



Universidad Nacional de Moreno  
Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

28

MORENO, 28 JUN 2016

VISTO el Expediente N° UNM: 0000398/2016 del Registro de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE MORENO; y

CONSIDERANDO:

Que el REGLAMENTO GENERAL ACADÉMICO, aprobado por Resolución UNM-R N° 37/10 y sus modificatorias, el que fuera ratificado por el Acta de la Sesión Ordinaria N° 01/13 del CONSEJO SUPERIOR de fecha 25 de Junio de 2013, establece el procedimiento para la aprobación de las obligaciones curriculares que integran los Planes de Estudios de las carreras que dicta esta UNIVERSIDAD NACIONAL.

Que por Disposición UNM-DHYCS N°23/15, se aprobó el Programa de la asignatura: COMUNICACIÓN SOCIAL (3156) del ÁREA: FORMACIÓN COMPLEMENTARIA correspondiente al CICLO DE FORMACIÓN PROFESIONAL de la carrera LICENCIATURA EN TRABAJO SOCIAL del DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES, de esta UNIVERSIDAD, aconsejando su aprobación con vigencia a partir del 2do. Cuatrimestre del ciclo lectivo 2015.

Que conforme lo dispuesto en el citado REGLAMENTO GENERAL, se ha evaluado una nueva propuesta de Programa de la

asignatura antes referida y en sustitución del vigente, aconsejando su aprobación con vigencia a partir del 2do. Cuatrimestre del ciclo lectivo 2016, a tenor de la necesidad de introducir cambios de interés académico y en armonía con el resto de las obligaciones curriculares.

Que la SECRETARÍA ACADÉMICA de la UNIVERSIDAD ha emitido opinión favorable, de conformidad con lo previsto en el artículo 3º de la Parte I del citado REGLAMENTO GENERAL, por cuanto dicho Programa se ajusta a las definiciones enunciadas en el artículo 4º de la Parte I del REGLAMENTO en cuestión, así como también, respecto de las demás disposiciones reglamentarias previstas en el mismo.

Que la SUBSECRETARÍA LEGAL Y TÉCNICA ha tomado la intervención de su competencia.

Que el CONSEJO del DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES, en sesión de fecha 24 de junio de 2016, trato y aprobó el Programa propuesto, conforme lo establecido en el artículo 2º de la Parte I del REGLAMENTO GENERAL ACADÉMICO.





Universidad Nacional de Moreno  
Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

28

Por ello,

EL CONSEJO DEL DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

DISPONE:

ARTÍCULO 1º.- Dejar sin efecto a partir del 2do. Cuatrimestre del Ciclo Lectivo 2016, la Disposición UNM-DHYCS N° 23/15.

ARTÍCULO 2º.- Aprobar el Programa de la asignatura, COMUNICACIÓN SOCIAL (3156) del ÁREA: FORMACIÓN COMPLEMENTARIA correspondiente al CICLO DE FORMACIÓN PROFESIONAL de la carrera LICENCIATURA EN TRABAJO SOCIAL del DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES, de esta UNIVERSIDAD, aconsejando su aprobación con vigencia a partir del 2do. Cuatrimestre del ciclo lectivo 2016, el que como Anexo I forma parte integrante de la presente Disposición.

ARTÍCULO 3º.- Regístrese, comuníquese, dese a la SECRETARÍA ACADÉMICA a sus efectos y archívese.-

DISPOSICIÓN UNM-DHyCS N° 28/16

*any*

*Marta Patricia Jorge*  
MARTA PATRICIA JORGE  
DIRECTORA GENERAL DEPARTAMENTO  
HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES



Universidad Nacional de Moreno  
Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

28

ANEXO I

UNIVERSIDAD NACIONAL DE MORENO

**Asignatura:** COMUNICACIÓN SOCIAL (3156)

**Carrera:** LICENCIATURA EN TRABAJO SOCIAL (Plan de estudios aprobado por Resolución UNM-R N° 21/10) <sup>1</sup>

**Trayecto curricular:** Ciclo de Formación Profesional

**Área:** Formación Complementaria

**Período:** 10° Cuatrimestre - Año 5.

**Carga horaria:** 3 horas semanales

**Vigencia:** A partir del 2° Cuatrimestre 2016

**Clases:** 16 (dieciseis)

**Régimen:** de regularidad o libre

**Responsable de la asignatura:** Pablo Chiesa

**Programa elaborado por:** Pablo Chiesa

**FUNDAMENTACION:**

Esta materia consiste en una introducción sintética a los conceptos fundamentales de unas prácticas comunicacionales concebidas como intervención. Inicia con el desarrollo de los paradigmas principales de la disciplina comunicacional, tanto desde un punto de vista conceptual como otro histórico. En efecto, se introducirá a los estudiantes a las perspectivas clásicas de la comunicación de masas, los vínculos del Estado moderno de derecho con la prensa y la opinión pública y a las

<sup>1</sup> Reconocimiento oficial y validez nacional otorgado por Resolución ME 1179/12.

miradas críticas y materialistas sobre la comunicación y la cultura.

La materia brinda los elementos conceptuales y de análisis necesarios para abordar los sistemas de comunicación de masas desde el punto de vista de las políticas públicas de comunicación (PPC). De manera tal que el alumno comprenda los principales paradigmas que organizaron los modelos de comunicación más influyentes hasta la fecha y sus componentes.

El corazón de la materia trata sobre los vínculos entre diferentes modelos de Estado y la comunicación y los aspectos más salientes del derecho a la comunicación. Aquí no solo se relevan los aspectos legislativos y los marcos regulatorios, sino que se ponen en juego los conceptos en ejemplos concretos, nacionales y latinoamericanos. La cuestión de las políticas públicas y su relación con la comunicación se materializan en el aprendizaje práctico de diseño de campañas y en una introducción al pensamiento estratégico en lo específico de la disciplina.

La ley de Servicios de Comunicación Audiovisual será eje de la reflexión sobre las nuevas experiencias latinoamericanas en la regulación de las actividades comunicacionales. Concebir a la comunicación como derecho humano permite dar un amplio marco histórico a la discusión sobre los diferentes tipos de





Universidad Nacional de Moreno  
Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

28

relación entre la legislación latinoamericana y los derechos vinculados a lo comunicacional.

Finalmente, la materia se transformará en un formato tipo taller de Formulación de Proyectos comunicacionales.

El alumno incorporará de esta forma herramientas metodológicas para la intervención en realidades complejas.

Asimismo, consideramos oportuno generar un espacio de reflexión sobre la planificación en las organizaciones y que esto contribuya para que los alumnos adquieran no solo las herramientas para la intervención en comunicación en el ámbito del Estado sino también en el de las organizaciones intermedias y de esta forma generar la posibilidad de relacionar a la organización con la metodología de la planificación que se aplica.

Además de esta cosmovisión de la materia creemos oportuno incorporar algunos enfoques de la planificación vinculada a los estudios de imagen y a las organizaciones privadas, procurando transmitir a los alumnos una mirada particular, crítica, distinta de la planificación con el objeto de intervenir en aquellos procesos que requieren cambio.

**Objetivos de Aprendizaje:**

- Adquirir conocimientos y herramientas teóricas para desempeñarse en procesos comunicacionales.

- Conocer las distintas teorías comunicacionales desde una mirada histórica
- Adquirir la facultad de construir relatos comunicacionales y poder analizar críticamente diversos productos comunicacionales.

## **CONTENIDOS MINIMOS:**

Construcción del concepto de comunicación desde las perspectivas interpersonal, institucional, masiva y comunitaria. Paradigmas de la comunicación. Producción de mensajes comunicacionales.

Comunicación y Estado: herramientas comunicacionales al servicio de las políticas públicas. Comunicación y derecho: marcos regulatorios. Metodología de la investigación en comunicación social. Dinámicas participativas para la intervención en comunicación popular.

## **PROGRAMA:**

### Unidad 1

La comunicación como proceso social y humano. Los paradigmas históricos en el estudio de la comunicación. Axiomas de la comunicación humana: Watzlawick y la Escuela de Palo Alto. La teoría crítica a la comunicación masiva y a las industrias culturales: la Escuela de Frankfurt. Otros enfoques





Universidad Nacional de Moreno  
Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

28

alternativos: la comunicación popular-comunitaria.

Bibliografía:

Ameigeiras, Aldo y Alem, Beatriz (Comp.) "Culturas populares y culturas masivas". Bs. As, Ediciones UNGS, 2011.

Contreras, S. "Una aproximación a la noción de industrias culturales" en Cuaderno de Lectura 4, Cátedra de Teoría y Comunicación II. Facultad de Ciencias Sociales de Universidad de Buenos Aires. Bs. As. UBA, 2003, pp. 3-7

Marro, M y Dellamea, A. "La comunicación humana" en la Comunicación social. Bs. As, Editorial Hernandarias, 1990. Pp: 31-67

Martín-Barbero, Jesús. "Culturas populares" en Términos críticos de la Sociología de la Cultura, Carlos Altamirano (Director). Bs. As, Paidós, 2002. Pp. 49-60

Watzlawick, Paul y otros. "Algunos axiomas exploratorios de la comunicación" en Teoría de la comunicación humana. Barcelona. Herder, 1981. pp. 49-70

Unidad 2: Comunicación y Estado.

Definición de Hegemonía desde la concepción gramsciana y su relación con la cultura, la comunicación y la ideología. El rol actual de los medios masivos de comunicación y la hegemonía mediática. La comunicación estratégica en el ámbito de lo público. Estrategias de comunicación para incidir en

J. Cruz

políticas públicas y organizaciones de la sociedad civil: campañas, elaboración de productos comunicacionales.

Bibliografía:

Elbaum, Jorge. "Antonio Gramsci: optimismo de la voluntad y pesimismo de la razón" en Cuaderno de Lectura 1, Cátedra de Teoría y Comunicación II, Fac. de Ciencias Sociales. Bs. As. UBA. 2003, pp. 14-20

Rossi, Diego Estado, Políticas Públicas y Comunicación. Cuadernillo n°5 del Curso Anual de Comunicación Popular, 2014

Uranga, Washington Comunicación para la incidencia política. Propuesta de matriz para analizar capacidades y habilidades comunicacionales de las organizaciones en la acción política, 2014. En

línea: [http://www.wuranga.com.ar/images/proprios/23\\_Comunicacin\\_para\\_la\\_incidencia\\_poltica\\_W\\_Uranga\\_ALAIC%20\\_2014.pdf](http://www.wuranga.com.ar/images/proprios/23_Comunicacin_para_la_incidencia_poltica_W_Uranga_ALAIC%20_2014.pdf)

Williams, R. "Marxismo y Literatura", Barcelona. Ediciones Península, 1997. Capítulos 1, 4 y 6.

**Unidad 3: Comunicación y Derecho**

El Derecho a la Información como Derecho Humano. Derecho a la Libertad de expresión. Acceso a la información pública. El rol del Estado y los Organismos Internacionales de Derechos Humanos. Marcos Regulatorios. Comunicación y democracia. Ley n° 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual. Decreto



Universidad Nacional de Moreno  
Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

1172/03 de Acceso a la Información Pública. Participación y organización social en el caso de la Ley de Medios: Amicus Curiae. Comparación con marcos regulatorios latinoamericanos: el caso de Venezuela y Ecuador.

Bibliografía:

Rossi, De Charras y Lozano "Ciudadanía(s) y derecho(s) a la comunicación" en Guillermo Mastrini, Diego de Charras y Ana Bizberge (Eds.) Las Políticas de Comunicación en el siglo XXI. Nuevos y viejos desafíos, Buenos Aires, La Crujía, 2013

Loreti, Damián y Lozano, Luis: "El rol del Estado como garante del derecho humano a la comunicación", en Revista Derecho Público. Año I N°1, Buenos Aires, Ediciones Infojus, 2012

Gómez, Gustavo "La regulación democrática de los medios de comunicación" en Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina CIESPAL La democratización de la comunicación y la información en América Latina Ed. Quipus, 2013, Quito.

Baranchuk, Mariana. Ley 26.522 Hacia un nuevo paradigma en comunicación audiovisual, 2010, Editorial UNLZ, Buenos Aires

DE CHARRAS, Diego, "Democratizar la comunicación audiovisual en Argentina: una carrera de obstáculos", en revista Sociedaõ, n°31, 2012.

**Unidad 4: Formulación, ejecución y evaluación de proyectos**

Identificación de problemas. Segmentación grupos objetivo. Establecimiento de objetivos comunicacionales y grupos objetivo. Definición de actividades y tareas. Evaluación y monitoreo de proceso y de impacto. Indicadores. Diferencia entre problema social y problema comunicacional.

**Bibliografía**

Ander-Egg Ezequiel. El proceso de programación. Sus frases y conceptos. Lumen Humanitas, Buenos Aires, 1995, págs. 80-128.

Pichardo Muñiz, Arlette. Planificación y programación social, Lumen Humanitas, Bs. As., 1981, Introducción, págs. 15-55.

SIEMPRO. Guía para Formulación y Desarrollo de Proyectos. Ministerio de Desarrollo Social, 2007.

**Objetivos Específicos:**

- Comprender los procesos históricos de relación entre los Estados nacionales y el derecho a la comunicación.
- Conocer los conceptos básicos del campo disciplinario de la comunicación.
- Dotar a los estudiantes de nociones básicas de planificación en comunicación.





Universidad Nacional de Moreno  
Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

28

**EVALUACIÓN Y APROBACIÓN:**

El curso se organiza sobre la base de clases teóricas y teórico-prácticas.

La evaluación es entendida como un continuum de atención y valoración de la intervención docente y de la participación del alumno. Su principal finalidad es mejorar y retroalimentar el proceso de enseñanza-aprendizaje. Es considerada un medio que nos muestra las adquisiciones realizadas por los alumnos a lo largo de dicho proceso.

La materia se aprueba con promoción o examen final. Es imprescindible la aprobación de dos exámenes parciales durante el dictado de la materia. Se prevé un examen recuperatorio para aquellos alumnos que resulten aplazados o ausentes en uno de los dos exámenes parciales.

Son condiciones generales para obtener la acreditación con examen final:

- Aprobación de las instancias de evaluación propuestas durante la cursada con un mínimo de 4 (cuatro) puntos.
- Aprobación del/las unidades curriculares determinadas como correlativas en el plan de estudio.
- Aprobación de los trabajos prácticos, guías de

lectura o cualquier otra instancia de evaluación propuesta durante el dictado de la materia.

- Cumplimentar la asistencia obligatoria del 80% de las clases dictadas.

El examen final comprende la totalidad de los temas desarrollados durante el dictado de la materia y la bibliografía obligatoria.

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'AGNY' or similar, located in the lower-left quadrant of the page.