

PLAN DE ESTUDIO

LICENCIATURA EN COMUNICACION SOCIAL

CD Res. 1096/00 - Res. C.S. 423/00. - Res. Minist. 282/02

Y sus modificatorias según: Res. CD 1468/09 y 1681/10 y Res. CS 087/10 y 746/10

**FACULTAD DE CIENCIA POLITICA Y R.R.I.I.
UNIVERSIDAD NACIONAL DE ROSARIO**



1- IDENTIFICACIÓN:

Plan de Estudios de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social.

2- FINALIDAD:

La carrera de Licenciatura en Comunicación Social tiene por finalidad formar graduados capacitados para intervenir, tanto con solvencia teórica y práctica, y con discernimiento crítico, en el análisis, la planificación y la gestión de los diversos procesos de comunicación social.

3- OBJETO DE ESTUDIO:

El objeto de estudio de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social abarca los diversos procesos de comunicación que se producen en el espacio público y privado a nivel masivo, institucional, organizacional y educativo.

4- CARACTERÍSTICAS DE LA CARRERA

4.1 NIVEL:

Grado.

4.2 ACREDITACIÓN:

Quienes cumplieren los requisitos establecidos en el presente Plan de Estudios obtendrán el título de *Licenciado en Comunicación Social*.

4.3 ALCANCES DEL TÍTULO:

El Licenciado en Comunicación Social es un profesional capaz de:

1. Diseñar, ejecutar y evaluar estrategias de comunicación en medios e instituciones.
2. Producir materiales comunicativos en distintos soportes tecnológicos.
3. Investigar sobre el campo de la comunicación social en la búsqueda de la actualización y la producción de conocimientos.
4. Desempeñarse con solvencia teórica- práctica y con actitud crítica en los diferentes medios de comunicación social.
5. Investigar, elaborar, interpretar y evaluar mensajes y discursos en los medios de comunicación gráficos, radiales, audiovisuales y multimediales.

4.4 PERFIL DEL TÍTULO:

El comunicador social es un graduado universitario con conocimientos teórico-metodológicos específicos para intervenir en distintas prácticas profesionales y académicas inscriptas en el campo de la comunicación social.

Estos conocimientos se centran, por un lado, en la comprensión epistemológica de las distintas perspectivas teóricas desde las que pueden abordarse los fenómenos comunicacionales y de las principales teorías que explican el funcionamiento de la sociedad en su conjunto. Por otro lado, también incluyen saberes específicos referidos a los diferentes lenguajes, soportes y tecnologías de comunicación.

A su vez, el graduado en Comunicación Social cuenta con competencias para la producción de materiales de comunicación específicos en diferentes soportes. Es un profesional capaz de diseñar una acción de comunicación integrando todo el proceso, desde la idea a la realización, en función de un objetivo; usando los saberes teóricos como herramientas de trabajo profesional.

La capacitación del graduado en Comunicación Social, se inscribe en el marco de un desempeño responsable de su profesión que, basado en un fuerte compromiso ético con la comunidad, tiende a la transformación crítica de la sociedad.

4.5 REQUISITOS DE INGRESO

Se regirá de acuerdo a la normativa general de ingreso de la UNR.

5- ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIOS

5.1 CICLOS, ÁREAS Y ESPACIOS CURRICULARES

La estructura de la Licenciatura en Comunicación Social consta de:

- a) Dos (2) ciclos:
 - Ciclo Básico
 - Ciclo Superior
- b) Dos (2) áreas:
 - Area Teórico- Epistemológica
 - Area de los Lenguajes
- c) Treinta y dos (32) espacios curriculares.

5.2 CICLO BÁSICO

En este ciclo el alumno adquiere las capacidades cognitivas que le permitirán acceder al ciclo superior. El mismo está dividido en las siguientes áreas y espacios curriculares:

a) *ÁREA TEÓRICO-EPISTEMOLÓGICA*

Este área tiene como objetivos:

- Propiciar una sólida formación teórica-epistemológica básica que permita acceder a los supuestos epistemológicos que dan origen a las distintas construcciones teóricas. Esto hará posible, por un lado, la comprensión de las distintas perspectivas con que se han abordado los fenómenos de comunicación y, por el otro, la generación de nuevos conceptos que puedan dar cuenta de los procesos comunicacionales que se van gestando continuamente a partir de nuevas configuraciones socioculturales.
- Propiciar una formación crítico-social que, indisolublemente ligada a la anterior, le permita al egresado problematizar el papel que juega su profesión en el contexto social amplio y, en consecuencia, el que él mismo juega como sujeto social.

Los espacios curriculares que integran esta área son los siguientes:

- 1.1 Cultura y Subjetividad
- 1.2 Pensamiento Sociopolítico I
- 2.6 Procesos de Modernización I
- 2.7 Pensamiento Sociopolítico II
- 2.8 Epistemología de la Comunicación
- 3.12 Perspectivas Sociofilosóficas
- 3.13 Metodología de la Investigación en Comunicación
- 3.14 Procesos de Modernización II
- 4.18 Comunicación Estratégica I
- 5.25 Comunicación Estratégica II
- 4.20 Institución y Sociedad

b) *ÁREA DE LOS LENGUAJES*

El Área de los Lenguajes tiene como objetivos:

- Desarrollar las capacidades expresivas y la creatividad de los alumnos a través de la experimentación con distintos lenguajes y soportes (escritura, imagen, oralidad, lenguaje audiovisual, nuevas tecnologías).
- Desarrollar los saberes y las destrezas necesarios para la elaboración de productos comunicacionales que respondan a objetivos preestablecidos.
- Reconocer y analizar los distintos lenguajes como prácticas interaccionales de producción de sentido.

Los espacios curriculares que integran esta área son los siguientes:

- 1.3 Lenguajes I
- 1.4 Redacción I
- 1.5 Expresión Oral
- 2.9 Lenguajes II
- 2.10 Redacción II
- 2.11 Producción Radiofónica
- 3.15 Lenguajes III
- 3.16 Comunicación Audiovisual I
- 3.17 Comunicación Visual Gráfica I
- 4.23 Comunicación Visual Gráfica II
- 4.22 Comunicación Audiovisual II

5.3 CICLO SUPERIOR

Este ciclo se caracteriza por su flexibilidad, con el objetivo de posibilitar distintos recorridos formativos, en función de las expectativas profesionales de los estudiantes.

Tal diseño curricular permite incorporar tanto las actualizaciones y profundizaciones teórico-metodológicas como las nuevas competencias profesionales en el campo de la Comunicación.

Las asignaturas que integran este ciclo son las siguientes:

- 4.19 Taller de Tesina
- 4.21 Seminario de Investigación I
- 5.26 Seminario de Investigación II
- 5.27.1 Electiva I
- 5.28.1 Electiva II
- 5.29.2 Electiva III
- 5.30 Seminario de Integración y Producción

5.4 ESPACIOS CURRICULARES: DELIMITACIÓN DE CONTENIDOS

CICLO BÁSICO

ÁREA TEÓRICO-EPISTEMOLÓGICA

1.1 CULTURA Y SUBJETIVIDAD

Cultura, lazo social, subjetividad e historia. Antropología y Psicoanálisis. La alteridad como fundante del sujeto. Construcción de identidades y lazo social. Del sujeto cartesiano al sujeto escindido.

El lenguaje y la producción de significaciones sociales. Crisis de la modernidad y nuevas configuraciones subjetivas. La relación del sujeto con la historia. Procesos de consumo.

1.2 PENSAMIENTO SOCIOPOLÍTICO I

Los grandes paradigmas del pensamiento social moderno. Su contexto de descubrimiento. Sus categorías analíticas.

El materialismo histórico. El positivismo. La sociología comprensiva

La reflexión sociológica contemporánea y algunos aportes a la comunicación social. El estructural-funcionalismo. La escuela de Frankfurt y la Teoría Crítica de la Sociedad.

2.6 PROCESOS DE MODERNIZACIÓN I

La modernización en América Latina y la Argentina del último cuarto del siglo XIX. La ampliación de la participación social en el siglo XX. La sociedad, la política y la economía en la entreguerra. Los cambios en la segunda posguerra. Los estados autoritarios y terrorismo de Estado. La democratización de los 80.

2.7 PENSAMIENTO SOCIOPOLÍTICO II

Recorrido paradigmático de la Teoría Política Moderna a través de la construcción teórica de las categorías clásicas: Lo Político. El Poder, lo Ideológico, relación Estado-Sociedad Civil.

Aproximaciones teóricas sobre las nuevas problemáticas de la posmodernidad.

2.8 EPISTEMOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

El problema del conocimiento en las Ciencias Sociales. Los procesos comunicativos como formas de conocimiento. Objetividad y formas de representación. Subjetividad, conocimiento y comunicación.

El lugar de la técnica y la tecnología como “mediadores” o “constructores” del conocimiento. Presupuestos ontológicos, lógicos y metodológicos. Conocimiento, saber y poder.

3.12 PERSPECTIVAS SOCIOFILOSÓFICAS

Construcciones teóricas que abordan los ejercicios de poder en términos de racionalidades múltiples. Algunas problemáticas para su análisis: Relación saber-poder. Acción-discurso en relación a la propaganda totalitaria. Regímenes de verdad y algunas

articulaciones con fenómenos comunicacionales. Cruces entre lo literario, lo teórico y lo mediático.

3.13 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN

Fundamentos de la investigación comunicacional. La comunicación como objeto de estudio en las distintas perspectivas teóricas. La investigación en comunicación y la práctica profesional del comunicador. Formulación de un problema de investigación en comunicación. Tipos de diseño y estrategias de operacionalización. Abordaje cuantitativo y cualitativo. Instrumentos de relevamiento. Estrategias para la producción y construcción de datos. Fuentes de información.

3.14 PROCESO DE MODERNIZACIÓN II

La economía clásica. El funcionamiento de la economía de librecompetencia. Marx y los neoclásicos. La crisis del 30. La economía keynesiana. Principales transformaciones a partir de la segunda posguerra. Taylorismo. Fordismo. Crisis del modelo. Porfordismo. Principales modelos de acumulación en la Argentina. Cuentas nacionales.

4.18 COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA I

Teoría, comunicación, intervención y especificidad profesional. La comunicación como momento relacionante de la diversidad sociocultural. El comunicador como profesional con capacidad de interpelar la dinámica social para operar crítica y valorativamente en su dimensión comunicativa. La visión paradigmática. Marcas de racionalidad. Los índices de racionalidad en una situación de comunicación. Diferencia entre crítica y valoración de una visión paradigmática.

4.20 INSTITUCIÓN Y SOCIEDAD

Institución de la sociedad. Lo histórico -social y cultural y el surgimiento de instituciones.

Ideologías, modos de estructuración política y formaciones económicas y su relación con los procesos imaginarios -simbólicos en la constitución y desarrollo de las instituciones. Problemática en Latinoamérica y Argentina. Discursos y poder. Políticas de comunicación e instituciones. Comunicación Popular.

5.25 COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA II

Alcances y limitaciones de los paradigmas. Conceptos operativos de diferentes paradigmas. Diagnóstico comunicacional: diferencias con un estudio de mercado. La demanda en su dimensión comunicativa. Planificación y gestión de estrategias de comunicación.

ÁREA DE LOS LENGUAJES

1.3 LENGUAJES I

Los lenguajes como dispositivos autónomos de significación: parámetros fundamentales de la semiología estructuralista. Teoría de la connotación y significación cultural. Lenguajes y subjetividad; lenguajes y contextos: teorías de la enunciación y teorías pragmáticas contemporáneas.

1.4 REDACCIÓN I

La redacción de textos como proceso estratégico. Complementación entre procesos de producción y comprensión. El funcionamiento de los textos: intenciones del productor, contexto, medios y audiencias. Mecanismos de coherencia textual: superestructura,

macroestructura y microestructura. Elementos de la cohesión textual. Dos modos globales para la producción de textos: narratividad y argumentación.

1.5 EXPRESIÓN ORAL

El lenguaje hablado. Diferencias con el lenguaje escrito. Fenómenos del habla. La voz: elementos, características, proceso de producción. Comunicación no verbal. Formas orales discursivas: tipos de discursos. Argumentación. Producción de discursos y ámbitos profesionales. Formas orales plurales.

2.9 LENGUAJES II

Parámetros fundamentales de la semiótica peirceana.

La semiótica como disciplina sociocultural: representación y producción de sentido.

Cultura popular y cadenas de sentido. El mundo urbano moderno como lugar de representación social. Globalización y multiculturalismo.

2.10 REDACCIÓN II

Escribir para leer y escribir para el oído: características de los lenguajes de cada medio. La noticia en los distintos medios: gráfico, radial y televisivo.

Géneros informativos: crónica, entrevista. Géneros argumentativos: el editorial. La nota como mixtura de los géneros. Producción textual según los diversos medios. Producción de titulares y copetes según los diferentes medios. Fuentes de información.

2.11 PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA

Características del medio. Posibilidades, recursos y limitaciones de la radio. El lenguaje radiofónico. Estética radiofónica. La creación de imágenes acústicas. Tiempo y espacio en radio. El guión radiofónico, la continuidad. Géneros y formatos radiales. Las etapas de la producción y la realización integral.

3.15 LENGUAJES III

Teoría del género en relación con los formatos mediales.

Teoría de la argumentación. Teoría de la narración.

Teorías de la recepción discursiva.

3.16 COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL I

El lenguaje audiovisual. La imagen. El sonido. El proceso de comunicación audiovisual. Los medios audiovisuales. Procesos multimediáticos. Códigos audiovisuales. La denotación y la connotación. El relevo y el anclaje.

Espacio. Tiempo audiovisual. Ritmo interno y externo. Secuencia, escena y plano.

El guión: de la idea a la realización: sinopsis, argumento, guión técnico, el story board.

Géneros: documental, ficción, video clip, experimental.

3.17 COMUNICACIÓN VISUAL GRÁFICA I

Los elementos constitutivos del lenguaje visual. Sintaxis de la imagen: Teoría de la forma y teoría del color. El lenguaje fotográfico. Retórica de la imagen.

El lenguaje tipográfico. Percepción y composición visual. La interrelación de los elementos en producciones comunicacionales concretas.

Diseño de identidad corporativa. Diseño de afiches.

4.22 COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL II

Las etapas de la producción. Pre-Producción. La investigación y el tema. Herramientas de producción. Localización de escenarios. Informes y fichas. El desglose del guión. El plan de rodaje. El presupuesto.

Producción. Dirección de los participantes. Parte de grabación y guión de rodaje.
Post-Producción. El montaje. Visionado del material. Transcripciones. La estructura.
Montaje final. El sonido: la mezcla. Títulos. Animación y gráfica electrónica.
Explotación y comercialización.

4.23 COMUNICACIÓN VISUAL GRÁFICA II

La interrelación de los elementos en producciones comunicacionales complejas.
Composición de páginas. Diseño editorial. Diseño de folletería. Sistemas de impresión.
El proceso de producción gráfica. Presupuestación y financiación.

CICLO SUPERIOR

4.19 TALLER DE TESINA

Es un espacio curricular destinado a la recuperación de las distintas líneas epistemológicas y metodológicas trabajadas anteriormente, tendiente a la formulación de un proyecto de investigación referido a la tesina.

4.21 SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN I

5.26 SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN II

Los Seminarios de Investigación son espacios curriculares de actualización y profundización e integración de conocimientos, tanto desde el punto de vista conceptual como metodológico, y su finalidad es el logro de una aproximación al trabajo de investigación (en sentido amplio), por parte del estudiante.

Los programas del Seminario I y Seminario II serán renovables periódicamente y podrán ofrecerse varias opciones, por período académico, para cada Seminario.

5.27.1 ELECTIVA I

5.28.1 ELECTIVA II

5.29.2 ELECTIVA III

Estas asignaturas constituyen un espacio curricular donde se privilegia la profundización temática de los conocimientos y saberes adquiridos durante la carrera. El estudiante elige asignaturas de acuerdo a una opción de recorrido específico de formación profesional donde recupera la capacidad de proyección teórica y práctica que contiene cada asignatura del plan de estudio.

El alumno deberá elegir tres asignaturas de un listado ofrecido por la Facultad, renovable periódicamente, y/o asignaturas correspondientes a otras carreras de la U.N.R., con las cuales exista convenio firmado.

5.30 SEMINARIO DE INTEGRACIÓN Y PRODUCCIÓN

Este Seminario es una instancia de integración y producción de los saberes del Area Teórico-epistemológica y del Area de los Lenguajes del Ciclo Básico Las situaciones-problemas de comunicación como punto de partida para la reflexión crítica y valorativa sobre la dinámica social en su dimensión comunicativa. Diseño e implementación de estrategias de comunicación como especificidad de la intervención profesional del comunicador social.

6- OTROS REQUISITOS DEL PLAN

4.24 IDIOMA NIVEL I

Ejercitación del alumno en la función receptora y luego productiva del idioma.

5.31 IDIOMA NIVEL II

Adquisición y manejo de las cuatro competencias lingüísticas (hablar, escuchar, leer y escribir).

5.32 TESINA

La Tesina es el requisito final para obtener el grado en la Licenciatura en Comunicación Social y su aprobación es condición indispensable para obtener el título.

La Tesina constituye una aplicación directa, extensión o profundización de los conocimientos adquiridos en los estudios realizados para cumplimentar la aprobación de cada una de las materias establecidas en el Plan de Estudios de la carrera.

A través de la Tesina se pretende que el alumno:

- Desarrolle habilidades específicas en la realización de proyectos o en el campo de la investigación y/o de la producción en comunicación; es decir, que sea capaz de aplicar los pasos de la elaboración de un proyecto comunicacional o de la metodología científica para resolver un problema relacionado con las diferentes áreas de interés de la Licenciatura en Comunicación Social.
- Profundice el estudio de algún tema específico relacionado con el recorrido elegido para el Ciclo Superior de la carrera (elección de las Electivas y Seminarios).
- Sea capaz de consignar su estudio o investigación con la claridad y requerimientos formales propios del trabajo encarado.

El trabajo de Tesina puede arrojar resultados de aplicación local, o constituir un programado ejercicio para establecer los fundamentos teóricos y conceptuales en torno a un problema de la disciplina de interés, para definir y aplicar una estrategia apropiada para resolverlo o bien para desarrollar un producto comunicacional con una rigurosa fundamentación metodológica.

La Tesina podrá ser:

- ◆ Un trabajo de investigación básica: trabajo sistemático y creativo, experimental o teórico, tendiente a descubrir y apropiarse nuevos conocimientos, sobre los fundamentos de los objetos de estudio construidos, sin prever ninguna aplicación específica.
- ◆ Un trabajo de investigación aplicada: trabajo innovador sistemático y creativo encaminado principalmente hacia una finalidad u objetivo práctico y concreto determinado.
- ◆ Un trabajo de desarrollo experimental: trabajo innovador sistemático y creativo que utiliza los conocimientos adquiridos con el fin de asociar, relacionar e interpretar problemas y aspectos de la realidad para establecer, producir y/o mejorar procesos, sistemas, productos y servicios del campo de la comunicación.

7 -ASIGNACIÓN HORARIA Y CORRELATIVIDADES

CÓDIGO	Requisitos Académicos	DEDICACIÓN	Carga Horaria Semanal	Carga Horaria Total	Correlatividades
PRIMER AÑO					
1.1	Cultura y Subjetividad	Anual	3	90	
1.2	Pensamiento Sociopolítico I	Anual	3	90	
1.3	Lenguajes I	Anual	3	90	
1.4	Redacción I	Anual	3	90	
1.5	Expresión Oral	Anual	3	90	
Segundo Año					
2.6	Procesos de Modernización I	Anual	3	90	1.2
2.7	Pensamiento Sociopolítico II	Anual	3	90	1.2
2.8	Epistemología de la Comunicación	Anual	3	90	1.1/1.2
2.9	Lenguajes II	Anual	3	90	1.3
2.10	Redacción II	Anual	3	90	1.4
2.11	Producción Radiofónica	Anual	3	90	1.5
Tercer Año					
3.12	Perspectivas Sociofilosóficas	Anual	3	90	2.7/2.8
3.13	Metodología de la Investigación en Comunicación	Anual	3	90	2.8
3.14	Procesos de Modernización II	Anual	3	90	2.6
3.15	Lenguajes III	Anual	3	90	2.8/2.9
3.16	Comunicación Audiovisual I	Anual	3	90	2.9/2.11
3.17	Comunicación Visual Gráfica I	Anual	3	90	2.9/2.10
Cuarto Año					
4.18	Comunicación Estratégica I	Anual	3	90	2.8/3.14
4.19	Taller de Tesina	Anual	3	90	3.13/3.15
4.20	Institución y Sociedad	Anual	3	90	2.7
4.21	Seminario de Investigación I	Anual	3	90	3.13
4.22	Comunicación Audiovisual II	Anual	3	90	3.16
4.23	Comunicación Visual Gráfica II	Anual	3	90	3.17
4.24	Idioma I	Anual	3	90	
Quinto Año					
5.25	Comunicación Estratégica II	Anual	3	90	4.18
5.26	Seminario de Investigación II	Anual	3	90	3.13
5.27.1	Electiva I	Cuatr.	2	60	1.1 a 3.17
5.28.1	Electiva II	Cuatr.	2	60	1.1 a 3.17
5.29.2	Electiva III	Cuatr.	2	60	1.1 a 3.17
5.30	Seminario de Integración y Producción	Anual	3	90	4.22/ 4.23
5.31	Idioma II	Anual	3	90	4.24
5.32	Tesina	-	-	-	1.1 a 5.31

Total de horas del Plan: 2.700

8 - ANÁLISIS DE LA CONGRUENCIA INTERNA DE LA CARRERA

En el siguiente cuadro se explicita la relación existente entre los alcances del título y los contenidos y actividades que conforman las exigencias académicas del plan.

Alcances del título (ver punto 4.3)	Asignaturas que lo avalan
1	2.10, 2.11, 3.13, 3.15, 3.16, 3.17, 4.18, 4.20, 4.22, 4.23, 5.30
2	1.3, 1.4, 1.5, 2.9, 2.10, 2.11, 3.15, 3.16, 3.17, 4.22, 4.23
3	1.2, 1.3, 2.6, 2.7, 2.8, 2.9, 3.12, 3.13, 3.14, 3.15, 4.18, 4.19, 4.20, 4.21, 5.25, 5.26
4	1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5, 2.6, 2.7, 2.9, 2.10, 2.11, 3.12, 3.14, 3.15, 3.16, 3.17, 4.22, 4.23
5	1.1, 1.2, 1.3, 1.4, 1.5, 2.6, 2.7, 2.9, 2.10, 2.11, 3.12, 3.14, 3.15, 3.16, 3.17, 4.18, 4.22, 4.23, 5.25, 5.30