunciación. Géneros discursivos. Polifonía.

Discurso y poder. Prácticas discursivas.

Análisis de discursos de la comunicación periodística, institucional, educativa y comunitaria.

Inglés I

Objetivo:

Que el alumno adquiera conocimientos básicos del idioma inglés en sus aspectos morfológicos, sintácticos, fonológicos, semánticos y pragmáticos.

Contenidos:

The, a, an. Pronombres. Sujeto y predicado. Adjetivos posesivos. Presente simple. Formas afirmativa, interrogativa y negativa. Adverbios de tiempo.

Verbo to be. Uso del verbo auxiliar do/does. There is/are. Uso de who, where, when, what, which, why. Preposiciones. Presente continuo. Voz pasiva. El adjetivo. Pasado simple. Futuro simple. Oraciones condicionales. Verbos defectivos. Prefijos. Modo imperativo. Verbos regulares e irregulares. Sufijos. Vocabulario.

Tecnología computacional II

Objetivos:

Que los alumnos operen sobre los aspectos tecnológicos de la producción y edición de textos y publicaciones digitales con destinos diversos y que puedan abordar el aprendizaje de diferentes softwares relacionados con su trabajo.

Contenidos:

Fundamentos del trabajo con textos digitales e hipertextos. Producción de publicaciones digitales e impresas. Lógica de los softwares de maquetación. Desempeño eficiente en la web: herramientas de búsqueda, intercambio y almacenamiento de información a través de Internet.

Metodologías de investigación en Comunicación

Objetivos:

Que el alumno analice y comprenda el proceso de investigación en comunicación desde diversos enfoques epistemológicos y teóricos así como analice y proponga diseños de investigación.

Contenidos:

La comunicación como objeto de estudio: principales problemáticas y aspectos epistemológicos. Formulación de un problema de investigación en comunicación. Tipos de diseño. Abordaje cuantitativo y cualitativo. Instrumentos de relevamiento y construcción de datos. Deconstrucción de textos académicos. Trabajo de campo y prácticas investigativas. La escritura de informes de investigación.

Planificación de proyectos en Comunicación

Objetivos:

Que los alumnos aprendan a formular un proyecto comunicacional en distintos contextos.

Contenidos:

Planificación: contexto y corrientes teórico epistemológicos en América Latina. Metodología general de planificación. Diagnóstico, formulación, gestión, evaluación y sistematización de proyectos sociales comunicacionales en ámbitos privados y públicos. El presupuesto en la planificación.

Semiótica y Comunicación

Objetivos:

Que los alumnos comprendan y contrasten teorías semióticas a fin de analizar prácticas y productos comunicativos en distintos formatos y soportes.

Contenidos:

La semiótica como disciplina: objeto/s, métodos y unidades de análisis.

El signo. Teorías de Saussure, Peirce y Eco.

La significación. Recorridos generativos: planos, niveles, componentes y unidades de análisis. Significación y comunicación.

Semiosis social. Discurso social: producción, circulación y reconocimiento.

Semiosis social y comunicación.

Análisis de discursos sociales en diversos formatos y soportes.

Comunicación y medios digitales

Objetivos:

Que los alumnos comprendan las características técnicas y discursivas presentes en los medios digitales interactivos y se inicien en la producción de contenidos.

Contenidos:

La comunicación digital interactiva. El lenguaje multimedial. Internet y la www: naturaleza, características e historicidad. Convergencia. Sitios, portales, blogs, redes y otros espacios. Medios periodísticos on line.

Internet y comunicación educativa. Medios comunitarios en la web. Medios interactivos en la comunicación institucional. Análisis crítico de medios y mensajes. Transmedialidad.

Inglés II

Objetivos:

Que el alumno amplíe su conocimiento sobre las estructuras del idioma a un nivel intermedio y adquiera capacidad de comunicación conversacional, así como habilidad para producir y comprender textos en inglés.

Contenidos:

Tiempos verbales, estructura verbal y expresiones: futuro, presente perfecto, pasado continuo, pasado perfecto simple. Tiempo presente en tiempo futuro: primero y segundo condicional. Usos del gerundio y del infinitivo. Adverbios, formación y comparación. Formas posesivas.

Pronombres reflexivos. Uso de artículos. Reported Speech. Expresiones de número y cantidad. Exclamaciones con What, How, So and Such. Formación de palabras. Pronunciación, ritmo y entonación. Interpretación de textos publicitarios y periodísticos.

Epistemología de la Comunicación

Objetivos:

Que el alumno reflexione críticamente acerca del lugar que ocupan los estudios científicos de la comunicación al interior del campo de las Ciencias Sociales y de las problemáticas epistemológicas y metodológicas específicas de la Comunicación.

Contenidos:

Ciencias Sociales y Ciencias de la Comunicación. Entrecruzamientos disciplinares y especificidad disciplinar. Estatuto epistemológico de las Ciencias de la Comunicación.

Presupuestos filosóficos, campo de investigación, objeto de estudio, enfoques teóricos y abordajes metodológicos en Ciencias de la Comunicación.

Implicancias sociales, culturales, éticas y políticas de la producción de conocimientos en Ciencias de la Comunicación.

Seminario de extensión

Objetivos:

Que los alumnos conozcan y realicen tareas de extensión bajo supervisión docente, en ámbitos comunitarios, organizaciones no gubernamentales o de la sociedad civil y/o instituciones públicas provinciales

Contenidos:

La extensión universitaria: tradiciones teóricas sobre la extensión. Distintos modelos de intervención. La universidad como motor de promoción de la extensión. La vinculación de la universidad con su entorno social. Prácticas de extensión en el marco de proyectos vigentes en la UNSJ.

Seminario de Trabajo Final

Objetivos:

Que los alumnos recuperen las líneas epistemológicas y metodológicas vistas a lo largo de la carrera y las apliquen en la formulación de un proyecto de investigación o de un proyecto de intervención, cuyo informe final o tesina constituya la instancia final de evaluación de la Licenciatura en Comunicación Social.

Contenidos:

Herramientas conceptuales y formales para la elaboración de un proyecto de tesina o de un proyecto de intervención en el campo de la comunicación. Asesoramiento y discusión de temas y ante-proyectos. Apoyo temático, conceptual, teórico y metodológico para la elaboración y concreción de un plan de trabajo.

ASIGNATURAS DEL CICLO SUPERIOR ORIENTADO EN COMUNICACIÓN PERIODÍSTICA

Teorías del periodismo

Objetivos:

Que los alumnos identifiquen y problematicen sobre aspectos y conceptos constitutivos del campo del periodismo desde aportes teóricos diversos.

Contenidos:

Modelos teóricos sobre el trabajo y la profesionalidad periodística.

Problematización y discusiones teóricas acerca del proceso de producción,

circulación y consumo de la información periodística. Aproximación a los debates en torno de la construcción de la realidad social pública. Noticia, acontecimiento, tematización, agendas.

Producción radiofónica periodística

Objetivos:

Que los alumnos concreten una práctica reflexiva y teóricamente fundada en las distintas etapas de la producción periodística para medios radiofónicos y que sean capaces de formular y evaluar proyectos en este sentido.

Contenidos:

La producción periodística para medios radiofónicos: etapas. La construcción de la noticia radiofónica. Noticiabilidad. Rutinas laborales. Fuentes y recursos para la producción periodística radial. Géneros y subgéneros del periodismo radiofónico. Formatos de programas periodísticos. Hibridación. Consumo y recepción. Prácticas de análisis, producción, realización y edición de contenidos periodísticos para radio. Elaboración de proyectos y ejecución de programas periodísticos radiofónicos. Formulación de proyectos de emisoras radiales con y sin fines de lucro.

Producción gráfica periodística

Objetivos:

Que los alumnos concreten una práctica reflexiva y teóricamente fundada en las distintas etapas de la producción periodística para medios impresos.

Contenidos:

La producción periodística para medios impresos: fases y características. La noticia. Fuentes. Géneros del periodismo gráfico informativo, interpretativo y de opinión en diarios, periódicos y revistas. La edición periodística. Gestión en periodismo: organización de la redacción. Prácticas de análisis, redacción y titulación de textos periodísticos para medios impresos. Formulación y ejecución de un proyecto gráfico periodístico.

Producción audiovisual periodística

Objetivos:

Que los alumnos concreten una práctica reflexiva y teóricamente fundada en las distintas etapas de la producción periodística para medios audiovisuales.

Contenidos:

Canales, programas y espacios informativos de televisión. Hibridación. La producción periodística para medios audiovisuales: fases y características. La noticia en televisión. Criterios de noticiabilidad. Fuentes. Televisión y política. La violencia en TV. Estereotipos. La ficcionalización de la información televisiva.

El noticiero televisivo: ritmo y composición de un mensaje global. El guión de un noticiero.

El guión como estructura del relato audiovisual y pauta productiva.

Dimensiones significantes y estéticas. Modalidades. Procedimientos de elaboración: bases documentales e informativas; la elaboración de la idea o argumento; su puesta en imágenes, etc.).

Técnicas de conducción en TV.

Teoría y práctica de análisis, producción, realización y postproducción de géneros informativos de televisión: flash, entrevista, crónica, informes e informes especiales. Departamentos informativos. El servicio informativo en la programación del medio. Línea editorial y construcción de agenda. Lenguaje, formatos, rutinas de producción. La participación ciudadana en la producción de la información: corresponsales, articulación con organizaciones y movimientos sociales, interacción de medios públicos y sin fines de lucro, etc. Departamentos creativos y producción de contenidos no informativos. La producción y realización audiovisual como proceso creativo. Adecuación de géneros, formatos y temáticas con diferentes segmentos de la audiencia La producción de programas de entretenimiento y ficción.

Comunicación y Derechos Humanos

Objetivos:

Que el alumno reflexione sobre la relación entre los Derechos Humanos y la comunicación a través de la producción de contenidos con enfoque basado en derechos.

Contenidos:

Los Derechos Humanos como productos culturales. Los DDHH en sus contextos históricos y epistemológicos. Derechos Humanos de primera, segunda, tercera y cuarta generación.

Principales instrumentos internacionales que fijan los principios y estándares de Derechos Humanos. El enfoque de Derechos Humanos como marco conceptual. Derechos Humanos, comunicación e igualdad en la Sociedad de la Comunicación.

Producción para medios digitales (Periodística)

Objetivos:

Que los alumnos concreten una práctica reflexiva y teóricamente fundada en las distintas etapas de la producción periodística para medios digitales interactivos.

Contenidos:

Narrativas periodísticas en la web. Interactividad, hipertextualidad y multimedialidad en los contenidos periodísticos para medios en entornos digitales. Producción y redacción de noticias para medios digitales. Nuevos géneros en el periodismo digital. La noticia en las redes sociales y los dispositivos móviles. Entornos colaborativos. Emprendimientos periodísticos en internet. Periodismo ciudadano. Nuevos medios en la red.

Comunicación pública de la ciencia y la tecnología

Objetivos:

Que los alumnos comprendan diferentes posicionamientos teórico filosóficos frente a la ciencia, la tecnología y la comunicación pública de ambas y desarrollen habilidades críticas para analizar y producir obras de comunicación pública de la ciencia y la tecnología.

Contenidos:

Introducción a la historia de la ciencia y la tecnología modernas. La ciencia y la tecnología hoy en nuestro país. Diversas perspectivas en coexistencia sobre la comunicación social de la ciencia y la tecnología. Análisis de formatos y lenguajes posibles para la producción CPCyT.

Finanzas públicas

Objetivo:

Que el alumno comprenda la actividad financiera del Estado y el rol de los medios en el proceso de fiscalización y control en el logro de la transparencia en la gestión.

Contenidos:

Finanzas Públicas: concepto; enfoques; evolución; objetivos e instrumentos de la política fiscal y de otras políticas públicas. El sector público: marco institucional. El presupuesto público: gastos y recursos. Los gastos públicos: tipos, nivel y composición. Planeamiento y control del gasto. Efectos económicos. Los recursos públicos. Sistema tributario: descripción, clases y efectos económicos de los tributos. Uso del crédito: deuda pública interna y externa. La tarifación: tipos, ventajas y limitaciones.

Argentina: historia y sociedad

Objetivos:

Que el alumno comprenda los procesos que caracterizan las etapas de la historia argentina a partir de la consolidación del Estado Nacional hasta la actualidad.

Contenidos:

La Argentina en distintos periodos histórico-sociales desde la consolidación del Estado Nacional hasta la actualidad. Estudio y aplicación de categorías de análisis.

El Periodismo en la historia de San Juan

Objetivos:

Que los alumnos sean capaces de caracterizar componentes estructurales y de contenido, a lo largo de la historia, en periódicos de la provincia de San Juan;

Contenidos:

Surgimiento del periodismo en San Juan. El debate periodístico por la reforma eclesiástica. El rol del periodismo durante la guerra civil entre unitarios y federales. El periódico y el registro o boletín oficial. Diario "El Zonda": primera y segunda épocas. Periodismo de finales del siglo XIX: "La Voz de Cuyo" y "La Unión". El advenimiento del telégrafo y sus implicancias en el periodismo. Periódicos de transición entre el siglo XIX y el XX: "La Provincia" y "El Porvenir". Periódicos de principios del siglo XX: "San Juan" y "Debates". El periodismo pretendidamente "independiente": "Diario Nuevo". Una experiencia de prensa populista en la primera mitad del siglo XX: "La Reforma". La construcción de las noticias sobre crímenes políticos en la historia de San Juan. Periódicos con décadas de duración, a mediados y fines del siglo XX: "Tribuna", "La Acción", "Diario de Cuyo". Caracterización e interpretación del rol de los semanarios tras la recuperación democrática de 1983. El rol del periodismo sanjuanino en los casos de juicio político. La publicidad como paratexto del periodismo. El fotoperiodismo en San Juan y su evolución.

ASIGNATURAS DEL CICLO SUPERIOR ORIENTADO EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Comunicación institucional

Objetivos:

Que el alumno conozca las teorías y modalidades de la comunicación en organizaciones y/o instituciones públicas, privadas y del tercer sector.

Contenidos:

Comunicación en instituciones y organizaciones: diversas teorías.

Comunicación institucional: concepto, componentes, tipos y características.

Políticas, estrategias y objetivos de comunicación institucional.

Herramientas para la comunicación institucional: Relaciones Públicas,

Comunicación Periodística, Publicidad y Propaganda. Comunicación interna:

dinámica y flujo. Funciones de la comunicación interna. Redes de

comunicación. Comunicación Externa: cultura, imagen, identidad.

Posicionamiento. Presencia social.

Públicos. La institución y la opinión pública. Canales de comunicación.

Formas de comunicación externa. La gestión de la Comunicación. Auditorías de Comunicación.

Producción radiofónica institucional

Objetivos:

Que los alumnos concreten una práctica reflexiva y teóricamente fundada en las distintas etapas de la producción radiofónica para y desde instituciones y puedan formular y evaluar proyectos radiofónicos institucionales.

Contenidos:

El discurso radiofónico persuasivo. Producción, realización, edición y post producción de piezas sonoras para instituciones, organizaciones, empresas y productos. Géneros y subgéneros radiofónicos promocionales. Hibridación.

Mensajes publicitarios radiofónicos. Publicidad comercial y publicidad social.

Comunicación política en radio. Gestión cultural en radio. Formatos de programas con fines promocionales. Campañas. Recepción.

Prácticas de análisis, producción, realización y edición de contenidos radiofónicos con fines promocionales. Formulación de un proyecto radiofónico con fines institucionales u organizacionales.

Producción gráfica institucional

Objetivos:

Que los alumnos concreten una práctica reflexiva y teóricamente fundada en las distintas etapas de la producción de soportes y medios impresos con fines de comunicación institucional.

Contenidos:

Imagen institucional e identidad visual. El sistema visual. Dimensiones semántica, sintáctica y funcional. Construcción y diseño de la marca institucional. Isotipo. Logotipo. Manual de marca. Tipografías. Colores.

Identidad visual para medios gráficos. Relación entre el texto y la imagen.

Funciones del texto sobre la imagen. El slogan. Slogans aplicados a instituciones y productos. El copy en gráfica. El texto como complemento y profundización de la idea. La redacción en sus diferentes soportes: diarios,

revistas, house organ, suplementos, cuadernillos, folletería, libros, afiches.

Diseño de port folio. Tipologías. Dípticos. Trípticos. Formulación y ejecución de un proyecto gráfico institucional.

Producción audiovisual institucional

Objetivos:

Que los alumnos concreten una práctica reflexiva y teóricamente fundada

en las distintas etapas de la producción audiovisual en y para instituciones.
Contenidos:

El audiovisual en la acción comunicativa de las organizaciones. La producción y realización audiovisual para finalidades institucionales, organizacionales y/o empresariales. Fases y características. El lenguaje audiovisual. Géneros, formatos y otras variables de discurso audiovisual referido a instituciones, empresas, comercios, industrias, productos, grupos y organizaciones políticas o sociales. Responsabilidad Social Empresarial. El guión, la realización y la postproducción. Los medios televisivos y otros modos de distribución del mensaje.

Prácticas de análisis, producción, realización y edición de productos audiovisuales institucionales, organizacionales, empresariales y comerciales.

Diseño de campañas

Objetivos:

Que el alumno aprenda a diseñar campañas de comunicación de acuerdo a las necesidades de cada organización.

Contenidos:

Diseño y evaluación de campañas: perspectivas teóricas, objetivos, métodos. Campañas con fines comerciales. Diseño y proceso de creación de la campaña de un producto. La marca. La estrategia comunicacional, plan, programa, acciones. Campañas de bien público. Metodología. Etapas. El brief de la organización de la sociedad civil. Estrategias de Implementación de la campaña. Marketing directo para campañas de bien público. Bocetos de piezas gráficas, radiales y audiovisuales. Presentación de la campaña. Evaluación de resultados.

Producción para medios digitales (Institucional)

Objetivo:

Que los alumnos concreten una práctica reflexiva y teóricamente fundada en la producción de espacios y contenidos para medios digitales interactivos, desde y para instituciones públicas y privadas y organizaciones de la sociedad civil.

Contenidos:

Gestión de contenidos y usabilidad en medios interactivos. Planificación, ejecución y evaluación de proyectos y estrategias de comunicación digital. Narrativas para aplicaciones multimediáticas en diversas plataformas y dispositivos. Análisis de la información. Redes sociales y capital social. Características de las redes. Comunidades virtuales. El rol del responsable de la comunidad digital. Tipos de comunidades: foros de discusión, grupos de correo electrónico, grupos de noticias, video conferencias, chat, blogs. Estrategias comunicacionales tradicionales, 2.0 y 3.0. Estrategias para social media. Campañas digitales para la imagen institucional.

Planeamiento de medios

Objetivos:

Que el alumno adquiera conocimiento y comprensión del contexto, medios y soportes para la planificación estratégica de medios.

Contenidos:

Introducción a la planificación de medios. Concepto y fundamentos teóricos.

Planificación y marketing. Sistemas y Soportes. Estrategia de Comunicación Integrada. Investigación de mercado. Público Objetivo. Concepto y objetivos del control publicitario. Brief de medios. Formatos. Plan y Pauta de medios. Sistemática general. Sistemática cuali-cuantitativa. Recomendaciones. Seguimientos. Estrategia de medios en la comunicación política. El planeamiento de medios en instituciones públicas y del tercer sector. El planeamiento en las campañas de bien público.

Comunicación publicitaria

Objetivo:

Que el alumno conozca el funcionamiento, las técnicas y objetivos de la publicidad comercial para la elaboración de piezas de comunicación publicitaria.

Contenidos:

Introducción al campo publicitario. Historia de la publicidad y sus medios. La comunicación publicitaria. La agencia de publicidad: áreas, funciones y flujo de trabajo. El posicionamiento del producto. Ciclo de vida. Etapas. Brief de marketing y brief publicitario. Concepto de campaña. La idea. Estructura de la estrategia creativa: oportunidad, objetivo, target, posicionamiento. La investigación de mercado en las agencias de publicidad. Realización de piezas publicitarias.

Opinión pública e investigación de mercado

Objetivos:

Que los alumnos incorporen técnicas cuantitativas y cualitativas para efectuar diseños de investigación de mercado y de la opinión pública.

Contenidos:

La opinión pública en la sociedad contemporánea. Desarrollos teóricos y conceptuales de la opinión pública. Elementos constitutivos de la opinión pública: actitudes, valores, y representaciones sociales. Etapas de la investigación en opinión pública. Descripción general del proceso de investigación. Etapas teórica, metodológica y técnica. El tema. Formulación del problema de investigación. La investigación cualitativa: las técnicas. Software para la asistencia de análisis de datos. La investigación cuantitativa. Encuestas. Diseño del cuestionario. Trabajo de campo. Muestreo y análisis de la información.

Marketing

Objetivos:

Que el alumno analice e integre conceptos y técnicas del marketing para planificar estrategias comunicacionales en campañas de publicidad e investigación de mercado

Contenidos:

Mercado: conceptualización. Segmentación. Competencia. El producto. El precio. Costos. Metodologías y técnicas de planificación en las instituciones del sistema productivo. Análisis FODA. Matriz FODA. Procesos de comunicación en el marketing. Marketing Social. Marketing Institucional. Marketing Gubernamental. Comunicación política. Publicidad y Propaganda. Mensaje, Difusión y Promoción. Diagnóstico comunicacional.

ASIGNATURAS DEL CICLO SUPERIOR ORIENTADO EN COMUNICACIÓN EDUCATIVA

Comunicación y educación

Objetivos:

Que el alumno comprenda las principales nociones básicas para el abordaje conceptual y práctico del campo relacional comunicación/educación.

Contenidos:

Comunicación/Educación. Etapas en la formación del campo.

Comunicación/educación en América Latina: momentos y perspectivas. Los debates actuales del campo comunicación/educación. Educación en comunicación: lectura crítica y educación para la recepción; los medios en la escuela, modelos; comunicación ciudadana, nuevas tecnologías de la comunicación y la información, comunicación/educación popular.

Producción radiofónica educativa

Objetivos:

Que los alumnos concreten una práctica reflexiva y teóricamente fundada en las distintas etapas de la producción radiofónica educativa y puedan formular y evaluar proyectos educativos radiofónicos.

Contenidos:

La radio en los procesos educativos: función y características. Programación educativa en radios comerciales, públicas o comunitarias. Géneros y formatos. Radioeducación. Radios escolares: programación. Audiencias. La radio en el proyecto educativo institucional. Radio, planificación y currícula. Los derechos de niños y niñas en las radios escolares y/o educativas. Campañas de sensibilización. Diseño, producción, realización y evaluación de producciones radiofónicas educativas. Formulación de un proyecto radiofónico educativo.

Producción gráfica educativa

Objetivos:

Que los alumnos concreten una práctica reflexiva y teóricamente fundada en las distintas etapas de la producción de medios impresos con fines educativos en distintos contextos, o en el ámbito de instituciones de educación formal.

Contenidos:

La publicación como sistema y como unidad. El estilo gráfico como punto de unión visual. Constantes y variables visuales. El valor semántico del color y la tipografía. Público objetivo. Articulación entre elementos textuales e imágenes. Funciones de la imagen subsidiarias de la función didáctica: ilustrativa, explicativa, decorativa, documental, emotiva. Géneros discursivos aplicados a la educación: literario, periodístico, científico, humorístico, publicitario/propagandístico, instruccional, etc. Diagramación, silueta, focos de atención, recorrido de lectura.

Medios gráficos en educación no formal: suplementos, revistas, carteles, afiches, folletos, pósters y otros formatos impresos con fines educativos.

Diseño, edición y gestión.

Se prevé la producción de materiales destinados a la promoción y extensión de la cultura en general, de la identidad nacional, del uso del tiempo libre, del respeto a la vida, a la diversidad y la convivencia, etc., en organizaciones, sindicatos, empresas, entidades de bien público,

instituciones educativas, ONGs, para campañas alimentarias, sanitarias y de acción socio-comunitaria.

Producción audiovisual educativa

Objetivos:

Que los alumnos concreten una práctica reflexiva y teóricamente fundada en las distintas etapas de la producción audiovisual para fines educativos.

Contenidos:

El audiovisual como recurso educativo y pedagógico. La comunicación mediática audiovisual como espacio educativo. Lenguaje, identidad y procesos de reconocimiento de sí y del otro como dimensiones inescindibles de la pluralidad comunicativa. Lo educativo en sentido comunicacional y la educación social. La dimensión educativa de la cultura mediática. Los medios como polos de identificación y las identidades. La comunicación mediática entre la pedagogía de la reproducción y la resistencia. Los itinerarios del reconocimiento. Reconocimiento de los otros y sus mundos culturales. El reconocimiento de sí, la voz y la narración de la propia historia. El reconocimiento mutuo, la reciprocidad y el sentido de pertenencia. El lenguaje en la formación subjetiva y la comunicación mediática. La creación de espacios de posibilidad. Comunicación/Educación popular. Ciudadanía y educación en tiempos de restitución del Estado y de lo público. La producción y realización audiovisual para finalidades de aprendizaje. Fases y características. El lenguaje audiovisual. Géneros, formatos y otras variables de discurso audiovisual con finalidades educativas. El guión, la realización y la postproducción. Los medios televisivos y otros modos de distribución del mensaje. Prácticas de análisis, producción, realización y edición de productos audiovisuales educativos.

Comunicación y Derechos Humanos

Objetivos:

Que el alumno reflexione sobre la relación entre los Derechos Humanos y la comunicación a través de la producción de contenidos con enfoque basado en derechos.

Contenidos:

Los Derechos Humanos como productos culturales. Los DDHH en sus contextos históricos y epistemológicos. Derechos Humanos de primera, segunda, tercera y cuarta generación.

Principales instrumentos internacionales que fijan los principios y estándares de Derechos Humanos. El enfoque de Derechos Humanos como marco conceptual. Derechos Humanos, comunicación e igualdad en la Sociedad de la Comunicación.

Producción para medios digitales (Educativa)

Objetivo:

Que los alumnos concreten una práctica reflexiva y teóricamente fundada en la producción de espacios y contenidos educativos para medios digitales interactivos.

Contenidos:

Gestión de contenidos y usabilidad en medios interactivos. Planificación, ejecución y evaluación de proyectos y estrategias de comunicación digital. Aplicaciones multimediáticas en diversas plataformas y dispositivos.

Didáctica y multimedia. Narrativas hipertextuales para espacios educativos en la web. Guiones educativos para soportes multimediales. Las herramientas de la web 2.0 y sus aplicaciones en el ámbito educativo. Diseño, creación, gestión y mantenimiento de redes sociales con fines educativos.

Políticas y legislación en educación en Argentina y Latinoamérica

Objetivos:

Que los alumnos conozcan las políticas en Educación en Argentina y Latinoamérica a partir de las legislaciones que se adoptan en la región.

Contenidos:

Procesos educativos argentinos y latinoamericanos en el siglo XX y XXI.

Condiciones socio-históricas de cada período. Modelo desarrollista:

Organismos Internacionales, tecnocracia, reduccionismo economicista, neo-conductismo, proyectos educativos represivos. Modelo neoliberal: calidad, equidad, competencias y gestión. La reforma educativa de los 90, antecedentes y protagonistas. La irrupción del tercer sector y la gestión social. Ley de Educación Nacional y Ley Nacional de Educación Superior. La Educación Superior en América Latina.

Psicología del aprendizaje

Objetivos:

Que el alumno reflexione sobre la triada pedagógica en el marco de la subjetividad y analice diferentes paradigmas psicológicos en relación a sus implicancias educativas.

Contenidos:

Psicología del aprendizaje. Conceptualizaciones acerca del aprendizaje.

Sujeto del aprendizaje. La cultura como construcción humana. Cultura moderna y posmoderna, la nueva cultura del aprendizaje. Paradigmas del aprendizaje, ¿qué es un paradigma? Paradigma conductista. Paradigma constructivista. Paradigma crítico reflexivo.

Teorías pedagógicas

Pedagogía y educación. Corrientes actuales del pensamiento y su impacto en la educación. Revolución cultural. Teoría social y educación: aportes desde la sociología. Las problemáticas institucionales en relación con el educando, el docente y la enseñanza. El sujeto del aprendizaje. Teorías cognitivas del aprendizaje. La teoría de la equilibración de Piaget. La teoría del aprendizaje de Vigotsky. La teoría del aprendizaje significativo de Ausubel. Los sistemas educativos provincial, argentino y latinoamericano. Escuela y cultura. Enseñanza para la comprensión. El currículum.

Sociología de la educación

Educación y sociedad. La dinámica de los procesos sociales en el ámbito escolar. La escuela como distribuidora del conocimiento socialmente significativo. Diferentes concepciones que la analizan. El currículum y el poder. Los actores sociales. La dinámica social de los procesos sociales en el ámbito escolar. Procesos educativos y cambio social: consenso y conflicto. Determinación de prioridades en la educación: criterios políticos, históricos y socioculturales.

ASIGNATURAS DEL CICLO SUPERIOR ORIENTADO EN COMUNICACIÓN EDUCATIVA

Comunicación comunitaria

Objetivo:

Que el alumno comprenda las principales nociones básicas para el abordaje conceptual y práctico del campo de la comunicación comunitaria.

Contenidos:

La Comunicación Comunitaria como concepto y como práctica social: marco teórico e histórico. Comunidad: concepto y abordajes. El derecho a la comunicación. Organizaciones y movimientos sociales. Medios comunitarios, alternativos y populares. Educación popular y su relación con la Comunicación Comunitaria. La investigación-acción participativa. Diagnóstico social y comunicacional: diagnósticos participativos. Sistematización. Dinámicas grupales. Planificación de proyectos y campañas de comunicación comunitaria.

Producción radiofónica comunitaria

Objetivos:

Que los alumnos concreten una práctica reflexiva y teóricamente fundada en las distintas etapas de la producción de contenidos en medios radiofónicos comunitarios y puedan formular, gestionar y evaluar proyectos de radios comunitarias.

Contenidos:

Misión de la radio en la comunidad. Los actores sociales y su influencia. Géneros, subgéneros y formatos radiofónicos en una emisora comunitaria. Hibridación. Recepción. Prácticas de análisis, producción, realización y edición de contenidos radiofónicos con fines comunicativos comunitarios. Formulación de un proyecto radiofónico comunitario: objetivos, actividades, recursos, equipo de trabajo y roles.

Producción gráfica comunitaria

Objetivos:

Que los alumnos concreten una práctica reflexiva y teóricamente fundada en las distintas etapas de la producción de medios impresos con fines comunitarios y/o en el marco de organizaciones de la sociedad civil.

Contenidos:

Estrategias de comunicación para el cambio social aplicadas a medios impresos. Participación y acceso. Formatos de publicaciones. La construcción de contenidos como proceso participativo. Formatos textuales aplicados a la producción de contenidos para medios con fines comunitarios o de organizaciones de la sociedad. Fuentes. Edición, gestión y financiamiento. Prácticas de análisis, redacción y titulación de textos informativos, interpretativos y de opinión para medios impresos con finalidades comunitarias u organizacionales. Formulación y ejecución de un proyecto gráfico en el marco de una comunidad u organización. Estructura. Alternativas técnicas para la impresión y modos de distribución.

Producción audiovisual comunitaria

Objetivo:

Que el alumno se forme en para al trabajo audiovisual en medios con perspectiva ciudadana; que concreten una práctica reflexiva y teóricamente

fundada en las distintas etapas de la producción audiovisual para y en contextos comunitarios.

Contenidos:

Análisis de las condiciones y posibilidades ofrecidas por el marco normativo vigente para el desarrollo de medios audiovisuales con orientación ciudadana, sin fines de lucro y públicos. Gestión integral de medios de comunicación audiovisuales con perspectiva ciudadana; aspectos técnicos, organizacionales y comunicativo-culturales. Nociones y técnicas para la producción de contenidos audiovisuales con perspectiva ciudadana en diferentes géneros y formatos. La producción y realización audiovisual para finalidades comunitarias.

Fases y características. El lenguaje audiovisual. Géneros, formatos y otras variables de discurso audiovisual. El guión, la realización y la postproducción. Prácticas de análisis, producción, realización y edición de productos audiovisuales para la comunicación comunitaria.

Comunicación y Derechos Humanos

Objetivos:

Que el alumno reflexione sobre la relación entre los Derechos Humanos y la comunicación a través de la producción de contenidos con enfoque basado en derechos.

Contenidos:

Los Derechos Humanos como productos culturales. Los DDHH en sus contextos históricos y epistemológicos. Derechos Humanos de primera, segunda, tercera y cuarta generación.

Principales instrumentos internacionales que fijan los principios y estándares de Derechos Humanos. El enfoque de Derechos Humanos como marco conceptual. Derechos Humanos, comunicación e igualdad en la Sociedad de la Comunicación.

Producción para medios digitales (Comunitaria)

Objetivos:

Que el alumno sea capaz de realizar un proyecto multimedial, sin fines de lucro, fundados en el respeto por los derechos humanos y la promoción de una cultura democrática, plural y participativa.

Contenidos:

Elementos fundamentales para la elaboración y gestión de un proyecto: diagnóstico, planificación y evaluación. Técnicas y herramientas.

Dimensiones gerenciales y políticas de la gestión. Sustentabilidad económica y social de proyectos interactivos sin fines de lucro. Modelos y alternativas institucionales y de gestión. Publicidad, subsidios y otras fuentes de financiamiento. Competitividad. Trabajo rentado y relaciones laborales en proyectos interactivos sin fines de lucro.

Promoción sociocomunitaria y Comunicación

Objetivos:

Que los alumnos se formen como mediadores en iniciativas para el mejoramiento de la calidad de vida mediante el desarrollo de capacidades de autoorganización de los miembros de una comunidad o institución.

Contenidos

Esfera pública y comunicación comunitaria. Análisis de procesos y prácticas de comunicación en grupos sociales, organizaciones y comunidades.

Reconocimiento de actores y relaciones de comunicación. Problemas socioculturales y psicosociales. Políticas Sociales y comunicación comunitaria. Metodologías y técnicas de intervención sociomunitaria. Estrategias de promoción sociocomunitaria y de desarrollo participativo. Planificación y gestión de medios comunitarios. La comunicación para la transformación social.

Culturas populares y culturas mediáticas

Objetivos:

Que los alumnos puedan reflexionar sobre instrumentos conceptuales y procedimentales para analizar objetos diversos de las culturas populares (en su cruce con la cultura de masas)

Construir una mirada crítica sobre las problemáticas teóricas y prácticas que surgen del análisis de dichos objetos. Comprender el papel del poder en los fenómenos culturales contemporáneos. Presentar y analizar algunos abordajes y perspectivas socio-culturales contemporáneas y locales sobre el tema.

Contenidos:

Sociedad, cultura y poder en el orden social contemporáneo. Problematización de la noción de culturas populares.

Dimensiones de lo popular: prácticas y representaciones.

Intersecciones entre lo popular y lo masivo. Subalternidades: desigualdad y multiplicidad.

Imposiciones, préstamos y resistencias

El cuerpo como objeto de estudio.

La enunciación subalterna: la voz popular

Economía Social

Objetivos:

Que el alumno conozca el concepto, historia y evolución de la Economía Social y comprenda la interrelación con las instituciones públicas, sindicales, educativas y comunitarias en el seno de la sociedad, como así también su vinculación con el cooperativismo.

Contenidos:

Economía Social: concepto y evolución. Instituciones de la Economía Social: cooperativas, mutuales, asociaciones, fundaciones y sociedades laborales.

El Estado, las políticas públicas y la Economía social. Medidas de apoyo al cooperativismo. La Economía Social en la cooperación al desarrollo.

Sociopolítica y Economía Política de la Comunicación

Objetivos:

Que el alumno comprenda el abordaje teórico – metodológico de las corrientes de investigación en comunicación vinculadas a la sociopolítica de las comunicaciones y la Economía Política de la Comunicación y la Cultura.

Contenidos:

Economía Política de la Comunicación y la Cultura como corriente posmarxista. Las industrias culturales, mediáticas y de telecomunicaciones consideradas desde un enfoque histórico estructural y circunscrito a la dinámica del capitalismo (como un modelo de desarrollo económico, y como un modo de organización social). El acceso de los ciudadanos a los distintos sistemas comunicativos. Resistencias y apropiaciones en un contexto amplio de la estructuración social. La concentración de la propiedad de los medios

de comunicación. La transnacionalización de los capitales y la formación de multimedios globales y regionales. Estudio y análisis sobre casos de asignación de señales a radios y televisión comunitaria Argentina y la región en el marco de la LSCA.