

## 1.-IDENTIFICACIÓN DE LA CARRERA

- 1.1 Denominación de la Carrera: **Licenciatura en Comunicación Social**
- 1.2 Denominación del Título: Licenciado/a en Comunicación Social  
Título Intermedio: **Técnico/a Universitario en Comunicación Sociales**
- 1.3 Nivel: Grado
- 1.4 Permanencia: Continua
- 1.5 Duración: 4 años
- 1.6 Modalidad: Presencial

## 2.- CONDICIONES DE INGRESO

- Título de Nivel Medio o Polimodal
- Personas mayores de 25 años que sin tener completos sus estudios de nivel medio, secundario o polimodal, cumplan con lo prescripto por el art. 7º de la ley 24.521

## 3.- PERFIL DEL EGRESADO

El Técnico Universitario y el Licenciado en Comunicación Social egresado de la Universidad Católica de Cuyo se destacará por su impronta profesional, configurada por una sólida vocación de servicio, inspirado en los valores cristianos y su vinculación con las actividades específicas de su profesión; con facilidad para establecer relaciones interpersonales positivas, desarrollar trabajo en equipo e incorporar en su actuación profesional los valores de la dignidad, la libertad, la justicia, la equidad, la democracia y la solidaridad social.

## 4.- ALCANCES

El Técnico Universitario en Comunicación Social está formado para integrar y colaborar en equipos de diseño, ejecución y evaluación de proyectos comunicacionales, operar con el instrumental tecnológico necesario para el desarrollo de dichos proyectos y colaborar en actividades de publicidad y difusión de diversos tipos de organizaciones.

El Licenciado en Comunicación Social está formado para comprender, analizar y desempeñarse, de manera crítica y constructiva, en los ámbitos de la comunicación, intervenir en el desarrollo de políticas de comunicación

institucional, gestionar actividades de prensa, publicidad y difusión de diversos tipos de organizaciones, mediar en conflictos de comunicación y diseñar, producir, gestionar y representar proyectos para medios de comunicación en los diversos formatos existentes. Además, para diseñar, gestionar, dirigir y evaluar proyectos de investigación y extensión.

## 5.- ORGANIZACIÓN DEL PLAN DE ESTUDIO

	ASIGNATURA	CARGA HORARIA		Anual / Semestral	Correlatividades
		SEMANAL	TOTAL		
PRIMER AÑO					
1	Historia y cultura contemporáneas	3	42	semestral	---
2	Teorías de la comunicación	4	56	semestral	---
3	Redacción y gramática	4	56	semestral	---
4	Semiótica	4	56	semestral	---
5	Introducción a la comunicación	3	42	semestral	---
6	Redacción periodística	3	42	semestral	3
7	Introducción a la comunicación audiovisual	4	56	semestral	2
8	Radiofonía	3	84	anual	---
9	El hombre y el mundo	4	56	semestral	1
10	Teología I	3	42	semestral	---
11	Práctica I	3	42	semestral	2-4-5
12	Metodología de la Investigación 1	3	84	anual	---
13	Lengua extranjera Inglés I	3	84	anual	---

SEGUNDO AÑO					
14	Análisis del discurso	4	56	semestral	3-4
15	Comunicación institucional	4	56	semestral	4-5
16	Perspectivas y Visión de la Persona	3	42	semestral	9-10
17	Teología II	3	42	semestral	9-10
18	Teorías del periodismo	4	56	semestral	6-7-8
19	Metodología de la Investigación 2	2	56	anual	11-12
20	Tecnologías Multimediales de la información y la Comunicación	5	70	semestral	7
21	Psicología y comunicación	4	56	semestral	14
22	Periodismo digital	6	84	semestral	18-20
23	Práctica II	3	42	semestral	11-12-13
24	Historia de los medios de comunicación	4	56	semestral	16
25	Estructura y organización de las instituciones	4	56	semestral	15
26	Lengua extranjera Inglés II	3	42	semestral	13
TOTAL			714		

TERCER AÑO					
27	Estadística social	2	56	anual	19
28	Estrategias de comunicación institucional	4	56	semestral	15-21
29	Guión audiovisual	4	56	semestral	14-18-22
30	Retórica y oratoria	4	56	semestral	14
31	Práctica III	6	84	semestral	19-23-26
32	Comunicación pública	4	56	semestral	24-25
33	Publicidad y Marketing	4	56	semestral	20-21
TOTAL CARGA HORARIA TECNICATURA		1876			
34	Análisis audiovisual	4	56	semestral	29-33
35	Periodismo de investigación I	3	42	semestral	27-32
36	Doctrina Social de la Iglesia	4	56	semestral	17-23
37	Ética profesional	4	56	semestral	17-23

38	Fundamentos de la comunicación política	4	56	semestral	28-32
39	Lengua extranjera complementaria	3	42	semestral	26
<b>TOTAL</b>			<b>728</b>		
<b>CUARTO AÑO</b>					
40	Gestión económica de las organizaciones	4	56	semestral	38
41	Gestión de personas y relaciones públicas	5	70	semestral	38
42	Práctica IV	4	112	anual	30-31-39
43	Diseño y planificación comunicacional	5	70	semestral	
44	Derecho a la Información y Deontología Periodística	4	56	semestral	36-37
45	Arte y comunicación	4	56	semestral	34
46	Opinión pública	4	56	semestral	40
47	Periodismo de investigación II	3	42	semestral	34-35
48	Estrategias de comunicación política	4	56	semestral	38
49	Producción de radio	4	56	semestral	30-43
50	Taller de Trabajo Final	3	84	anual	42-46-47-48-49
51	Trabajo final		150		
<b>TOTAL</b>			<b>864</b>		
<b>TOTAL CARGA HORARIA LICENCIATURA</b>			<b>3048</b>		

## 6.- CONTENIDOS MÍNIMOS

1. Historia y cultura contemporáneas: Concepto historia. Concepto de cultura. Naturaleza del conocimiento. Prehistoria. Mundo antiguo. Edad Media. Modernidad. Postmodernidad. Rasgos de la cultura contemporánea. Globalización, pluralismo y relativismo. La crisis cultural de nuestro tiempo. La crisis cultural y sus distintos enfoques. La sensibilidad posmoderna. Los nuevos movimientos sociales. Exploración y análisis crítico de los principales procesos y acontecimientos históricos y culturales que han influido en el establecimiento de nuestra sociedad contemporánea.

2. Teorías de la comunicación: Introducción a las Teorías de la Comunicación. Funcionalismo. Conductismo en comunicación. Teoría crítica de la escuela de Frankfurt. Introducción al pensamiento latinoamericano de la comunicación: teoría de la dependencia, comunicación alternativa, comunitaria y alterativa. Estudios culturales. Comunicación y cultura.

3. Redacción y gramática: Normas de escritura. Puntuación. Clases y usos de palabras (sustantivo, artículo, adjetivo, adverbios, pronombres, preposiciones, conjunciones, tiempos verbales) El texto. Coherencia y cohesión. Dimensiones notacional, morfológica, semántica y pragmática. Prácticas de redacción.

4. Semiótica: Noción del signo lingüístico. Conceptos provisionales. Lingüística, Semiología y Semiótica. Texto, Discurso, Contexto, Signo, Código, Sistema, Lenguaje, Lengua, Habla, Semiosis, Semiosis sustituyente y Semiosis sustituida. Objeto semiótico. Concepto de semiótica. Saussure, Pierce, Jakobson y Benveniste. Teoría de la enunciación. Noción de género y estilo. Nociones de retórica general. Aristóteles.

5. Introducción a la comunicación: Elementos básicos del fenómeno de la comunicación. Comunicación Interpersonal. Comunicación mediática. Introducción a la comunicación y al hecho comunicativo cotidiano en la sociedad abierta. Ritos socioculturales. Elementos de la Comunicación. Introducción a las teorías de la comunicación.

Redacción periodística: Lenguajes y códigos periodísticos. Introducción a los principales géneros periodísticos. Nociones de fuente, partes del periódico y de la "noticia". Teoría del espejo. Teoría de la construcción social de la noticia. Géneros periodísticos. La noticia. El reportaje. La entrevista. La investigación. La crónica. El panel periodístico. Periodismo especializado. La nota. La opinión. Columna. Reseña. Crítica. Periodismo interpretativo. Conceptualización y práctica taller.

7. Introducción a la comunicación audiovisual: La imagen, el ojo, los colores. Nociones básicas sobre el proceso de producción. Elementos intervinientes. Límites y alcances de la imagen. Límites y alcance de la producción. Combinación de imagen y sonido. Lo audiovisual, su estructura y características.

8. Radiofonía: El sonido, su producción y transmisión. Las ondas radioeléctricas. Nociones básicas sobre la radio, su lenguaje, su formato. Límites y alcance. Breve historia de la Radio. Su repercusión en el mundo. Diferentes recursos tecnológicos en la radio. Componentes. Alcances. El periodismo radiofónico. Características. Historia del medio. Análisis de los géneros y formatos. Producción y grabación de trabajos de entrevistas a personalidades relevantes del mundo del arte, la ciencia, la cultura, el deporte, la política o la promoción social.

9. El hombre y el mundo Etapas filosóficas: antigua, medieval, moderna, contemporánea. Lugar de la filosofía en el conjunto del saber. Grandes temas: Conocimiento y realidad; Existencia y fin de la vida; El Ser y el hombre; los valores: bien, verdad, libertad, igualdad; lo religioso; trascendencia, Fe y razón. La paz y la guerra.

10. Teología I: Conocimiento natural de Dios. Dios al encuentro del Hombre. La revelación de

Dios y su transmisión cristiana. La Biblia. La fe. La Santísima Trinidad y el Padre creador. El Hijo redentor. El Espíritu Santo santificador.

11. Práctica I: integración de los contenidos conceptuales

12. Metodología de la Investigación 1 Concepto de investigación. Distintos tipos de investigaciones. La investigación social. Técnicas de investigación.

13. Lengua extranjera Inglés I: Descripción de experiencias y cambios recientes en hábitos, rutinas, etc. utilizando el presente perfecto. Descripción de los resultados de un proyecto de investigación, estudio o trabajo dando cuenta de cómo o en qué medida estos resultados modifican la realidad actual. Narración de una historia en pasado con uso de conectores. Planificación de actividades en un futuro cercano y distante utilizando presente continuo y going to. Invitaciones y sugerencias.

14. Análisis del discurso: Noción del signo lingüístico terciario (Pierce). Semiosis social (Verón). Intensificación del análisis de los aspectos temáticos, retóricos y enunciativos. Aspectos persuasivos subyacentes en los discursos. Noción de Texto. Análisis semiótico de textos escritos y audiovisuales (Metz y Bettetini).

15. Comunicación institucional: Los procesos de comunicación en las organizaciones. Dimensiones del comportamiento organizacional. Redes de comunicación. Dirección de los flujos. Comunicación formal e informal. Efectos de los sistemas de comunicación sobre el contenido de los mensajes. Habilidades para la comunicación organizacional. Identidad, imagen institucional y comunicación. Diseño de la comunicación institucional interna y externa.

16. Perspectivas y Visión de la Persona: El hombre: El origen, teoría creacionista y evolucionista. La esencia, naturalismo (Spencer- Nietzsche), espiritualismo (Platón- Agustín - Scheler), historicismo, existencialismo, simbolismo, marxismo. Origen y sentido cristiano del hombre. La dignidad de ser persona. Espíritu, corazón, libertad. El hombre, ser social. El hombre en el mundo y la historia. El mal. Sentido de la libertad.

17. Teología II: Los sacramentos. De iniciación: bautismo. De curación: reconciliación o penitencia. Sacramento al servicio de la comunidad: Orden Sagrado - Matrimonio. La vida de Cristo. Los Diez Mandamientos. La oración cristiana

18. Teorías del periodismo: Principales teorías sobre el fenómeno periodístico Newsmaking y agenda Setting / building. Gatekeeper. Teoría del framing. Campañas de Prensa. Infotácticas. Infoentertainment. Espectacularización de la información. Nuevos roles del periodismo.



19. Metodología de la Investigación 2: El proyecto: concepción, elaboración y desarrollo. Técnicas para la elaboración de proyectos. El proyecto comunicacional.

20. Tecnologías Multimediales de la información y la Comunicación: Soportes tecnológicos de las comunicaciones. La comunicación multimedial. Procesadores. Bancos de Imágenes. Sonidos. Soportes off-line, Internet. Hipervínculos. Interactividad. Presentación de programas para audiovisuales y multimedia.

21. Psicología y comunicación: La Psicología como ciencia. Principales corrientes de la psicología moderna (Conductismo, Psicoanálisis Freudiano, post freudianos, Lacan, Jung, escuela de la Gestalt, etc.). La psique. La percepción. La conducta. Psicologismos. Psicopatologías sociales. Psicología y comunicación. Teorías psicológicas que estudian el fenómeno de la comunicación. La comunicación entre iguales: familia, grupos, etc. La comunicación en espacios de convivencia, entre personas que pertenecen a diferentes culturas. Vigotsky y la mediación semiótica y del lenguaje. Psicología de la motivación. Fenómenos de masa.

22. Práctica II: integración de los contenidos conceptuales

23. Periodismo digital: Periodismo digital y comunicación digital. Los medios de comunicación digital. Características. Alcance. La redacción digital. Nuevos modos de periodismo: participativo, virtual.

24. Historia de los medios de comunicación: Análisis de los diferentes procesos económicos, culturales y sociales que se materializaron en la aparición de los medios masivos de comunicación. Periodismo. Diarios y periódicos. La radio. La televisión. El Cine. Tendencias en la Argentina. Prensa escrita. Multimedios. Reflexión crítica de los medios.

25. Estructura y organización de las instituciones: Nociones generales sobre Institución, su estructura y organización. Distintos tipos de Instituciones y organizaciones. Rol de la comunicación. Organigrama. Misión, Visión y Objetivos. Planeamiento estratégico. Paradigmas. Propiedades. Organizaciones como redes comunicacionales. Transferencia de sistemas de información a sistemas de comunicación organizacional. Relaciones. Paralingüística. Comunicación Interorganizacional. Construcción de significados comunes. Comunicación y poder.

26. Lengua extranjera Inglés II: Opinión, debate y argumentación sobre distintos temas de interés general. Expresión de posibilidad, necesidad y obligación en presente y pasado. Descripción de hábitos en pasado. Relatos descriptivos. Expresiones corrientes coloquiales para sostener conversaciones.

27. Estadística social: Matriz de datos. Unidades de observación y de análisis. Variables. Escalas de medición. Estadística descriptiva. Medidas de tendencia central y de variabilidad. Estadísticos muestrales y parámetros poblacionales.

Probabilidad. Estadística inferencial. Estimación puntual y por intervalos. Intervalos de confianza. Asociación entre variables categóricas. Muestreo.

28. Estrategias de comunicación social: Estrategia, acción y proyecto. Cultura institucional. Políticas gerenciales de comunicación. Acciones de comunicación al servicio de la imagen corporativa. Programa de comunicación interna y externa. Diseño de un proyecto estratégico de comunicación. La estrategia de comunicación como herramienta de gestión del cambio.

29. Guión audiovisual: Nociones teóricas y técnicas para la elaboración de un guión audiovisual. Principales estructuras narrativas. Realización del Guión. Guión de cine. Guión de TV. Diferencias y similitudes. Guión de Ficción. Guión documental.

30. Retórica y oratoria: Retórica. Teoría y práctica de la elocuencia hablada y escrita. Reglas que rigen la composición y el discurso. Invención, disposición, elocución, memoria y acción. Los códigos kinésico y proxémico en la comunicación. La Oratoria. Técnicas de conducción y mediación. Superestructura de la conversación. Modalidades discursivas básicas: narración, descripción, diálogo y exposición. La argumentación: técnicas.

31. Práctica II: Práctica profesional que contemple el nivel de formación del alumno con dimensión solidaria. Aprendizaje-servicio.

32. Comunicación pública: El acceso a la información pública. Prensa y relaciones con la prensa. Los recursos digitales. Redes sociales. Derecho a la información. Análisis crítico de la comunicación pública

33. Publicidad y marketing: Nociones básicas de marketing y publicidad. Teorías y enfoques más importantes. Elaboración de estrategias comunicacionales para la empresa. Campañas publicitarias. Introducción a la construcción de la imagen.

34. Análisis audiovisual: Características. Discurso cinematográfico. Los grandes maestros. Cambios y evolución del espectador audiovisual. La televisión. Crisis de los géneros. Racionalidad y emocionalidad en la producción y recepción de audiovisuales. Fundamentos teóricos y análisis del discurso audiovisual en filmes y escuelas. Perspectiva de la crítica.

35. Periodismo de investigación I: La investigación periodística. Antecedentes. Historia del Periodismo de Investigación. Investigación y democracia. Lo público y lo privado. Marco deontológico. Aspectos éticos y legales. Temas a investigar. El documental. Bancos de datos. Casos. Periodismo cultural, político, económico y social. Análisis crítico.

36. Doctrina Social de la Iglesia: La persona humana. El trabajo. La familia. La sociedad y el Estado. Las ideologías y los sistemas políticos y económicos. Constitución Apostólica Ex Corde Ecclesiae. Encíclicas papales.



37. Ética profesional: El bien y lo bueno. Tensión entre el ser y el deber. Posiciones filosóficas de la ética. Niveles de la ética: filosofía moral, ética positiva y ética aplicada. Conciencia, principios, individuo. Los valores en la conducta humana: función, captación y adhesión. La rectitud de la conducta. Ética y cultura. El diálogo entre la ética y las ciencias. El ejercicio de las profesiones: legitimidad y legalidad. Ética aplicada al ejercicio profesional en el ámbito de la comunicación. Diferencias entre normas éticas y códigos profesionales.

38. Fundamentos de la comunicación política: La comunicación política. Construcción de la identidad colectiva. Territorios y militancia. El espacio público, el Estado, los partidos políticos. Perspectivas acerca de la militancia. Los climas y las opiniones. Poblaciones y muestras. Las variables de la opinión pública. Campañas y comunicación.

39. Lengua extranjera complementaria: Saludar y preguntar lo que quiere alguien. Nacionalidad y trabajo. Identificar y presentar a las personas. Pedir permiso. Preguntar a alguien su nombre. Presentarse a sí mismo. Preguntar por direcciones. Buscar a alguien. Pedir disculpas. Preguntar por la profesión de alguien.

40. Gestión económica de las organizaciones: Nociones de economía, administración y empresa. Marco económico de las organizaciones comunicacionales. Análisis crítico de la economía y la problemática comunicacional. Factibilidad de los proyectos: análisis financiero y económico. Recursos, rentabilidad e inversión. Alternativas de financiación.

41. Gestión de personas y relaciones públicas: El factor humano en la empresa. Estructura del mercado de trabajo. Aspectos operativos: selección e incorporación, sistemas de compensación, desarrollo vocacional, planeamiento de carreras, motivación, capacitación y entrenamiento. Productividad de los recursos humanos. Filosofía y funciones de las R.R.P.P. Los canales de comunicación en las R.R.P.P. Mediciones de desempeño. Competencias. Recursos comunicacionales. Comunicación de crisis. Negociación y liderazgo.

42. Práctica IV (Profesional Supervisada): Práctica profesional que contemple el nivel de formación del alumno con dimensión solidaria. Aprendizaje-servicio.

43. Diseño y planificación comunicacional: Principios del diseño y la planificación. Marco operativo para la correcta planificación de la comunicación. Dimensiones de la planificación. Enfoques de planificación de la comunicación. Análisis de públicos y medición de audiencias.

44. Derecho a la Información y Deontología Periodística: El derecho a la información. Legislación y jurisprudencia. Finalidad de los servicios. Necesidades del usuario. El archivo periodístico. Tratamiento de la documentación. Programas institucionales. Función social del profesional de la comunicación. Responsabilidad y marco deontológico. Figuras legales: injuria, calumnia, apología del delito, instigación, derecho a réplica, estatuto del periodista, colegiatura, etc. Libertad de

expresión. Secreto de las fuentes de información en el derecho argentino y en el Sistema Interamericano de Derechos Humanos.

45. Arte y comunicación: Análisis del fenómeno del arte a partir de las disciplinas: estética, historia, filosofía, psicología, teoría comunicacional. La problemática de la reproductibilidad. Circulación social de los productos artísticos; El arte conceptual como redefinición del arte; relación "arte-vida" y "arte-identidad". El arte de las vanguardias. Concepto de "arte-social". La relación arte-medios, como resultado y condición de los nuevos modos de producción y circulación artística.

46. Opinión pública: Origen y desarrollo histórico del fenómeno. Principales posturas y teorías al respecto. Soportes estadísticos. Estudios cuantitativos y cualitativos. Influencia de los medios en la constitución de la misma. Análisis crítico de la conformación de la opinión pública. Tendencias actuales. El fenómeno de las redes sociales.

47. Periodismo de investigación II: Temas a investigar. Investigación judicial (estructura de los Poderes Judiciales, diferentes procesos judiciales, funcionamiento de la Justicia. Derecho Penal, criminología. Crónica de casos). Periodismo de sucesos (cobertura de eventos especiales, corresponsal en el extranjero, de guerra, etc.).

48. Estrategias de comunicación política: Metodologías y modelos estratégicos: conceptos. Análisis crítico de los modelos estratégicos de comunicación política e institucional y de las metodologías de configuración de la imagen. Relaciones entre estrategia política, estrategia comunicacional y estrategia publicitaria.

49. Producción de radio: Ejercicio de los diferentes roles en el ámbito de la radio. Producción, locución, musicalización. Diferentes tipos de programas y formatos. Puesta al aire de un programa radial. Radio on line.

50. Taller de Trabajo Final: Proyectos comunicacionales típicos. Modelos y técnicas de elaboración. Elaboración del proyecto final. Elementos intervinientes. Incorporación de los conocimientos y competencias adquiridas en la carrera. Elaboración de marco teórico que fundamente el proyecto. Desarrollo y elaboración del producto resultante del proyecto.

51. Trabajo Final: Elaboración y presentación de trabajo final integrador, para acceder al título de Licenciado en Comunicación Social, sobre temas a elección del alumno.