



*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa*

## **RESOLUCIÓN Nº 302**

### **SANTA ROSA, 16 de noviembre de 2011**

#### **VISTO**

El Expediente 2697/11, Registro de Rectorado y 6785-F-11 (Registro de la Facultad de Ciencias Humanas) caratulado "s/ Plan de Estudio de la Licenciatura en Comunicación Social", y;

#### **CONSIDERANDO:**

Que la Resolución Nº 411-11 del Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Humanas eleva para su aprobación, al Consejo Superior, el Plan de Estudio de la Carrera Licenciatura en Comunicación Social

Que el punto I de las Bases y Objetivos del Estatuto de la UNLPam dice que la Universidad "... tiene como fines interpretar las necesidades de la sociedad y dinamizar el cambio en la misma, como asimismo la promoción, la difusión y la preservación de la cultura. Cumple este propósito en contacto directo y permanente con el pensamiento universal y presta particular atención a los problemas regionales y nacionales."

Que el Artículo 14º del Estatuto dice: "El Consejo Superior de la Universidad puede crear carreras nuevas y en los casos que ello resulte conveniente puede coordinar a ese efecto la labor de distintas Facultades."

Que el inciso e) del Artículo 89º establece que corresponde al Consejo Superior "aprobar o desaprobar los planes de estudio, las condiciones de admisibilidad y las reglas generales de reválidas de títulos profesionales extranjeros, proyectados por las Facultades."

Que el inciso j) del Artículo 89º establece que corresponde al Consejo Superior "crear, suprimir o modificar por dos tercios de votos, a propuesta de las Facultades o Departamentos interfacultades, las carreras, títulos y grados universitarios, y determinar las funciones para las que capaciten cada uno de los títulos que otorga la Universidad".

Que el inciso i) del Artículo 104º establece entre las funciones de los Consejos Directivos la de proyectar los planes de estudio.

Que por Resolución Nº 148-94 el Consejo Superior aprobó la creación de la carrera de Periodismo en el ámbito de la Facultad de Ciencias Humanas, por el término de tres promociones – 1995, 1996 y 1997-.

Que según los datos elevados por la Jefa del Departamento Estudiantes de la Sede Santa Rosa, durante los años en que se dictó la carrera se registró la inscripción de un total de 487 estudiantes.

Que por Resolución Nº 124-97 el Consejo Superior aprobó la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Social por el término de tres inscripciones – 1998, 1999 y 2000-



*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil N° 353- 3° piso - Santa Rosa La Pampa*

## **Corresponde Resolución N° 302/2011**

atendiendo a “que un gran número de estudiantes de la mencionada Carrera en el considerando anterior [Periodismo] está próximo a concluir sus estudios, de lo que se desprende que existen potenciales interesados para continuar esa formación en el ámbito universitario.”

Que en nuestro país la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522 demanda respuestas acordes en el campo de la formación en comunicación, habida cuenta de la multiplicación de agentes que traerá aparejada la normativa.

Que al aprobar la carrera de Comunicación Social, la Facultad de Ciencias Humanas y la UNLPam brindarán a la comunidad conocimientos acordes con las nuevas necesidades que genera dicha Ley.

Que la creación de una carrera de Licenciatura en Comunicación Social en el ámbito de la Provincia de La Pampa se fundamenta en la necesidad de “... formar profesionales capacitados para insertarse en el dinámico escenario actual, donde la comunicación ocupa un lugar central en la denominada Sociedad de la Información y el Conocimiento, donde por un lado, a nivel mundial se generalizan novedosas y múltiples formas de generar, recoger, almacenar, procesar, distribuir y consumir informaciones y conocimientos, ampliándose la cantidad de personas que pueden participar de ellas y por otro estas tecnologías posibilitan procesos comunicacionales mucho más amplios, de producción de sentido, de puesta en común de realidades y perspectivas, de diálogo y también de conflicto.”

Que el financiamiento de la carrera ha sido comprometido por la Secretaría de Políticas Universitarias, según lo informado por el Sr. Rector en la 18ª Reunión Ordinaria del Consejo Superior del día 3 de noviembre del corriente.

Que la mencionada Secretaría anticipó \$500.000,00 en el presente ejercicio presupuestario para la implementación de la Licenciatura en Comunicación Social, como así también se comprometió a firmar un convenio específico de financiamiento una vez que la carrera haya sido aprobada por la Universidad y obtenga el reconocimiento y validación por parte del Ministerio de Educación de la Nación”.

Que una vez transcurridos tres años de la implementación de la mencionada carrera es necesario que la Secretaría Académica de la UNLPam realice una evaluación a modo de diagnóstico para analizar los siguientes tópicos: evolución de la inscripción, permanencia de cursantes, tasa proyectada de graduación y posible inserción de los graduados en el campo ocupacional establecido en los alcances del Plan de Estudio.

Que la Comisión Especial de Oferta Educativa, la Comisión de Enseñanza e Investigación y la Comisión de Hacienda y Presupuesto del Consejo Superior emiten despacho en forma conjunta, el que, puesto a consideración del Cuerpo resulta aprobado por unanimidad.

**POR ELLO:**



*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil N° 353- 3° piso - Santa Rosa La Pampa*

Corresponde Resolución N° **302/2011**

## **EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PAMPA**

### **RESUELVE:**

**ARTÍCULO 1º.-** Aprobar el Plan de Estudio de la carrera Licenciatura en Comunicación Social, cuyo texto completo figura en el Anexo I de la presente Resolución.

**ARTÍCULO 2º.-** Encomendar a la Secretaría Académica de la UNLPam que, transcurridos tres años de la implementación de la Carrera Licenciatura en Comunicación Social; eleve al Consejo Superior una Evaluación Diagnóstica de su implementación donde se considere, en relación a lo establecido en los alcances del Plan de Estudio, la evolución de la inscripción; la permanencia de los cursantes; la tasa de graduación proyectada y la posible inserción de los graduados en el campo ocupacional.

**ARTICULO 3º.-** Regístrese, comuníquese. Pase a la Secretaría Académica - Departamento de Títulos-, Secretaría de Cultura y Extensión Universitaria, Secretaría Económico Administrativa, Dirección General Económico Administrativa, Facultad de Ciencias Humanas. Cumplido, archívese.-



*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil N° 353- 3° piso - Santa Rosa La Pampa*

Corresponde Resolución N° **302/2011**

## **ANEXO I. RESOLUCIÓN N° XXX**

**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PAMPA**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS**

### **PLAN DE ESTUDIO DE LA LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

- **Modalidad de cursado: presencial**

#### **1. FUNDAMENTOS**

##### **1.1 Necesidades que determinan la conveniencia de la creación de una carrera de Comunicación Social en La Pampa**

La creación de una carrera de Licenciatura en Comunicación Social en el ámbito de la provincia de La Pampa responde a la necesidad de formar profesionales capacitados para insertarse en el dinámico escenario actual, donde la comunicación ocupa un lugar central en la denominada Sociedad de la Información y el Conocimiento. Por un lado, a nivel mundial se generalizan novedosas y múltiples formas de generar, recoger, almacenar, procesar, distribuir y consumir informaciones y conocimientos, ampliándose la cantidad de personas que pueden participar de ellas debido a una mayor democratización de las oportunidades de acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Pero estas tecnologías no sólo implican intercambios de datos, sino procesos comunicacionales mucho más amplios, de producción de sentido, de puesta en común de realidades y perspectivas, de diálogo y también de conflicto.

Por otro lado, en el ámbito específico de nuestro país, la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522 también demanda respuestas acordes en el campo de la formación en comunicación, habida cuenta la multiplicación de agentes que traerá aparejada la normativa. En el texto de la ley, la comunicación es entendida como un proceso de diálogo, de intercambio entre actores sociales diversos, con visiones y prácticas también diversas, que permite la construcción colectiva de sentidos. Es decir, en las realidades tan distintas y a veces hasta contradictorias donde se desenvuelven los habitantes de cada territorio del país, la comunicación permitiría poner a dialogar sus modos de pensar y actuar, con el objetivo de comprender y transformar sus situaciones. La plena vigencia de la norma posibilitará abrir las puertas de la historia a una enorme diversidad de actores, ciudadanos e instituciones, que están llamados a romper con la matriz comunicacional neoliberal vigente hasta el momento e instalar otra más inclusiva en términos sociales. Pero esta transformación no es automática, requiere de la formación de profesionales críticos y con una visión integral de los procesos sociales y comunicacionales que atraviesan los medios de comunicación y sus mediaciones; capaces de volverse artífices del proceso de creación de contenidos que la ley requerirá, así como de su adecuación a las realidades regionales.



*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa*

## **Corresponde Resolución Nº 302/2011**

A partir de lo enunciado, la comunicación no quedaría entonces reducida a una mera actividad de difusión unilateral o vertical de información irradiada desde un centro de poder, sino que se redimensiona como una herramienta estratégica fundamental para poner en relación las diversidades socio-culturales, políticas y económicas del país, la región e incluso el mundo; para abordar procesos de transformación, conflicto y resistencia; para generar y sostener iniciativas educativas, proyectos de autogestión y trayectorias de empoderamiento de los sectores sociales marginales; para promover el desarrollo productivo y social de las regiones y sus habitantes, entre otros aspectos.

A la luz de este cambio de paradigma, en las últimas décadas el campo disciplinar de la Comunicación Social se ha ampliado para abarcar la complejidad de los procesos comunicacionales, sin limitarse sólo a los denominados medios de comunicación masivos, ámbito tradicional de inserción laboral de los graduados de esta carrera, sino que también dirige su mirada hacia otros espacios posibles de actuación, como la gestión de la Comunicación Institucional en organizaciones públicas, privadas y de la sociedad civil; y el análisis del campo de la Comunicación y Educación en general, en especial de los procesos de enseñanza y aprendizaje mediados por las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). En este sentido, se propone la creación de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social con dos orientaciones electivas –Comunicación Institucional y Comunicación, Educación y Tecnologías-, que contribuirá sin dudas a fortalecer el desarrollo de las organizaciones sociales, económicas, políticas, culturales y educativas de la provincia de La Pampa, y a sensibilizar a la comunidad acerca de la necesidad de contar con espacios y profesionales especializados en el análisis y la gestión de las comunicaciones. Al mismo tiempo, proveerá a la UNLPam de una oferta académica novedosa y acorde a la sociedad actual y sus demandas, lo que le permitirá distinguirse de otras carreras que se brindan en la región y en el país. Al respecto, y más allá del énfasis puesto en el desarrollo local/regional, se aspira a que el perfil y la estructura de la carrera resulten atractivos para estudiantes, no sólo de la provincia de La Pampa y su área de influencia, sino de toda la Argentina y Latinoamérica.

### **1.2 Fundamentación del Plan de Estudio**

El Plan de Estudio se organiza en un ciclo básico de tres años común a ambas orientaciones de la Licenciatura, donde se abordan actividades curriculares generales y específicas que apuntan a brindar una sólida formación en ciencias sociales y humanas a la vez que mantiene un equilibrio con los saberes propios del campo disciplinar de la Comunicación Social. En este área se propicia una praxis integradora entre teoría y práctica, tanto en los espacios curriculares convencionales como en los talleres de análisis y producción a desarrollarse en el ámbito académico, y eventualmente mediante prácticas en otros ámbitos. Asimismo, se prevén dos espacios destinados a complementar la formación de los estudiantes en temáticas de su interés, bajo la modalidad de seminarios electivos en áreas como comunicación científica, arte y estética, periodismo deportivo, periodismo y literatura, marketing y publicidad, entre otras. Esta estructura está orientada a garantizar una formación integral que permita la inserción de los/as graduados/as en cualquiera de los espacios y actividades vinculados con la Comunicación Social, aún en aquellos que no se abordan específicamente en las



*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa*

## **Corresponde Resolución Nº 302/2011**

orientaciones (como las distintas ramas del periodismo, la investigación en ciencias sociales o la planificación comunicacional).

La duración de la carrera es de cinco años, con una carga horaria total de 3.045 horas reloj. Cada una de las orientaciones propuestas (Comunicación Institucional y Comunicación, Educación y Tecnologías) comprende los últimos dos años de la carrera. En el diseño curricular, ambas orientaciones comparten seis actividades curriculares, lo que permitirá optimizar recursos y articular competencias y saberes. Las prácticas supervisadas en instituciones sociales y educativas del medio local serán parte fundamental de la carrera, para lo cual la Facultad de Ciencias Humanas gestionará convenios específicos. En cuanto al Trabajo Final de Licenciatura, preverá dos alternativas: 1) la realización de un Trabajo Final sobre un problema de investigación vinculado a la formación en Comunicación Social, o 2) el diseño y gestión de un proyecto de Comunicación Institucional o en Comunicación, Educación y Tecnologías, según la orientación de la que se trate. En ambos casos, se realizará un seguimiento del trabajo en un espacio de taller.

### **Justificación de las orientaciones**

En un contexto de desarrollo provincial/regional en el que surgen nuevas instituciones y organizaciones que requieren profesionales para gestionar sus comunicaciones y relaciones, la orientación en Comunicación Institucional abre un vasto campo para la inserción laboral. Se trata de un área en plena expansión a nivel nacional y mundial, que incluye la gestión de las comunicaciones internas y externas de instituciones públicas y privadas (prensa institucional, comunicación estratégica, marketing, publicidad, relaciones interinstitucionales, análisis institucional, etc.), y que permitirá a organizaciones, empresas e instituciones locales ampliar sus vínculos y posicionarse en distintas escalas.

En forma más general, el fortalecimiento de la comunicación social tiende a promover la construcción de ciudadanía participativa, a reforzar las prácticas democráticas institucionales y a facilitar el desarrollo económico de las regiones, a partir de la gestión institucional y comunitaria. Al poner en diálogo a personas, gobiernos e instituciones, la comunicación institucional provee herramientas para que los integrantes de una sociedad definan cómo actuar colectivamente para satisfacer sus necesidades y mejorar sus vidas, apoyar los procesos de toma de decisiones y acción colectiva y construir ambientes de comunicación favorables al crecimiento del poder de la sociedad civil.

En cuanto a la orientación en Comunicación, Educación y Tecnologías, se enfoca en el análisis de la comunicación en ámbitos educativos formales y no formales, en las dimensiones comunicacionales de los procesos de enseñanza y aprendizaje y en las dimensiones educativas de los procesos socio-culturales en general, pero fundamentalmente de aquellos en los que se incorporan las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Estas tecnologías (herramientas informáticas, internet, medios digitales, redes sociales, etc.), que a grandes rasgos permiten el procesamiento y la circulación de información de forma más acelerada, en mayor volumen, para mayores cantidades de actores y dando lugar a mayores posibilidades de diálogo e intercambios, tienen inmensas repercusiones en prácticamente todos los aspectos de nuestras vidas.

Mediante una adecuada utilización, las TIC pueden ser muy eficaces para acrecentar la productividad, generar crecimiento económico, crear empleos y posibilidades de contratación,



*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil N° 353- 3° piso - Santa Rosa La Pampa*

## **Corresponde Resolución N° 302/2011**

así como para mejorar la calidad de la vida de todos y todas. Al mismo tiempo, pueden promover el diálogo entre las personas, las naciones y las instituciones, por lo que se relacionan innegablemente con la comunicación. En el ámbito educativo, sin embargo, por lo general se las utiliza desde un punto de vista tecnológico o tecnocrático, y en muy pocas ocasiones se favorecen y facilitan procesos de enseñanza y aprendizaje desde una perspectiva reflexiva, es decir, desde un abordaje que entienda a la comunicación como proceso de construcción social de sentidos. Diversos programas de incorporación de tecnologías en el ámbito educativo, como el reciente “Conectar Igualdad” promovido por el Estado Nacional, plantean la necesidad de debatir y abordar esta cuestión. En este sentido, la orientación propuesta apunta a lograr una visión más amplia de los procesos de Comunicación/Educación, que no se limite al uso instrumental de los medios de comunicación, las tecnologías digitales o las herramientas informáticas en la escuela, sino que asuma la premisa de que en el mundo actual las TIC median buena parte del acceso a la educación, el conocimiento, la información y la comunicación, en todos los ámbitos de la vida cotidiana, y por lo tanto deben ser analizadas y comprendidas en esos diversos marcos, además de generar contenidos específicos para su integración a los procesos de aprendizaje. Asimismo, las tecnologías juegan un rol muy importante en el proyecto político de crear una cultura nacional, ya que permiten proponer y desarrollar experiencias de comunicación y educación popular, de espíritu transformador. En este último sentido, América Latina es el continente donde los antecedentes en investigación, estudio, praxis social y política desarrollados en instituciones, organismos públicos y privados y organizaciones sociales, han producido un punto de inflexión en el modo de observar lo comunicacional como una arteria fundamental en el desarrollo cultural, político, económico y social de las sociedades regionales.

### **1.3 Correspondencia con los fines y objetivos de la Universidad**

En el marco de la reciente aprobación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522, a cuyo debate y sanción parlamentaria oportunamente dio su apoyo el Consejo Superior de la UNLPam por Resolución N° 003-09, la apertura de una carrera de Comunicación en el ámbito de la Facultad de Ciencias Humanas es un objetivo estratégico para la Universidad Nacional de La Pampa. Al regular los servicios de comunicación audiovisual en todo el ámbito territorial de la República Argentina –concebidos como servicios de interés público de carácter fundamental para la democratización y el desarrollo sociocultural de la población, porque vehiculizan el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones-, la nueva legislación abre un abanico de posibilidades para otros actores sociales que pueden incidir en ese campo, como las organizaciones de la sociedad civil, las cooperativas y las universidades.

A pesar del retraso en la plena vigencia de la ley, en julio de 2011 la Universidad Nacional de La Pampa recibió la adjudicación de una frecuencia de radio y una de televisión abierta, de acuerdo a lo establecido por el Artículo 89° inciso d). Al respecto, y si no surgen nuevos obstáculos, la apertura de una radio de frecuencia modulada en el ámbito de la UNLPam es una meta prevista para el corto plazo, según consta en el Plan de Desarrollo Institucional 2011-2015 de la Universidad; en tanto ya se ha comenzado a trabajar en la producción de contenidos para la televisión pública digital en el marco del Polo Audiovisual que la UNLPam





Universidad Nacional de La Pampa  
- Consejo Superior -  
Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa

## Corresponde Resolución Nº **302/2011**

conforma junto a otras universidades del centro del país. La formación que prevé la carrera de Licenciatura en Comunicación Social –en especial a través de los talleres de reflexión y producción- proveerá a los/as graduados/as de diversas herramientas para desempeñarse en éstos y otros espacios similares.

Por otra parte, las dos orientaciones propuestas contribuyen al cumplimiento de uno de los objetivos institucionales del Plan Estratégico de la UNLPam, que apunta a *“conducir a la Universidad a un estado de relación permanente con la comunidad a través de la generación de políticas de articulación con instituciones públicas y otras organizaciones”*. Al atender a la necesidad de las instituciones públicas y privadas de la provincia y la región de contar con profesionales capacitados para gestionar su comunicación interna y externa, propiciando al mismo tiempo la vinculación con ellas para llevar a cabo las prácticas de la carrera, esta iniciativa de formación representa un paso decisivo en tal sentido. Además, a partir de la decisión política de crear el Área de Educación a Distancia de la UNLPam, que en el corto plazo estará en condiciones de brindar a la comunidad nuevas ofertas de formación que se sumarán a las ya existentes, la Universidad ha ampliado y redefinido su visión acerca de los procesos educativos. En tal sentido, la implementación de la orientación en Comunicación, Educación y Tecnologías contribuirá a la formación de profesionales de la comunicación capacitados para participar en proyectos educativos mediados por tecnologías y fortalecerá el desarrollo del área, beneficiándose a la vez con la disponibilidad institucional de expertos en la temática, lo que permitirá optimizar recursos para el dictado de la carrera.

Por todo lo expuesto, es estratégicamente necesario y prioritario que la UNLPam cuente con una carrera de Comunicación Social, con las orientaciones mencionadas, y el ámbito más adecuado para su funcionamiento es el de la Facultad de Ciencias Humanas, que cuenta con experiencia en la temática y dispone de recursos humanos y tecnológicos, entre ellos un Aula Multimedial completamente equipada.

### **1.4 Antecedentes**

Entre los años 1995 y 2001 la Facultad de Ciencias Humanas dictó las carreras de Periodismo y Licenciatura en Comunicación Social. En este sentido cabe destacar la experiencia que esta Unidad Académica posee en la temática, la constitución en su momento de un cuerpo docente para el dictado de las diferentes asignaturas –parte del cual ha permanecido vinculado a la institución-, así como el interés que despertó esta oferta académica en la provincia y la región, con un importante número de inscriptos. Luego de la finalización de las carreras, en el año 2004 se conformó en el ámbito de la Facultad el Foro de Periodismo y Comunicación, que desde entonces ha continuado estimulando el debate y la formación comunicacional en el ámbito de la UNLPam. Asimismo, los graduados de aquellas cohortes constituyen una masa crítica de recursos humanos formados en el área, que se suman a los de otras universidades radicados en los últimos años en la provincia, y que eventualmente podrían ser integrados al dictado de esta nueva carrera. Estos profesionales, Periodistas y Licenciados en Comunicación Social, participan de forma activa en instituciones públicas, privadas y asociativas, como el mencionado Foro, el Sindicato de Prensa de La Pampa, diversos medios de comunicación locales y provinciales, áreas de Prensa, Difusión, Gestión y Comunicación del gobierno provincial y nacional, centros de investigación, etc.





*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil N° 353- 3° piso - Santa Rosa La Pampa*

## **Corresponde Resolución N° 302/2011**

Este antecedente constituyó un importante insumo a la hora de diseñar una nueva carrera de Comunicación Social en el ámbito de la Facultad de Ciencias Humanas. En este nuevo plan se propone la inclusión de materias específicas del campo disciplinar de la comunicación social desde el primer año, focalizando en la interacción entre formación teórica y práctica a lo largo de toda la carrera. Además, las orientaciones propuestas se adecuan a la demanda de los graduados de las cohortes anteriores de tener nuevos campos de acción profesional, que incluyeran a los medios masivos de comunicación pero que no se limitaran a ellos. En este sentido, la orientación en Comunicación Institucional permitirá atender la necesidad de profesionalización y especialización de los trabajadores de las áreas de prensa y comunicación de organismos públicos y privados, al mismo tiempo que contribuirá al desarrollo de otras vertientes, como la planificación comunicacional, los estudios de opinión pública, el marketing y la comunicación estratégica. En tanto, la orientación en Comunicación, Educación y Tecnologías resulta una oferta académica novedosa no sólo en la región sino también en el país, ya que son escasos los antecedentes de este tipo en el sistema universitario nacional. Permitirá ofrecer una formación específica tanto a aquellos profesionales de la comunicación que deseen insertarse en espacios y proyectos de educación formal/no formal como a los docentes que requieran capacitación específica en la temática.

Además de la experiencia previa, para el diseño de este plan se tuvieron en cuenta los numerosos aportes recibidos en reuniones con diversos sectores, y fundamentalmente en la presentación pública del Documento Base del Plan de Estudio de la carrera. Integrantes del Foro de Periodismo y Comunicación de la FCH, del Sindicato de Prensa de La Pampa, el INTA, la Subsecretaría de Coordinación del Ministerio de Cultura y Educación y la Dirección de Prensa del Gobierno de La Pampa, la Cooperativa Popular de Electricidad de Santa Rosa, la Dirección de Prensa y la Secretaría de Cultura de la Municipalidad de Santa Rosa, la oficina de prensa del Superior Tribunal de Justicia de La Pampa, diversas agrupaciones profesionales, medios de comunicación, ONG y entidades sociales y culturales; autoridades, docentes, estudiantes y graduados de las distintas carreras de la Facultad de Ciencias Humanas, entre otros, participaron con críticas, sugerencias y aportes que fueron atendidos para la elaboración de la versión definitiva del plan.

### **2. DEPENDENCIA DE LA CARRERA**

Facultad de Ciencias Humanas

### **3. OBJETIVOS DE LA CARRERA**

- Brindar una formación académica actualizada en el campo de la Comunicación Social, adecuada al estado actual de los estudios comunicacionales y al nuevo contexto regional, nacional y mundial en materia de medios, comunicación y tecnologías.
- Proveer una formación integral que articule el conocimiento de la sociedad y la cultura contemporáneas con la formación específica en el campo de las teorías y prácticas de la



*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa*

## **Corresponde Resolución Nº 302/2011**

comunicación social, desde una mirada crítica, reflexiva y comprometida con un desarrollo de las sociedades más equitativo, democrático e inclusivo.

- Fomentar la inserción de los futuros graduados en Comunicación Social en nuevos ámbitos de actuación profesional, como instituciones públicas y privadas, cooperativas, escuelas, organismos estatales, empresas y proyectos de autogestión.
- Formar profesionales capacitados para el análisis, la planificación y la evaluación de los procesos de Comunicación/Educación en general, y de los procesos de enseñanza y aprendizaje mediados por tecnologías en particular.

### **4. TÍTULO**

Licenciado/a en Comunicación Social.

Nivel: grado

### **5. PERFIL DEL TÍTULO**

El/la graduado/a de la carrera Licenciatura en Comunicación Social de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de La Pampa es un profesional con conocimientos teórico-metodológicos específicos para intervenir en distintas prácticas profesionales y académicas inscriptas en el campo disciplinar de la Comunicación Social y en el marco de las Ciencias Sociales en general.

Entre sus competencias específicas se destacan:

- la comprensión de las distintas perspectivas teóricas desde las que pueden abordarse los fenómenos comunicacionales y los procesos de producción de sentido, así como de las principales teorías que explican el funcionamiento de la sociedad en su conjunto.
- la construcción de saberes específicos referidos al análisis y la elaboración de materiales y contenidos a través de los diferentes lenguajes, soportes y tecnologías de la comunicación.
- la construcción de conocimientos teóricos y prácticos necesarios para investigar, diagnosticar, planificar y gestionar las diversas formas de comunicación masiva e institucional.
- la construcción de conocimientos teóricos y prácticos necesarios para planificar, gestionar y evaluar propuestas de Comunicación/Educación.

### **6. ALCANCES DEL TÍTULO**

- Analizar, elaborar contenidos y desempeñarse en la tarea periodística y en la producción de medios y tecnologías de comunicación.



*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa*

Corresponde Resolución Nº **302/2011**

- Planificar, investigar y gestionar en forma estratégica procesos y prácticas comunicacionales en distintos ámbitos y espacios públicos y privados.
- Investigar y reflexionar sobre los procesos socio-culturales y comunicacionales.
- Planificar, gestionar y evaluar las diversas formas de comunicación masiva e institucional.
- Planificar, gestionar y evaluar propuestas de Comunicación, Educación y Tecnologías.

## **7. REQUISITOS DE INGRESO A LA CARRERA**

Para ingresar a la carrera de Licenciatura en Comunicación Social los aspirantes deberán cumplir con la normativa vigente nacional, de la Universidad Nacional de La Pampa y de la Facultad de Ciencias Humanas.

## **8. ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIO**

### **Campos básicos de conocimiento**

- **Formación General (FG)**

Fundamentos de Antropología  
Fundamentos de Sociología y Ciencia Política  
Economía Política  
Problemas Filosóficos Contemporáneos  
Historia del Siglo XX  
Historia Contemporánea de Argentina y América Latina  
I Nivel de Idioma Inglés  
II Nivel de Idioma Inglés  
III Nivel de Idioma Inglés

- **Formación Específica (FE)**

Teorías de la Comunicación Social I  
Taller de Producción Gráfica I  
Semiótica y Comunicación  
Taller de Producción Gráfica II  
Teorías de la Comunicación Social II  
Taller de Producción Radiofónica I  
Cultura y Comunicación  
Seminario Taller Electivo I  
Taller de Producción Radiofónica II  
Metodología de la Investigación en Comunicación I  
Taller de Análisis del Discurso y Crítica de Medios  
Derecho de la Comunicación



*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa*

Corresponde Resolución Nº **302/2011**

Taller de Producción Audiovisual I  
Introducción a la Planificación Comunicacional  
Metodología de la Investigación en Comunicación II  
Seminario Taller Electivo II  
Taller de Producción Audiovisual II  
Diseño, Gestión y Evaluación de Proyectos de Comunicación  
Tecnologías de la Información y la Comunicación  
Psicología y Comunicación  
Actividad Curricular Electiva

**a) Orientación en Comunicación Institucional**

Comunicación Institucional  
Taller de Gestión de la Comunicación Institucional  
Comunicación Comunitaria  
Opinión Pública e Investigación de Mercados

**b) Orientación en Comunicación, Educación y Tecnologías**

Comunicación y Educación  
Tecnologías Educativas  
Taller de Medios y Narrativas Digitales  
Enseñanza y Aprendizaje en Entornos Virtuales

● **Formación en Prácticas Profesionales (FPF)**

Práctica Profesional  
Taller de Elaboración del Trabajo Final

**8.1. Selección de actividades curriculares y contenidos mínimos**

● **Formación General**

**01- Fundamentos de Antropología**

Principales corrientes del pensamiento antropológico contemporáneo. Teorías, conceptos y métodos fundamentales. Etnocentrismo, relativismo y diversidad cultural. Cultura, identidad, etnicidad y relaciones interétnicas. Estructura, función e institución. Procesos culturales y cambio social. Sistemas simbólicos, mito, magia, religión y ritual. Cultura, globalización y multiculturalismo.

**02- Fundamentos de Sociología y Ciencia Política**

Principales corrientes del pensamiento social contemporáneo en perspectiva histórica: teorías, conceptos y métodos. Comunidad y sociedad. Estratificación, clases y desigualdades sociales. Teorías del cambio social. Consenso y conflicto. Poder, Estado y dominación. Legalidad, legitimidad y hegemonía. Movimientos sociales y ciudadanía. Igualdad, diferencia e identidad.



*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa*

Corresponde Resolución Nº **302/2011**

### **03- Economía Política**

La economía política como ciencia social. La racionalidad económica según el desarrollo histórico de los sistemas sociales. Organización económica, estructuración del poder político y sistemas de relaciones sociales. El proceso económico: producción, distribución y consumo. Economía internacional. Centro y periferia. Acumulación y crecimiento. Sistemas económicos y planificación. Desarrollo y subdesarrollo. El trabajo de los economistas latinoamericanos. La CEPAL. Globalización y cambios en el régimen de acumulación. Transferencia tecnológica y dependencia. Procesos de regionalización. El MERCOSUR. Economías sociales y solidarias. Cooperativismo. Mutualismo. Autogestión.

### **04- Problemas Filosóficos Contemporáneos**

El objeto de la Filosofía y su relación con la Ciencia, la Ética y la Política. Filosofía y Ciencias Sociales. El giro moderno hacia la subjetividad. Ideas de la Modernidad. La razón como fuente de conocimiento. El yo como ser social: historia, autoconsciencia e ideología. Dialéctica y Materialismo histórico. Fragmentación, angustia y libertad. Nihilismo. Existencialismo. Hermenéutica. Fenomenología. Problemas filosóficos contemporáneos: Existencia. Lenguaje. Ciencia. Poder. Modernidad/Posmodernidad. El debate contemporáneo sobre la noción de sujeto.

### **05- Historia del Siglo XX**

El inicio del Siglo XX. La Primera Guerra Mundial. La Revolución rusa. El período de entreguerras: la crisis del 29 y el surgimiento del fascismo. La Unión Soviética y la consolidación del stalinismo. La Segunda Guerra Mundial. La guerra fría. La hegemonía norteamericana. Estado de bienestar y socialismo real. La descolonización de Asia y África. La revolución China. Cambios, crisis y crecimiento de la economía capitalista. Los Estados y los procesos económicos del Siglo XX. Tecnologías y cambio social: los cambios en los procesos de trabajo y consumo. Transformaciones sociales y culturales del mundo actual. La crisis del socialismo. Procesos de globalización y regionalización. El sistema económico internacional y el sistema de estados.

### **06- Historia Contemporánea de Argentina y América Latina**

La formación de los estados nacionales en América Latina. Reformismo y revolución. Industrialización y urbanización. Dictaduras y democracias. La construcción de la nacionalidad en Argentina. La inmigración masiva. El orden conservador. La primera experiencia democrática. Crisis económica y golpe del 30. Relación entre Estado y movimiento obrero. Efectos de la Segunda Guerra Mundial sobre la economía. El poder militar y la Iglesia. La experiencia peronista: auge y crisis. Mercado interno, industrialización y urbanización. Movilización social. El Estado burocrático-autoritario. El terrorismo de Estado. La transición a la democracia. La emergencia de las políticas neoconservadoras. La recuperación del rol del Estado. Nuevos vínculos con América Latina.

### **07- I Nivel de Idioma Inglés**

Estructuras básicas del inglés: oral y escrito. Vocabulario general. Introducción a las técnicas de traducción. Vocabulario con orientación científico técnica.



*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa*

Corresponde Resolución Nº **302/2011**

### **08- II Nivel de Idioma Inglés**

Estructuras básicas: consolidación y enriquecimiento. Lectura comprensiva de textos científicos. Traducción de textos técnico-científicos.

### **09- III Nivel de Idioma Inglés**

Lectura comprensiva. Traducción del idioma inglés al castellano y viceversa.

- **Formación Específica**

### **10- Teorías de la Comunicación Social I**

Introducción a la comunicación social. Las teorías de la comunicación en el contexto de las teorías sociales. Introducción a las principales teorías fundacionales del campo. Conductismo y teoría hipodérmica. Funcionalismo y Mass Communication Research. Escuela de Frankfurt y teoría crítica. Escuela de Palo Alto, interaccionismo simbólico y perspectiva sistémica. Comunicación y dependencia en América Latina. Estudios Culturales. Estudios de la recepción. Neoconservadurismo y comunicación. La construcción social de la realidad.

### **11- Taller de Producción Gráfica I**

1) El sentido del periodismo: diagnóstico, perspectivas e incumbencias. Introducción al periodismo gráfico. 2) El texto oral y/o escrito. Arquitectura de la frase: de la oración al párrafo. El párrafo, relaciones entre párrafos. Factores que limitan la comprensión del texto, en el plano de la coherencia y la cohesión del discurso. El verbo y los usos verbales. Normativa: ortografía, acentuación, uso de los signos. 3) El trabajo periodístico: la construcción de la noticia, su producción y redacción; estrategias de redacción; estrategias de edición. Roles y funciones. Introducción a los géneros periodísticos. Género informativo y formatos más usuales: características formales y contenido. Ejercitaciones de redacción.

### **12- Semiótica y Comunicación**

De la Lingüística a la Semiótica. Lengua, lenguaje, habla. El signo lingüístico y el signo semiótico. Teorías del signo. La semiosis social y la producción de sentido. Texto y contexto. Denotación y connotación. El discurso. Enunciación y enunciado, enunciador y enunciatario. Polifonía e intertextualidad. Imagen y metaimagen. La prensa, la radio, la televisión, los medios digitales, los procesos multimediales y las distintas manifestaciones de los fenómenos enunciativos. Géneros y estilos. Los medios contemporáneos y sus transposiciones: los casos de la historieta, el cine y la TV.

### **13- Taller de Producción Gráfica II**

Los géneros periodísticos en la producción gráfica. La argumentación: características textuales y discursivas. Estrategias de argumentación. La entrevista: características formales y contenido. Géneros interpretativos y de opinión. Lenguaje gráfico. La planificación, producción, evaluación, redacción y diseño visual de la información en medios gráficos de comunicación. Edición de publicaciones en soporte papel y digital. Infografías, fotografías,



*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa*

**Corresponde Resolución Nº 302/2011**

ilustraciones y elementos multimedia. Elementos de diseño y diagramación. La publicidad. Formas de autogestión. Distribución y comercialización. Desafíos y convivencia entre la prensa escrita y el periodismo digital. Ejercitaciones de redacción y diseño de un producto gráfico.

#### **14- Teorías de la Comunicación Social II**

Introducción al debate comunicación, medios y poder. Recorrido histórico: visualización y análisis del proceso de mediatización de la cultura occidental, desde la imprenta hasta internet. Diferencias y semejanzas entre Europa y América Latina. Transformaciones y continuidades. Conformación de las estructuras de poder global y el desarrollo de nuevas tecnologías de comunicación. Revoluciones tecnológicas y cambios en la percepción social. Los medios en Argentina: breve panorama de su constitución hasta la actualidad, desde una perspectiva social y cultural. Procesos de concentración y grandes multimedios. Los medios y la política: nuevas formas de ver y ejercer el poder. Movimientos hegemónicos y resistencias: las grandes cadenas de noticias y los casos de contra-información. Movimientos anti-globalización.

#### **15- Taller de Producción Radiofónica I**

La historia de una tecnología y el nacimiento de un nuevo medio de masas. Radios AM, FM y radio en internet. La oralidad. El lenguaje radiofónico: la palabra, la música, el silencio y los efectos sonoros, su organización al interior del texto radiofónico. La voz humana: fundamentos de foniatría y locución. Principales géneros y formatos radiofónicos. La noticia radiofónica. Periodismo de opinión en radio. Entrevista. Fuentes de información y recursos para la producción periodística radial. La investigación periodística en radio. Ejercitación de redacción para radio y locución.

#### **16- Cultura y Comunicación**

Conceptos y perspectivas sobre cultura y comunicación. Cultura de masas e industrias culturales. Los estudios culturales británicos y latinoamericanos. Sociología de la cultura. Los estudios sobre "cultura y poder" en Argentina y América Latina. Comunicación alternativa y culturas populares. Principales debates político-culturales producidos en Latinoamérica en la segunda mitad del siglo XX. Tradición y modernidad. Lo masivo, lo popular, lo nacional. Políticas culturales. Mediaciones, construcción de identidades y globalización. De la aldea global a la Sociedad de la Información y el Conocimiento. La sociedad postindustrial.

#### **17- Seminario-Taller Electivo I**

Espacio de reflexión, análisis y puesta en práctica, a elegir entre las siguientes propuestas:

##### **a) Periodismo Digital**

Características de los medios digitales. Hipertexto y periodismo. Periódicos digitales. Blogs. Redes sociales. Internet como fuente de información. Los recursos multimedia. Los géneros en el periodismo digital. Buscadores automáticos, especializados y temáticos. Medios alternativos en la red. Periodismo participativo. Gestor de Comunidad (Community Manager). Producción y redacción de textos para la web.





*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa*

**Corresponde Resolución Nº 302/2011**

Pautas de escritura SEO (optimización en buscadores). Creación y mantenimiento de un blog. Coberturas a través de redes sociales y microblogging. Herramientas de autogestión.

#### **b) Periodismo Deportivo**

Historia, Psicología y Sociología del Deporte. Deporte amateur y profesional. Ética deportiva. Deportes individuales y de equipo. Fundamentos de los principales deportes: fútbol, básquet, vóley, boxeo y automovilismo; olimpismo y deportes federados; tenis, rugby y golf. Aspectos reglamentarios de los tipos de competencias. Producción y redacción periodística. La cobertura periodística de eventos deportivos.

#### **c) Periodismo y Literatura**

Vasos comunicantes entre el quehacer literario y el periodismo, en perspectiva histórica y en la actualidad. Literatura norteamericana, latinoamericana y argentina. El Nuevo Periodismo. Géneros narrativos en la literatura y el periodismo. Ficción y no ficción. La crónica literaria y la crónica periodística. La investigación periodística.

#### **d) Foniatría y Locución**

La oralidad como código comunicante. El habla y la voz: aspectos anatómicos, socio-culturales, técnico-vocales y estéticos. Detección de dificultades en el habla, la voz, el lenguaje y la audición. Técnicas de educación de la voz y la dicción. La producción de sentido y significación en el habla. Textos informativos, narrativos, poéticos, humorísticos y publicitarios. Expresividad.

#### **e) Herramientas de Edición Fotográfica y Diseño**

1) El concepto de imagen. Percepción y características del lenguaje visual. Iconicidad. 2) La fotografía. Orígenes y evolución tecnológica. Fundamentos técnicos y recursos expresivos. El trabajo del editor fotográfico. La conjugación del sentido estético y las exigencias periodísticas. Herramientas informáticas de edición fotográfica. 3) Nociones generales de diseño gráfico. Criterios de edición. Herramientas básicas de diseño y diagramación en medios impresos y digitales.

#### **f) Arte y Estética**

Estética y Poética. Principales teorías sobre el arte y la belleza. La reflexión y la creación artística a lo largo de la historia. Épocas, corrientes y movimientos: desde la Antigüedad hasta el arte postmoderno. La obra de arte y su reproducción técnica. Análisis de obras literarias, plásticas y cinematográficas.

#### **g) Comunicación Científica**

Ciencia, Tecnología y Sociedad. Clasificación de las ciencias. Orígenes de la ciencia moderna y revoluciones científicas. El surgimiento de las Ciencias Sociales. La comunicación pública de la ciencia. Periodismo científico y divulgación científica. Principales conceptos y problemas en Ciencias Exactas y Naturales. Principales conceptos y problemas en Ciencias Sociales y Humanas. Agencias e instituciones del



*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa*

**Corresponde Resolución Nº 302/2011**

sistema científico, fuentes de información científica. Relaciones entre expertos, industrias tecnológicas y sociedad. El impacto social de la ciencia. Problemas éticos y percepción pública de la ciencia. Análisis y prácticas de comunicación científica.

#### **h) Marketing y Publicidad**

Concepto y tipos de marketing. Publicidad y Propaganda. Horizontes de planificación en el marketing. La satisfacción de necesidades. El marketing estratégico. Variables no controlables. Estrategias competitivas y estrategias de desarrollo. Decisiones de producto, distribución y comunicación. Publicidad: posicionamiento, estrategias y target. Promoción. Campañas publicitarias.

#### **18- Taller de Producción Radiofónica II**

La producción integral en radio: el medio, la relación con las audiencias, la programación, la propuesta de programas, la inserción profesional. Criterios artísticos, estéticos y de estilo. Criterios periodísticos. Posibilidades tecnológicas. Etapas de la producción: pre-producción, producción, guión, pauta, libreto, grabación, post-producción, puesta en el aire. Roles y funciones de la producción, la realización y la puesta en el aire. La narrativa y la estética en radio. Espacio y tiempo sonoros. Planos sonoros. Contextos sonoros radiofónicos. Formatos narrativos radiales. Prácticas de producción integral en radio.

#### **19- Metodología de la Investigación en Comunicación I**

Introducción a la investigación social. Fundamentos epistemológicos. Ciencia, conocimiento e investigación científica. La investigación en ciencias sociales. La comunicación como objeto de estudio. La investigación en comunicación y su vinculación con la práctica profesional del comunicador social. Metodología, método, técnicas. El papel de la teoría. Formulación de un problema de investigación en comunicación y su operacionalización. Variables, dimensiones, propiedades, indicadores. Proceso y proyecto de investigación. Tipos de diseño. Enfoques cuantitativos y cualitativos. Población, unidades de análisis, muestra. Fuentes e instrumentos para la recolección de datos. Elaboración de un pre-proyecto de investigación en comunicación.

#### **20- Taller de Análisis del Discurso y Crítica de Medios**

1) El análisis del discurso: introducción, enfoques, corrientes y técnicas principales. El discurso como texto, coherencia y cohesión, su organización en el plano de la enunciación. Marcas de la subjetividad. Polifonía. Intertextualidad e interdiscursividad. Fenómenos de tematización. Mecanismos de argumentación. 2) El discurso como práctica social. El análisis del discurso periodístico. Problematicación de fuentes. Discurso y poder. Información, medios y sociedad. 3) La comunicación y la crítica. Cambios en la percepción y circulación social de la crítica. Conceptos clave para el análisis y la crítica de medios. Educación de la mirada y construcción del gusto.

#### **21- Derecho de la Comunicación**

La comunicación y la información como derechos humanos. La reglamentación del derecho a la información. El rol del Estado y el acceso a la información pública. Gobiernos democráticos



*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa*

**Corresponde Resolución Nº 302/2011**

y regímenes autoritarios. Marco regulatorio de la radiodifusión y las telecomunicaciones. Concentración monopólica y propiedad de los medios de comunicación social. Los límites informativos: protección del honor, doctrina de la real malicia, delitos contra el orden público y la seguridad de la Nación, derecho a la privacidad y a la intimidad. El derecho a réplica. Internet y las nuevas tecnologías comunicacionales. Propiedad intelectual. Régimen jurídico de la publicidad. La responsabilidad jurídica y social de la prensa. Ética, moral y deontología profesional del comunicador social. Códigos de ética periodística. Estatutos profesionales.

### **22- Taller de Producción Audiovisual I**

El lenguaje audiovisual, orígenes, elementos y conceptos generales. Medios audiovisuales y procesos multimediáticos. Códigos audiovisuales. Fotograma, toma, plano, escena, secuencia y acto. Tamaños de plano y tipos de encuadre. Movimientos y altura de cámara. Diégesis. Campo-fuera de campo. Tiempo y espacio en el discurso audiovisual. El sonido: condiciones de captura y funciones. Síncresis. Acusmática. Sonido diegético y no diegético. Tipos de sonido. La voz en off. Guión: historia-relato. Conflicto. Pilares de la acción. Punto de vista y focalización. El guión: idea, sinopsis, argumento. Story board. La estructura dramática. Personajes. Aspectos formales: guión de cine, guión de televisión. Ejercitación de redacción de guiones.

### **23- Introducción a la Planificación Comunicacional**

Contextualización histórica y política de los procesos de planificación. De la planificación económica a la planificación cultural y comunicacional. La planificación en América Latina. Planificación y desarrollo. Vertientes teóricas y conceptuales. Los ámbitos de la planificación: sectores estatal, público y privado. Tipos de planificación. Plan, programas y proyectos. Etapas en el proceso de planificación. Fijación de políticas. Redefinición del papel del diagnóstico. Viabilidad y factibilidad. Tendencias duras y flexibles. Actores de la planificación. Participación y gestión. El proceso de toma de decisiones. El rol del planificador. El papel del presupuesto en la planificación. Prospectiva. Elaboración de un proyecto de diagnóstico comunicacional.

### **24- Metodología de la Investigación en Comunicación II**

1) Enfoques cuantitativos y cualitativos. Diseños estructurados y emergentes. Tipos de muestreo. Representatividad y coeficientes de fiabilidad. 2) Principales herramientas y estrategias cuantitativas de recolección y análisis de datos. Sus usos en la investigación en comunicación. Sondeos, encuestas, escalas. Tipos de escalas, propiedades y formas de medición. Matrices de datos. Análisis estadístico de relaciones entre variables. Análisis de contenido. 3) Principales herramientas y estrategias cualitativas de recolección y análisis de datos. Sus usos en la investigación en comunicación. Observación. Entrevistas. Grupos focales. La teoría fundamentada. El estudio de caso.

### **25- Seminario-Taller Electivo II**

Espacio de reflexión, análisis y puesta en práctica, a elegir entre las siguientes propuestas:

#### **a) Periodismo Digital**



*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil N° 353- 3° piso - Santa Rosa La Pampa*

## Corresponde Resolución N° **302/2011**

Características de los medios digitales. Hipertexto y periodismo. Periódicos digitales. Blogs. Redes sociales. Internet como fuente de información. Los recursos multimedia. Los géneros en el periodismo digital. Buscadores automáticos, especializados y temáticos. Medios alternativos en la red. Periodismo participativo. Gestor de Comunidad (Community Manager). Producción y redacción de textos para la web. Pautas de escritura SEO (optimización en buscadores). Creación y mantenimiento de un blog. Coberturas a través de redes sociales y microblogging. Herramientas de autogestión.

### **b) Periodismo Deportivo**

Historia, Psicología y Sociología del Deporte. Deporte amateur y profesional. Ética deportiva. Deportes individuales y de equipo. Fundamentos de los principales deportes: fútbol, básquet, vóley, boxeo y automovilismo; olimpismo y deportes federados; tenis, rugby y golf. Aspectos reglamentarios de los tipos de competencias. Producción y redacción periodística. La cobertura periodística de eventos deportivos.

### **c) Periodismo y Literatura**

Vasos comunicantes entre el quehacer literario y el periodismo, en perspectiva histórica y en la actualidad. Literatura norteamericana, latinoamericana y argentina. El Nuevo Periodismo. Géneros narrativos en la literatura y el periodismo. Ficción y no ficción. La crónica literaria y la crónica periodística. La investigación periodística.

### **d) Foniatría y Locución**

La oralidad como código comunicante. El habla y la voz: aspectos anatómicos, socio-culturales, técnico-vocales y estéticos. Detección de dificultades en el habla, la voz, el lenguaje y la audición. Técnicas de educación de la voz y la dicción. La producción de sentido y significación en el habla. Textos informativos, narrativos, poéticos, humorísticos y publicitarios. Expresividad.

### **e) Herramientas de Edición Fotográfica y Diseño**

1) El concepto de imagen. Percepción y características del lenguaje visual. Iconicidad.  
2) La fotografía. Orígenes y evolución tecnológica. Fundamentos técnicos y recursos expresivos. El trabajo del editor fotográfico. La conjugación del sentido estético y las exigencias periodísticas. Herramientas informáticas de edición fotográfica.  
3) Nociones generales de diseño gráfico. Criterios de edición. Herramientas básicas de diseño y diagramación en medios impresos y digitales.

### **f) Arte y Estética**

Estética y Poética. Principales teorías sobre el arte y la belleza. La reflexión y la creación artística a lo largo de la historia. Épocas, corrientes y movimientos: desde la Antigüedad hasta el arte postmoderno. La obra de arte y su reproducción técnica. Análisis de obras literarias, plásticas y cinematográficas.

### **g) Comunicación Científica**



*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa*

## Corresponde Resolución Nº **302/2011**

Ciencia, Tecnología y Sociedad. Clasificación de las ciencias. Orígenes de la ciencia moderna y revoluciones científicas. El surgimiento de las Ciencias Sociales. La comunicación pública de la ciencia. Periodismo científico y divulgación científica. Principales conceptos y problemas en Ciencias Exactas y Naturales. Principales conceptos y problemas en Ciencias Sociales y Humanas. Agencias e instituciones del sistema científico, fuentes de información científica. Relaciones entre expertos, industrias tecnológicas y sociedad. El impacto social de la ciencia. Problemas éticos y percepción pública de la ciencia. Análisis y prácticas de comunicación científica.

### **h) Marketing y Publicidad**

Concepto y tipos de marketing. Publicidad y Propaganda. Horizontes de planificación en el marketing. La satisfacción de necesidades. El marketing estratégico. Variables no controlables. Estrategias competitivas y estrategias de desarrollo. Decisiones de producto, distribución y comunicación. Publicidad: posicionamiento, estrategias y target. Promoción. Campañas publicitarias.

La oferta de seminarios electivos estará sujeta a las posibilidades de la Facultad y podrá ir actualizándose en función de la demanda de los estudiantes.

### **26- Taller de Producción Audiovisual II**

Géneros audiovisuales: ficción, video clip, experimental, documental. El verosímil – la construcción de “lo real”. Modalidades de representación en el documental. Géneros y formatos televisivos. Grillas de programación. Las etapas de la producción. Herramientas de producción en cine y televisión. Roles y funciones. Localización de escenarios. Informes y fichas. Planificación general. El plan de rodaje. El presupuesto. Guión técnico. Puesta en escena. El rodaje. Dirección de los participantes. El montaje clásico. Raccord y continuidad. Ejes – direccionalidad – encuadres. Corte en movimiento – solapado de sonido. Ritmo. Post-Producción. Visionado del material y edición. La mezcla de sonido. Títulos. Animación y gráfica electrónica. Distribución y comercialización. Prácticas de producción audiovisual.

### **27- Diseño, Gestión y Evaluación de Proyectos de Comunicación**

Características de un proyecto de comunicación. Diagnóstico de la situación comunicacional. Tipos de diagnóstico. Herramientas metodológicas. Proyectos de intervención en distintos ámbitos (institucional, estatal, comunitario, educativo). Similitudes y diferencias. Objetivos, metas y actividades. Cronograma. Recursos. Presupuesto. Formas de evaluación. Ejercitación en la elaboración de proyectos comunicacionales.

### **28- Tecnologías de la Información y la Comunicación**

El impacto tecnológico en la sociedad y la comunicación. Ciencia, técnica y tecnología.

Tecnofilia y tecnofobia. Consecuencias en el medio social y cultural. Sistemas de recolección, procesamiento y presentación de datos. Dispositivos analógicos y digitales. Redes públicas y privadas. Bancos de datos. Dispositivos de procesamiento y almacenamiento. Valor y protección de la información. Sistemas de información y procesos



*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa*

Corresponde Resolución Nº **302/2011**

de comunicación. La vida cotidiana en las pantallas. Los sujetos culturales como consumidores de tecnología y creadores de contenidos.

### **29- Psicología y Comunicación**

Fundamentos psicológicos de la comunicación humana. Individuo, grupo e institución. El malestar individual: la lectura freudiana. Constituciones de lo grupal: la horda, el tótem y la familia moderna. La estructura del grupo: el otro, lo fantasmático, anudamientos transferenciales y juegos identificatorios. Síntomas grupales: autoritarismo y el “chivo expiatorio”, segregación y racismo, el sometimiento. La institución del orden social. Las instituciones sociales. El Estado Moderno y las instituciones. Estructura. Cuatro conceptos fundamentales: instituyente-instituido; transversabilidad-unidad funcional.

### **30- Actividad curricular electiva**

Los estudiantes seleccionarán una actividad curricular de la otra orientación. Quienes estén cursando la orientación en Comunicación Institucional podrán optar por una de las siguientes materias: Comunicación y Educación, Tecnologías Educativas, Taller de Medios y Narrativas Digitales. En tanto, quienes cursen la orientación en Comunicación, Educación y Tecnologías podrán elegir una entre las siguientes: Comunicación Institucional, Comunicación Comunitaria, Opinión Pública e Investigación de Mercados.

## **Orientaciones**

### **a) Comunicación Institucional**

#### **31- Comunicación Institucional**

Introducción a la comunicación institucional en organizaciones públicas y privadas. Teoría de las organizaciones. Comunicación estratégica. Cultura, identidad e imagen institucional. La organización y sus públicos. Tipos de públicos. El rol del comunicador institucional y sus posibilidades de inserción laboral. Las relaciones con la prensa. Las relaciones con el Estado y los organismos oficiales. Las relaciones con la comunidad. Mecenazgo y patrocinio. La comunicación y el manejo de crisis.

#### **32- Taller de Gestión de la Comunicación Institucional**

La gestión estratégica de la comunicación: herramientas y posibilidades. El comunicador social como gestor y facilitador de procesos y prácticas comunicacionales. Análisis de instituciones del ámbito regional y nacional y sus posibilidades de desarrollo. Práctica de intervención en instituciones seleccionadas. Análisis de la situación comunicacional y prospectiva de la situación deseada. Gestión y evaluación de estrategias de comunicación institucional.

#### **33- Comunicación Comunitaria**

Conceptos de Comunicación Popular, Alternativa y Comunitaria. Desarrollo histórico del campo en Latinoamérica, contexto político, principales aportes y debates. Comunidad, localismo, globalización. Escenarios posibles de intervención de un comunicador comunitario.





*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa*

**Corresponde Resolución Nº 302/2011**

La participación social como proceso de empoderamiento. Movimientos populares, organizaciones barriales, redes sociales, medios comunitarios. Comunicación y Educación Popular. La intervención comunitaria y el trabajo de campo. Análisis de experiencias en Argentina y América Latina. Desafíos actuales de la Comunicación Popular y Comunitaria. Estrategias para la planificación e implementación de proyectos en comunicación comunitaria. Proyecto de intervención comunitaria.

#### **34- Opinión Pública e Investigación de Mercados**

El concepto de opinión pública. La formación de opinión. Opinión pública y poder. El espacio público y la esfera pública. Diferencias entre marketing político y marketing comercial. El rol del consultor. La investigación en opinión pública. Metodología y técnicas de recolección, análisis e interpretación de los datos. Encuestas, escalas y sondeos de opinión. Alcances y limitaciones. Investigación de mercados: preferencias, comportamientos y tendencias. Análisis y matriz FODA. La investigación y planificación comercial.

#### **b) Comunicación, Educación y Tecnologías**

##### **35- Comunicación y Educación**

La dimensión comunicacional de los procesos educativos. Formación del campo Comunicación/Educación. El estatuto de comunicación/educación en la pedagogía oficial argentina. Perspectivas contra-hegemónicas. Lo educativo y el diálogo: el sentido de la palabra. Experiencias de comunicación y educación popular. Comunicación/educación y políticas públicas. La institución educativa: actores, relaciones y tensiones. Los medios en la Escuela. Radio y televisión educativas. Alfabetizaciones posmodernas.

##### **36- Tecnologías Educativas**

Tecnología, educación y comunicación. Pensar la educación hoy. Alfabetizaciones digitales. Aula y medios informáticos, TIC. Las prácticas educativas mediadas por tecnologías en contextos escolares, en instituciones culturales y en la vida cotidiana. Usos educativos de la Web (buscadores, portales, blogs, redes sociales, etc.). Dispositivos digitales portátiles (celulares, cámaras fotográficas, i.pod y similares). Enseñar y aprender con tecnologías informáticas: experiencias de incorporación de la computadora e Internet en el aula. Usos instrumentales / usos pedagógicos de las TIC. Las TIC en espacios disciplinares: secuencias didácticas. Proyectos de enseñanza y aprendizaje con tecnologías.

##### **37- Taller de Medios y Narrativas Digitales**

Estado actual de los medios digitales y su impacto entre los medios de comunicación y el desenvolvimiento social-cultural. De los relatos analógicos a los relatos digitales. Concepto y características de la narrativa digital. Antecedentes en la narrativa analógica: los videojuegos y el cine. El diseño de un relato digital. Los modelos comunicativos y pedagógicos de la narrativa digital. La narrativa digital como estrategia docente, asociada al trabajo en red. Secuencias didácticas. Prácticas de producción de materiales digitales para el aprendizaje en entornos virtuales o presenciales. Posibilidades y limitaciones de la narrativa digital en la sociedad del conocimiento.





*Universidad Nacional de La Pampa*  
*- Consejo Superior -*  
*Cnel. Gil N° 353- 3° piso - Santa Rosa La Pampa*

Corresponde Resolución N° **302/2011**

### **38- Enseñanza y Aprendizaje en Entornos Virtuales**

Educación y sociedad del conocimiento. Fundamentos de la enseñanza y el aprendizaje en entornos virtuales (EVA). La educación en línea, el e-learning y el e-training. Plataformas, fundamentos técnicos y roles. Comunidades de aprendizaje. Dimensiones pedagógicas y didácticas del e-learning. Currículum y planificación. Principios de diseño y evaluación de materiales didácticos. Lectura y escritura en entornos virtuales. Recursos multimediales. La tutoría en la educación en línea: competencias y funciones. Evaluación de los aprendizajes y la enseñanza. Prácticas de elaboración de contenidos y proyectos para la enseñanza en entornos virtuales.

- **Formación en las Prácticas Profesionales**

### **39- Práctica Profesional**

El estudiante deberá realizar una experiencia de práctica profesional en instituciones, medios de comunicación, escuelas, reparticiones estatales, organizaciones sociales, entre otras opciones, donde pueda desarrollar algunas de las actividades que forman parte de las incumbencias de su título. El plan de trabajo y las tareas a desarrollar serán acordados y supervisados por el/los docente/s a cargo de la asignatura.

### **40- Taller de Elaboración del Trabajo Final**

Se brindará asesoramiento y seguimiento para la elaboración del Trabajo Final de Licenciatura, que podrá tener una de las siguientes modalidades: a) un trabajo de reflexión e indagación sobre un problema de investigación relacionado con el campo de la Comunicación Social; o b) el diseño y gestión de un proyecto de Comunicación Institucional, o en Comunicación, Educación y Tecnologías, según la orientación que se haya elegido, a realizar en una institución o ámbito comunitario/educativo. En ambos casos, el proyecto de Trabajo Final deberá reunir los requisitos que disponga la reglamentación de la Facultad de Ciencias Humanas y atravesar las instancias de evaluación que correspondan.

## **8.2- Distribución horizontal y vertical**

**Actividades curriculares. Distribución por años, cuatrimestres y cargas horarias (consignadas en horas reloj)**



Universidad Nacional de La Pampa  
- Consejo Superior -  
Cnel. Gil N° 353- 3° piso - Santa Rosa La Pampa

Corresponde Resolución N° **302/2011**

**Ciclo básico común a las dos orientaciones**

Año	Cuatr.	Asignaturas	Camp o del cono c.	Carga horaria		Horas Cuatr.
				Semanal	Total	
1°	1°	Teorías de la Comunicación Social I	FE	6	90	255
		Fundamentos de Antropología	FG	6	90	
		Taller de Producción Gráfica I	FE	5	75	
	2°	Semiótica y Comunicación	FE	6	90	345
		Fundamentos de Sociología y Ciencia Política	FG	6	90	
		Taller de Producción Gráfica II	FE	5	75	
		Economía Política	FG	6	90	
2°	1°	Teorías de la Comunicación Social II	FE	6	90	345
		Problemas Filosóficos Contemporáneos	FG	6	90	
		Historia del Siglo XX	FG	6	90	
		Taller de Producción Radiofónica I	FE	5	75	
	2°	Cultura y Comunicación	FE	6	90	330
		Historia Contemporánea de Argentina y América Latina	FG	6	90	
		Seminario-Taller Electivo I	FE	5	75	
		Taller de Producción Radiofónica II	FE	5	75	
3°	1°	Metodología de la Investigación en Comunicación I	FE	6	90	330
		Taller de Análisis del Discurso y Crítica de Medios	FE	5	75	
		Derecho de la Comunicación	FE	6	90	
		Taller de Producción Audiovisual I	FE	5	75	
	2°	Introducción a la Planificación Comunicacional	FE	6	90	330
		Metodología de la Investigación en Comunicación II	FE	6	90	
		Seminario-Taller Electivo II	FE	5	75	
		Taller de Producción Audiovisual II	FE	5	75	
<b>Subtotal</b>						<b>1.935</b>



Universidad Nacional de La Pampa  
- Consejo Superior -  
Cnel. Gil N° 353- 3° piso - Santa Rosa La Pampa

Corresponde Resolución N° **302/2011**

**Orientación en Comunicación Institucional**

Año	Cuatr.	Asignaturas	Camp o del cono c.	Carga horaria		Horas Cuatr.
				Semanal	Total	
4°	1°	Comunicación Institucional	FE	6	90	330
		Diseño, Gestión y Evaluación de Proyectos de Comunicación	FE	5	75	
		Tecnologías de la Información y la Comunicación	FE	5	75	
		Psicología y Comunicación	FE	6	90	
	2°	Taller de Gestión de la Comunicación Institucional	FE	5	75	300
		Comunicación Comunitaria	FE	5	75	
		Opinión Pública e Investigación de Mercados	FE	5	75	
		Actividad Curricular Electiva*	FE	5	75	
5°	1°	Práctica Profesional	FPF	-	100	100
	2°	Taller de Elaboración del Trabajo Final**	FPF	3	200	200
<b>Subtotal</b>						<b>930</b>

**Orientación en Comunicación, Educación y Tecnologías**

Año	Cuatr.	Asignaturas	Camp o del cono c.	Carga horaria		Horas Cuatr.
				Semanal	Total	
4°	1°	Comunicación y Educación	FE	6	90	330
		Diseño, Gestión y Evaluación de Proyectos de Comunicación	FE	5	75	
		Tecnologías de la Información y la Comunicación	FE	5	75	
		Psicología y Comunicación	FE	6	90	
	2°	Tecnologías Educativas	FE	5	75	300
		Taller de Medios y Narrativas Digitales	FE	5	75	
		Enseñanza y Aprendizaje en Entornos Virtuales	FE	5	75	
		Actividad Curricular Electiva*	FE	5	75	
5°	1°	Práctica Profesional	FPF	-	100	100



Universidad Nacional de La Pampa  
- Consejo Superior -  
Cnel. Gil N° 353- 3° piso - Santa Rosa La Pampa

Corresponde Resolución N° **302/2011**

	2°	Taller de Elaboración del Trabajo Final**	FPF	3	200	200
<b>Subtotal</b>						<b>930</b>

\* A elegir entre las correspondientes a la otra orientación, siempre y cuando se cuente con las materias correlativas.

\*\* Cursada presencial de 3 hs. semanales. El resto de la carga horaria corresponderá a la elaboración del Trabajo Final.

### Niveles de Idioma Inglés

I Nivel de Idioma Inglés	FG	4	60
II Nivel de Idioma Inglés	FG	4	60
III Nivel de Idioma Inglés	FG	4	60
<b>Subtotal</b>			<b>180</b>

### Cargas horarias:

**Formación General:** 720 horas

**Formación Específica:** 2.025 horas

**Formación en Prácticas Profesionales:** 300 horas

**Carga horaria total: 3.045 horas**

La oferta de seminarios electivos estará sujeta a las posibilidades de la Facultad de Ciencias Humanas y podrá ir actualizándose en función de la demanda de los estudiantes.

### Régimen de correlatividades

Para cursar una actividad curricular los estudiantes deben acreditar el cursado de la correlativa correspondiente.

Para aprobar una actividad curricular, los estudiantes deben haber aprobado la actividad curricular correlativa.

Actividades curriculares	Actividades curriculares necesarias para cursar o rendir
Teorías de la Comunicación Social I	Sin correlativas
Fundamentos de Antropología	Sin correlativas
Taller de Producción Gráfica I	Sin correlativas
Semiótica y Comunicación	Sin correlativas
Fundamentos de Sociología y Ciencia Política	Sin correlativas
Taller de Producción Gráfica II	Taller de Producción Gráfica I



Universidad Nacional de La Pampa  
- Consejo Superior -  
Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa

Corresponde Resolución Nº **302/2011**

Economía Política	Sin correlativas
Teorías de la Comunicación Social II	Teorías de la Comunicación Social I Fundamentos de Sociología y Ciencia Política
Problemas Filosóficos Contemporáneos	Sin correlativas
Historia del Siglo XX	Fundamentos de Sociología y Ciencia Política Economía Política
Taller de Producción Radiofónica I	Sin correlativas
Cultura y Comunicación	Teorías de la Comunicación Social I Fundamentos de Antropología Problemas Filosóficos Contemporáneos
Historia Contemporánea de Argentina y América Latina	Fundamentos de Sociología y Ciencia Política Economía Política Historia del Siglo XX
Seminario-Taller Electivo I	Sin correlativas
Taller de Producción Radiofónica II	Taller de Producción Radiofónica I
Metodología de la Investigación en Comunicación I	Sin correlativas
Taller de Análisis del Discurso y Crítica de Medios	Semiótica y Comunicación
Derecho de la Comunicación	Sin correlativas
Taller de Producción Audiovisual I	Sin correlativas
Introducción a la Planificación Comunicacional	Sin correlativas
Metodología de la Investigación en Comunicación II	Metodología de la Investigación en Comunicación I
Seminario-Taller Electivo II	Sin correlativas
Taller de Producción Audiovisual II	Taller de Producción Audiovisual I
Comunicación Institucional	Introducción a la Planificación Comunicacional
Diseño, Gestión y Evaluación de Proyectos de Comunicación	Introducción a la Planificación Comunicacional
Tecnologías de la Información y la Comunicación	Sin correlativas
Psicología y Comunicación	Sin correlativas
Taller de Gestión de la Comunicación Institucional	Comunicación Institucional Diseño, Gestión y Evaluación de Proyectos de Comunicación
Comunicación Comunitaria	Introducción a la Planificación Comunicacional
Opinión Pública e Investigación de Mercados	Metodología de la Investigación en



Universidad Nacional de La Pampa  
- Consejo Superior -  
Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa

Corresponde Resolución Nº **302/2011**

	Comunicación I Metodología de la Investigación en Comunicación II
Comunicación y Educación	Sin correlativas
Tecnologías Educativas	Tecnologías de la Información y la Comunicación
Taller de Medios y Narrativas Digitales	Tecnologías de la Información y la Comunicación Taller de Producción Gráfica I y II Taller de Producción Radiofónica I y II Taller de Producción Audiovisual I y II
Enseñanza y Aprendizaje en Entornos Virtuales	Comunicación y Educación Diseño, Gestión y Evaluación de Proyectos de Comunicación Tecnologías de la Información y la Comunicación
Actividad Curricular Electiva	Las requeridas para la materia por la que se opte
Práctica Profesional	La totalidad de las asignaturas del plan, excepto el Taller de Elaboración del Trabajo Final.
Taller de Elaboración del Trabajo Final	La totalidad de las asignaturas del plan
I Nivel de Idioma Inglés	Sin correlativas
II Nivel de Idioma Inglés	Sin correlativas
III Nivel de Idioma Inglés	Sin correlativas

### Otros requisitos para el cumplimiento del Plan de Estudio

Los 3 niveles de Idioma Inglés deberán ser acreditados durante el transcurso de la carrera. Los estudiantes que posean conocimientos previos podrán optar por rendir libre el III Nivel directamente.

Asimismo los estudiantes deberán realizar una práctica profesional supervisada en medios periodísticos o instituciones, por un total de cien (100) horas.

**8.3 Trabajo final:** El Trabajo Final de Licenciatura podrá tener dos modalidades: a) la realización de un trabajo final sobre un problema de investigación vinculado a la formación en Comunicación Social; y b) el diseño y gestión de un proyecto de Comunicación Institucional, o en Comunicación, Educación y Tecnologías, según la orientación de la que se trate.

### 8.4 Articulación con otros Planes de Estudio

#### Sistema de equivalencias



Universidad Nacional de La Pampa  
- Consejo Superior -  
Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa

Corresponde Resolución Nº **302/2011**

<b>Licenciatura en Comunicación Social- Plan 2011</b>	<b>Licenciatura en Historia – Planes 2011-1999</b> <b>Profesorado en Historia – Planes 2009-1998</b> <b>Licenciatura en Geografía- Planes 2003-1998</b> <b>Profesorado en Geografía- Planes 2009-2003-1998</b>
Fundamentos de Antropología	Fundamentos de Antropología
Fundamentos de Sociología y Ciencia Política	Fundamentos de Sociología y Ciencia Política

<b>Licenciatura en Comunicación Social- Plan 2011</b>	<b>Licenciatura en Geografía- Plan 2003</b> <b>Profesorado en Geografía- Plan 2009</b>
Historia del Siglo XX	Historia del Siglo XX

<b>Licenciatura en Comunicación Social- Plan 2011</b>	<b>Periodismo – Plan 1994</b>
Teorías de la Comunicación Social I	Teoría de la Comunicación Social
Fundamentos de Antropología	Sin equivalencia
Taller de Producción Gráfica I	Seminario y Taller de Prensa Escrita
Semiótica y Comunicación	Lingüística y Semiótica General Semiótica de los Medios
Fundamentos de Sociología y Ciencia Política	Introducción a la Sociología
Taller de Producción Gráfica II	Sin equivalencia
Economía Política	Introducción a la Economía
Teorías de la Comunicación Social II	Optativa I: Historia de las Ideas Políticas Historia de los Medios y Sistemas de Comunicación
Problemas Filosóficos Contemporáneos	Introducción a la Filosofía Optativa I: Historia de las Ideas Políticas
Historia del Siglo XX	Historia Social Contemporánea
Taller de Producción Radiofónica I	Seminario y Taller Radiofónico
Cultura y Comunicación	Teoría y Metodología de la Comunicación Social
Historia Contemporánea de Argentina y América Latina	Historia Social Americana y Argentina
Seminario-Taller Electivo I	Arte y Estética equivale a Historia del Arte Periodismo Deportivo equivale a Optativa II: Taller de Periodismo Deportivo
Taller de Producción Radiofónica II	Sin equivalencia
Metodología de la Investigación en	Sin equivalencia





Universidad Nacional de La Pampa  
- Consejo Superior -  
Cnel. Gil N° 353- 3° piso - Santa Rosa La Pampa

Corresponde Resolución N° **302/2011**

Comunicación I	
Taller de Análisis del Discurso y Crítica de Medios	Sin equivalencia
Derecho de la Comunicación	Derecho a la Información
Taller de Producción Audiovisual I	Seminario y Taller de Producción Audiovisual
Introducción a la Planificación Comunicacional	Sin equivalencia
Metodología de la Investigación en Comunicación II	Sin equivalencia
Seminario-Taller Electivo II	Arte y Estética equivale a Historia del Arte Periodismo Deportivo equivale a Optativa II: Taller de Periodismo Deportivo
Taller de Producción Audiovisual II	Sin equivalencia
Comunicación Institucional	Sin equivalencia
Diseño, Gestión y Evaluación de Proyectos de Comunicación	Sin equivalencia
Tecnologías de la Información y la Comunicación	Sin equivalencia
Psicología y Comunicación	Psicología y Comunicación
Taller de Gestión de la Comunicación Institucional	Sin equivalencia
Comunicación Comunitaria	Sin equivalencia
Opinión Pública e Investigación de Mercados	Optativa II: Seminario de Publicidad
Comunicación y Educación	Sin equivalencia
Tecnologías Educativas	Sin equivalencia
Taller de Medios y Narrativas Digitales	Sin equivalencia
Enseñanza y Aprendizaje en Entornos Virtuales	Sin equivalencia
Práctica Profesional	Sin equivalencia
Taller de Elaboración de Trabajo Final	Sin equivalencia
I Nivel de Idioma Inglés	Inglés I Nivel
II Nivel de Idioma Inglés	Inglés II Nivel
III Nivel de Idioma Inglés	Sin equivalencia
Sin equivalencia	Informática y Sociedad
Sin equivalencia	Taller de Periodismo de Investigación

<b>Licenciatura en Comunicación Social-Plan 2011</b>	<b>Licenciatura en Comunicación Social-Plan 1997</b>
Teorías de la Comunicación Social I	Sin equivalencia
Fundamentos de Antropología	Antropología Cultural
Taller de Producción Gráfica I	Sin equivalencia



Universidad Nacional de La Pampa  
- Consejo Superior -  
Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa

Corresponde Resolución Nº **302/2011**

Semiótica y Comunicación	Sin equivalencia
Fundamentos de Sociología y Ciencia Política	Sin equivalencia
Taller de Producción Gráfica II	Sin equivalencia
Economía Política	Sin equivalencia
Teorías de la Comunicación Social II	Políticas de Estado y Sociedad
Problemas Filosóficos Contemporáneos	Sin equivalencia
Historia del Siglo XX	Sin equivalencia
Taller de Producción Radiofónica I	Sin equivalencia
Cultura y Comunicación	Seminario de cultura popular y comunicación alternativa Procesos culturales de fin de siglo
Historia Contemporánea de Argentina y América Latina	Sin equivalencia
Seminario-Taller Electivo I	Marketing y Publicidad equivale a Taller de imagen institucional: gestión de la imagen y la comunicación
Taller de Producción Radiofónica II	Sin equivalencia
Metodología de la Investigación en Comunicación I	Metodología de la investigación científica
Taller de Análisis del Discurso y Crítica de Medios	Sin equivalencia
Derecho de la Comunicación	Sin equivalencia
Taller de Producción Audiovisual I	Sin equivalencia
Introducción a la Planificación Comunicacional	Planificación de la Comunicación
Metodología de la Investigación en Comunicación II	Sin equivalencia
Seminario-Taller Electivo II	Marketing y Publicidad equivale a Taller de imagen institucional: gestión de la imagen y la comunicación
Taller de Producción Audiovisual II	Sin equivalencia
Comunicación Institucional	Análisis institucional
Diseño, Gestión y Evaluación de Proyectos de Comunicación	Sin equivalencia
Tecnologías de la Información y la Comunicación	Nuevas Tecnologías (Seminario)
Psicología y Comunicación	Sin equivalencia
Taller de Gestión de la Comunicación Institucional	Sin equivalencia
Comunicación Comunitaria	Taller de comunicación comunitaria
Opinión Pública e Investigación de Mercados	Sin equivalencia



Universidad Nacional de La Pampa  
- Consejo Superior -  
Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa

Corresponde Resolución Nº **302/2011**

Comunicación y Educación	Comunicación y Educación
Tecnologías Educativas	Sin equivalencia
Taller de Medios y Narrativas Digitales	Sin equivalencia
Enseñanza y Aprendizaje en Entornos Virtuales	Sin equivalencia
Práctica Profesional	Sin equivalencia
Taller de Elaboración de Trabajo Final	Sin equivalencia
I Nivel de Idioma Inglés	Sin equivalencia
II Nivel de Idioma Inglés	Sin equivalencia
III Nivel de Idioma Inglés	Sin equivalencia
Sin equivalencia	Legislación: derecho público y privado

### 8.7. Congruencia interna de la carrera

Alcances	Asignaturas
<ul style="list-style-type: none"> <li>Analizar, elaborar contenidos y desempeñarse en la tarea periodística y en la producción de medios y tecnologías de comunicación.</li> </ul>	01 a 40
<ul style="list-style-type: none"> <li>Planificar, investigar y gestionar en forma estratégica procesos y prácticas comunicacionales en distintos ámbitos y espacios públicos y privados.</li> </ul>	01 a 40
<ul style="list-style-type: none"> <li>Investigar y reflexionar sobre los procesos socio-culturales y comunicacionales.</li> </ul>	01 a 40
<ul style="list-style-type: none"> <li>Planificar, gestionar y evaluar las diversas formas de comunicación masiva e institucional.</li> </ul>	01 a 34 , 39,40
<ul style="list-style-type: none"> <li>Planificar, gestionar y evaluar propuestas de Comunicación, Educación y Tecnologías.</li> </ul>	01 a 30, 35 a 40

## 9. RECURSOS NECESARIOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIO

### 9.1 Recursos humanos

Docentes y No docentes con los que cuenta la Facultad de Ciencias Humanas. Se prevé la incorporación de personal Docente y No docente de acuerdo a lo estipulado en el presupuesto para cumplir con las necesidades que demande la implementación del Plan.

### 9.2 y 9.3 Infraestructura y equipamiento

Se utilizarán las instalaciones y equipamiento de la Facultad de Ciencias Humanas. Se suscribirán convenios con medios de comunicación e instituciones locales para la realización de prácticas profesionales.



Universidad Nacional de La Pampa  
- Consejo Superior -  
Cnel. Gil Nº 353- 3º piso - Santa Rosa La Pampa

Corresponde Resolución Nº **302/2011**

**9.4 Cálculo presupuestario**

1º CUATRIMESTRE	1º AÑO	2º AÑO	3º AÑO	4º AÑO	5º AÑO
Docentes	\$ 298.085,08	\$ 478.243,86	\$ 486.400,49	\$ 435.189,45	\$ 152.716,35
Personal administrativo	\$ 45.566,86	\$ 45.566,86	\$ 45.566,86	\$ 45.566,86	\$ 45.566,86
Coordinador de la Carrera	\$ 29.279,33	\$ 29.279,33	\$ 29.279,33	\$ 29.279,33	\$ 29.279,33
	\$ 20.750,00	\$ 20.750,00	\$ 20.750,00	\$ 20.750,00	\$ 20.750,00
Viáticos	\$ 35.040,00	\$ 35.040,00	\$ 43.800,00	\$ 26.280,00	\$ 26.280,00
Bibliografía	\$ 20.000,00	\$ 15.000,00	\$ 20.000,00	\$ 15.000,00	\$ 0,00
<b>Total 1º cuatrimestre</b>	<b>\$ 448.721,27</b>	<b>\$ 623.880,05</b>	<b>\$ 645.796,68</b>	<b>\$ 572.065,64</b>	<b>\$ 274.592,54</b>
<b>2º CUATRIMESTRE</b>					
Docentes	\$ 333.684,13	\$ 544.959,14	\$ 544.959,14	\$ 341.031,75	
Personal administrativo	\$ 45.566,86	\$ 45.566,86	\$ 45.566,86	\$ 45.566,86	
Coordinador de la Carrera	\$ 29.279,33	\$ 29.279,33	\$ 29.279,33	\$ 29.279,33	
Gastos administrativos	\$ 20.750,00	\$ 20.750,00	\$ 20.750,00	\$ 20.750,00	
Viáticos	\$ 35.040,00	\$ 35.040,00	\$ 43.800,00	\$ 26.280,00	
<b>Total 2º cuatrimestre</b>	<b>\$ 464.320,32</b>	<b>\$ 675.595,33</b>	<b>\$ 684.355,33</b>	<b>\$ 462.907,94</b>	
<b>• Total</b>	<b>\$ 913.041,60</b>	<b>\$ 1.299.475,38</b>	<b>\$ 1.330.152,00</b>	<b>\$ 1.034.973,59</b>	
	Total de la carrera		<b>\$ 4.852.235,11</b>		

Necesidad Financiera mínima para la implementación de la carrera durante 2012\*

1º Cuatrimestre	<b>\$ 248.404,24</b>
2º Cuatrimestre	<b>\$ 139.035,06</b>
<b>Total</b>	<b>\$ 387.439,29</b>

\* Se prescinde para el cálculo de los montos correspondientes a Coordinador de la carrera, gastos administrativos, personal administrativo, bibliografía y traslados. Se considera el monto de las designaciones desde el 01 de marzo y 01 de agosto hasta 31 de diciembre.

\*\*\*\*\*